# أثر الابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي

## -دراسة حالة البنك الوطني الجزائري -قسنطينة-

# The impact of technological innovation on achieving competitive superiority

## -Case study of National Bank of Algeria -Constantine-

# L'éffet de l'innovation technologique sur l'atteinte de la supériorité concurrentielle

## -étude de cas de Banque Nationale d'Algérie - Constantine-

**خديش غادة[1] ، مرابطي سناء[2*]**

**تاريخ الإرسال:** 2023/06/21 **تاريخ القبول:** 2023/10/30 **تاريخ النشر:** 2023/12/30

**ملخص:**

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي، خاصة في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها بيئة الأعمال، حيث أصبح لزاما على المنظمات أن تتبنى الفكر الإبداعي والابتكاري سعيا منها لتنفيذ الاستراتيجيات التنافسية بنجاح.

لتحقيق هذه الدراسة تم اتباع المنهج الوصفي في الجانب النظري، والاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج SPSS V.23 في الجانب التطبيقي، والذي تم توزيعه على عينة حجمها 30 موظفا وموظفة بالبنك الوطني الجزائري- قسنطينة، توصلت الدراسة إلى نتائج متعددة أهمها وجود علاقة تأثير إيجابية قوية للابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي. وتوصي الدراسة المؤسسة بضرورة إدراك أهمية اقتناء التكنولوجيات الحديثة وتدريب الموظفين على استخدامها.

**الكلمات المفتاحية:** إبداع ؛ ابتكار تكنولوجي ؛ منافسة ؛ تفوق التنافسي.

**Abstract :**

This study aimed to analyze the impact of technological innovation on achieving competitive excellence, especially in the context of the strong competition in the business environment, where organizations have to embrace creative and innovative thinking in an effort to successfully implement competitive strategies.

In order to achieve this study, the prescriptive approach was applied to the theoretical aspect, and reliance on the questionnaire as the main tool for data collection and analysis using the SPSS program V.23 in the applied aspect, which was distributed to a sample of 30 employees of the National Bank of Algeria-Constantine. The study recommends that the Foundation recognize the importance of acquiring modern technologies and training staff in their use.

**Keywords**: Creativity ; Technological Innovation ; Competition; Competitive excellence.

**Résumé :**

Cette étude vise à analyser l'impact de l'innovation technologique sur l'atteinte de l'excellence concurrentielle, notamment dans le contexte d'une forte concurrence dans l'environnement des

*المؤلف المراسل

[1] Khadich Ghada, University of Oum el Bouaghi, INIF laboratory: Algeria, khadich.ghada@univ-oeb.dz
[2] Merabti Sana, University of Oum el Bouaghi, INIF laboratory: Algeria, merabti.sana@univ-oeb.dz

entreprises, où les organisations doivent adopter une pensée créative et novatrice pour réussir à mettre en œuvre des stratégies concurrentielles.
Afin de réaliser cette étude, l'approche normative a été appliquée à l'aspect théorique, et le recours au questionnaire comme outil principal pour la collecte et l'analyse des données en utilisant le programme SPSS V.23 dans l'aspect appliqué, qui a été distribué à un échantillon de 30 employés de la Banque nationale d'Algérie-Constantine. L'étude recommande que la Fondation reconnaisse l'importance d'acquérir des technologies modernes et de former le personnel à leur utilisation.
**Mots clés** : Créativité ; Innovation technologique ; Concurrence ; Excellence concurrentielle.

**مقدمة**

بفعل التغيرات المحيطة ببيئة الأعمال والتطور التكنولوجي المتسارع أصبحت المؤسسات تواجه تحديات صعبة وعوائق كبيرة تحول دون تحقيق الريادة والتميز، وبذلك أصبح هذا دافعا لها للإحاطة بكافة المتغيرات واستخدامها كعوامل قوة مثل استغلالها للقدرات البشرية وتمكينها وتدريبها للتمكن من مختلف التقنيات الحديثة، وتنمية الفكر الإبداعي والابتكاري وتوسيع نطاق البحث والتطوير باعتباره نقطة انطلاق لتحقيق وتجسيد الابتكارات على اختلاف أنواعها خصوصا المتعلقة بالتكنولوجيا.

كما وتجدر الإشارة إلى أن القدرات الابتكارية والإبداعية تمثل أهم مصادر الحصول على الميزات التنافسية والنمو وهذا ما يؤكده الباحثون في دراساتهم مثل دراسة (Lahovnik & Breznik, 2013) ودراسة (Lawson & Samson, 2001) ودراسة (بوقابة، 2017) وغيرها الكثير من الدراسات التي أثبتت نجاعة هذه القدرات في تحسين أداء المؤسسات والتقدم والتفوق التنافسي ولم لا تحقيق الريادة.

**–أسئلة الدراسة:** بناء على ماسبق يمكن التعبير عن الإشكالية المطروحة بالسؤال الجوهري التالي: **ما درجة تأثير الابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة ؟**

**السؤال الفرعي الأول:** ما درجة توافر عناصر الابتكار التكنولوجي في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة؟

**السؤال الفرعي الثاني:** ما درجة تحقيق عناصر التفوق التنافسي في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة؟

**السؤال الفرعي الثالث:** ما هو أثر الابتكار الجذري على تحقيق التفوق التنافسي في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة؟

**السؤال الفرعي الرابع:** ما هو أثر الابتكار التدريجي على تحقيق التفوق التنافسي في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة؟

ومن أجل الإجابة على الأسئلة المطروحة تم صياغة الفرضيات التالية:

**الفرضية الجوهرية:** يوجد أثر معنوي إيجابي للابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي بالبنك الوطني الجزائري بقسنطينة.

**الفرضية الفرعية الأولى:** تتوافر عناصر الابتكار التكنولوجي بدرجات متوسطة في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة؛

**الفرضية الفرعية الثانية:** يحقق البنك الوطني الجزائري بقسنطينة عناصر التفوق التنافسي بدرجات متوسطة؛

**الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد أثر معنوي وإيجابي للابتكار الجذري على تحقيق التفوق التنافسي في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة؛

**الفرضية الفرعية الرابعة:** يوجد أثر معنوي وإيجابي للابتكار التدريجي على تحقيق التفوق التنافسي في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة ؛

**–أهمية الدراسة وأهدافها:** لهذه الدراسة أهمية بالغة نلتمسها في فكرة الموضوع المعالج بحدّ ذاته، فالابتكارات التكنولوجية أضحت من أهم الركائز التي تعتمد عليها البنوك لبلوغ الريادة وتحقيق التفوق التنافسي خصوصا في ظل المنافسة الشديدة في بيئة الأعمال، لذلك فهذه الدراسة تقدم إضافة علمية للبحث العلمي وأخرى عملية، فالبنوك تستخدم النتائج المتوصل إليها والتوصيات المقدمة وتطبقها على أرض الواقع لتحقيق التميز في الأعمال، وفي ضوء الأهمية التي تتمتع بها الدراسة لابدّ أن تحقق الأهداف التالية:

- ✓ الإلمام بالجانب النظري المتعلق بالابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي؛
- ✓ الوصول إلى الربط بين الابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي على أرض الواقع من خلال بناء نموذج فرضي والتحقق من صحته؛
- ✓ تقديم توصيات للقائمين على إدارة البنوك والموظفين بها باعتبار أن المؤسسات المالية محاطة بمنافسة شديدة.

**–منهج الدراسة:** المنهج المتبع في الدراسة هو المنهج الوصفي باعتباره يتناسب مع طبيعة موضوع البحث، حيث تم التعرف على متغيرين من أهم المتغيرات في الوقت الحالي وهي الابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي، وذلك من خلال الاطلاع على الكتب والمقالات في هذا الميدان، أما الجانب التطبيقي فقد تم بالاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات ودراسة حالة البنك الوطني الجزائري بقسنيطنة.

**–هيكل الدراسة:** تم تقسيم عناصر الدراسة إلى المحاور التالية إضافة إلى المقدمة والخاتمة:

المحور الأول: الأطر النظرية للابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي.

المحور الثاني: مراجعة الأدبيات السابقة.

المحور الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

## 1–الأطر النظرية للابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي

### 1–1 الابتكار التكنولوجي

يعد الابتكار التكنولوجي الوسيلة التي تستطيع منظمات الأعمال من خلالها أن تحقق المزايا التنافسية وتحافظ عليها مع مرور الوقت، حيث مع اشتداد المنافسة أصبح من الضروري على المنظمات أن تتكيف مع التطورات التكنولوجية وتطلع على التقنيات الحديثة التي من شأنها أن تقلل من التكاليف وتزيد من جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة.

#### 1–1–1 تعريف الابتكار التكنولوجي

يعتبر Joseph Shumpeter من الأوائل الذين تكلموا عن الابتكار عام (1934) وقد عرفه بأنه *(إنشاء لمجموعات جديدة ممكن أن يتمثل في إدخال سلعة جديدة إلى السوق، أو تقديم سلعة ما بنوعية جديدة، أو طريقة جديدة للإنتاج، فتح سوق جديد، أو غزو مصدر جديد لتوريد المواد الخام أو السلع نصف مصنعة وأخيرا تنفيذ التنظيم الجديد لأي صناعة)* (Bigliardi, Colaciono, & Dormio, 2011, p. 84) ، كما عرفه ( Peter Drucker) بأنه السمة الخاصة لريادة الأعمال بحيث يعتبره الفعل الذي يمنح الموارد القدرة على خلق الثروة من جديد أو يمكن القول أن الابتكار يخلق مواردا جديدة (Drucker, 2014, p. 115) ، من جهة أخرى يعرفه (Vercoop) بأنه جلب فكرة جديدة ووجيهة وتطبيقها بنجاح في السوق (بن عاشور و ضحاك ، 2018، صفحة 45).

لقد تم تصور الابتكار بعدة طرق مختلفة وعلى المستوى التنظيمي عرف عموما بأنه توليد (تطوير) أو اعتماد (استخدام) أفكار أو سلوكيات جديدة (Aravind & Damanpour, 2011, p. 425) وفي نفس سياق الفكرة السابقة يقول الصيرفي أن للابتكار صورا متعددة أهمها: أن يكون تطويرا لشيء موجود مسبقا أو عبارة عن فكرة أو قرار فعال لحل مشكلة ما، أو إعادة ترتيب وضم عناصر متفرقة بطريقة فريدة ينتج عنها شيء مفيد (الصيرفي، 2003، صفحة 12)، عموما يمكن أن نعرف الابتكار بأنه (*قدرة المؤسسة على توليد أفكار جديدة وتقييمها ومن ثمة اختيار أفضلها والعمل على تبنيها وتطبيقها)*، وفي الاستخدام الحديث لمصطلح الابتكار يتعين علينا التفريق بينه وبين المصطلحات المتداخلة معه بداية **بالاختراع:** هو تصور لعملية جديدة ومفيدة وأصلية وغير واضحة؛ **التكنولوجيا** وهي القدرة على أداء مهمة تقنية؛ **البحوث العلمية والهندسية:** تقود إلى فهم كيفية عمل الأشياء (Paul, Baltes, Smelser, &

(Neil, 2001. أما فيما يتعلق بالفرق بين الإبداع والابتكار فقد نال اهتمام الكثير من الباحثين في هذا المجال فحسب Amabile و Cook الإبداع هو الإتيان بأفكار جديدة أما الابتكار هو التطبيق الناجح لهذه الأفكار والإبداع هو الواجهة الأمامية للابتكار (Bhattacharyya.S & Job, 2007, p. 53) وهناك من يرى أن الإبداع هو نفسه الابتكار مثلما ذكر الصيرفي في كتابه الإدارة والريادة: الإبداع =الابتكار = الخلق (الصيرفي، 2003، صفحة 12).

أما الابتكار التكنولوجي فيعرف بأنه *(التنفيذ الناجح سواء في التجارة أو الإدارة لفكرة تقنية جديدة للمؤسسة، وتتميز الابتكارات عن الاختراعات والتكنولوجيا والبحوث ولكنها قد تنشأ عن أي من هذه العمليات الثلاثة)* (Paul, Baltes, Smelser, & Neil, 2001) ويعرف أيضا بأنه *(الوظيفة التي يجري من خلالها إدخال التكنولوجيات الجديدة في النظام الاقتصادي والذي يستلزم الاعتراف بالإمكانات التكنولوجية الجديدة، وتنظيم الموارد البشرية والمالية اللازمة لتحويل الأفكار إلى منتجات أو عمليات مفيدة، والاضطلاع بالأنشطة اللازمة (تسمى عادة البحث والتطوير))* (Scherer, 2001, p. 7530).

إذا يمكن تعريف الابتكار التكنولوجي إجرائيا بأنه *(التنفيذ الناجح للأفكار التقنية الجديدة والذي يستدعي توفير وتسخير الموارد البشرية الكفؤة والموارد المالية اللازمة لتحقيق متطلبات الانتقال من الفكرة إلى التجسيد بالاعتماد على البحث والتطوير كأهم عنصر)*.

### 1-1-2 أنواع الابتكار التكنولوجي :

يصنف الابتكار التكنولوجي إلى صنفين مهمين هما الابتكار الجزئي والابتكار الجذري:

**-الابتكار الجزئي:** يسمى كذلك بالابتكار التدريجي أو الابتكار المستمر يقصد به مجموع التحسينات التدريجية على منتوجات المؤسسات أو بعض عناصرها، ما يميز هذا النوع من الابتكار أنه لا يتطلب وجود معارف علمية حديثة أو قاعدة معلوماتية حول المؤسسة وقطاعها التنافسي أو مجهودات كبيرة، فمن الممكن أن يبدأ بفكرة صغيرة وهو سهل التبني والتطبيق باعتباره لا يتطلب تكاليف ضخمة أو تكنولوجيات عالية (دبي و برهوم، 2018، صفحة 203)، يطبق بكثرة في الصناعات الكهربائية والميكانيكية (مباركي و قريشي، 2016).

**-الابتكار الجذري:** هو كل تغيير جذري وجوهري تتبناه المؤسسات الكبيرة بهدف تعزيز القدرة التنافسية واحتكار السوق، يعتبر هذا النوع من الابتكارات صعب التنفيذ والتبني لأنه يتطلب معارف علمية جديدة ويرتكز على قاعدة معلوماتية رصينة حول المؤسسة ونشاطها والبيئة التي تعمل فيها مما يسمح من بناء تصور مختلف للأشياء والسلع والمنتجات الموجودة في السوق مسبقا، يستغرق فترات طويلة من الزمن لتحقيقه وتكلفته جد عالية (دبي و برهوم، 2018، صفحة 203)،

غالبا ما يخلق هياكل جديدة للصناعة أو السوق أو ينطوي على تغييرات كبيرة في هياكل السوق القائمة ويشمل أيضا إجراء تغييرات كبيرة في نظام الإدارة الاستراتيجية القائم، بما في ذلك تطوير عملاء جدد، وأسواق جديدة، وشبكات توريد جديدة، وكيانات أخرى ذات صلة (Thomas, 2022).

تجدر الإشارة إلى أن الابتكار الإداري يعدّ هو الآخر من أهم أنواع الابتكارات التي تتماشى مع الابتكارات التكنولوجية خطوة بخطوة باعتباره يهدف إلى إحداث تغيير معتمد في الآلية الإدارية بحيث تكون أكثر كفاءة من خلال تطوير أساليب إدارية عملية تسمح بالقيام بالأعمال بانسيابية أكثر وتسهيل تنفيذ الابتكارات التكنولوجية (Aravind & Damanpour, 2011).

## 1–2 الابتكار التكنولوجي كآلية لتحقيق التفوق التنافسي

في ظل احتدام المنافسة وارتفاع درجة المخاطرة في بيئة الأعمال بسبب التطورات والتغيرات المتسارعة خصوصا التكنولوجية منها، أصبحت المنظمات على اختلاف طبيعتها وحجمها ملزمة بالتكيف معها وتبني الابتكارات التكنولوجية كأحد الأساليب والطرق الفعالة لبلوغ التفوق التنافسي بفضل العمليات الذكية والتفكير الإبداعي وأنشطة البحث والتطوير.

### 1–2–1 مفهوم التفوق التنافسي

نال مصطلح التفوق التنافسي اهتمام الكتاب والباحثين في المجال الاقتصادي وإدارة الأعمال إذ تجدر الإشارة إلى أن له العديد من المسميات التي تصب في نفس المعنى وهي القدرة التنافسية، الميزة التنافسية، النجاح التنافسي، حيث يعرف حسب Porter .M بأنه (قدرة المؤسسة على خلق قيمة لزبائنها) (Porter, 1998, p. 2) فتحقيق الميزة التنافسية يتطلب خلق قيمة يدركها الزبون ولا يجدها في منتجات المؤسسات المنافسة الأخرى، ويعرف أيضا حسب محسن أحمد الخضيري بأنه (إيجاد أوضاع تفوق مختلفة في مجالات التسويق، التموين، الكوادر البشرية) (دن، النوي، و بن سيدي ، 2014، صفحة 148)، ويرى Pitts & les بأن التفوق التنافسي هو (استغلال المنظمة لنقاط قوتها بهدف توليد قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها) والذي لا يتحقق إلا بوجود عنصرين هامين حددهما Ulrich & Lake هما القيمة المدركة لدى العميل والتفرد في الأداء (العزاوي، 18–19 أفريل 2012، صفحة 11).

اختصارا يمكن النظر إلى التفوق التنافسي من خلال ثلاثة عناصر تمثل: التميز في أداء الأنشطة، مؤشرا لصورة مثالية في ذهن الزبون، مستوى التمايز في المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة (علماوي و طويطي، 2016، صفحة 267).

حسب التعاريف الواردة أعلاه نلاحظ أنها تتشارك في شيء واحد هو القيمة أي قدرة المؤسسة على خلق قيمة للعملاء لا يستطيع المنافسين الآخرين تحقيقها أو تقليدها وبالتالي يمكننا تقديم تعريف للتفوق التنافسي على أنه *(سعي*

*المؤسسة إلى تحقيق قيمة مضافة في منتجاتها تتفوق بها على منافسيها بالاعتماد على قدراتها وإمكانياتها الداخلية مثل الإبداع والابتكار والبحث والتطوير بما يسمح بخلق موقع فريد في السوق).*

- **أبعاد ومؤشرات التفوق التنافسي:** سنحاول في هذا العنصر تحديد أبعاد التفوق التنافسي بما يتناسب مع هذه الدراسة انطلاقا من ما أتت به الدراسات السابقة، فحسب دراسة (علماوي و طويطي، 2016) تمثلت الأبعاد في ( الكلفة، بناء علاقات مع الزبون، قيمة الزبون، إدارة معرفة الزبون، المرونة، المنافسة)، أما دراسة (صالح مهدي، 2005) فقد اعتمدت الأبعاد التالية (الكلفة الواطئة، الجودة، الوقت، المرونة، الابتكار والإبداع)، أما دراسة (طرطار، 2011) فاعتمدت على الأبعاد التالية (القيمة المدركة لدى العميل القدرة على تحقيق التمييز: المرونة، الإنتاجية، الجودة، الوقت)، أما دراسة (بوعيسى و بن سحنون، 2019)، نلاحظ أن أغلب هذه الدراسات تتفق في الأبعاد التالية: (القيمة، التكلفة، المرونة، الجودة، الوقت) حيث سنعتمد في دراستنا على الأبعاد التالية (التكلفة المنخفضة، الجودة، المرونة).

### 1-2-2 علاقة الابتكار التكنولوجي بتحقيق التفوق التنافسي

من خلال هذا العنصر سنحاول ربط العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي من خلال إبراز دوره في تحقيق استراتيجيات التنافس العامة لـ Porter:

- **الابتكار التكنولوجي واستراتيجية خفض التكاليف:** يمكن من خلال التطبيق الناجح للابتكار التكنولوجي إحداث ثورة في الهيكل التنافسي وذلك من خلال العمل على تخفيض التكاليف الثابتة ومن ثمة زيادة فرص دخول المؤسسات الجديدة إلى الأسواق وتقليل العوائق والحواجز أمامها، مما يساعد على اشتداد المنافسة، وهذا ما يستدعي ضرورة تركيز الجهود على عمليات البحث والتطوير وتحديث منتجات قادرة على التنافس بتكاليف أقل خاصة التكاليف الوحدوية (بن بريكة و بن التركي، 13/12 ماي 2010، صفحة 10).

كما يظهر أثر الابتكار التكنولوجي جليا من خلال الاعتماد على التقنيات الجديدة في الإنتاج التي تؤدي إلى إنتاج أكبر قدر من الوحدات في وقت وجيز، وهذا ما ينتج عنه تخفيض التكاليف الإنتاجية ويؤدي إلى الاستخدام الأمثل للموارد (Gaffrad, 1990).

- **الابتكار التكنولوجي واستراتيجية التميز:** يظهر دور الابتكار التكنولوجي في دعم وتشجيع المؤسسة على تبني استراتيجية التميز من خلال: ابتكار منتجات جديدة وطرحها لأول مرة في السوق أو من خلال تحسين منتجات قائمة فعلا وموجودة في السوق بهدف إرضاء الزبائن بحيث تكون هذه التعديلات على مستوى عامل الجودة وخدمات مابعد البيع (بن بريكة و بن التركي، 13/12 ماي 2010، صفحة 11)، كما ويؤثر الابتكار التكنولوجي في مستوى جودة

المنتج حيث يعمل على تحسينها والتقليل من العيوب فكلما كانت المنظمة على دراية بالتطورات التكنولوجية الحديثة وعملت على تنمية مهارات كوادرها البشرية بكفاءة أدى هذا إلى عدم تمكن المنافسين من تقليدها بسهولة وبالتالي تحقيق الأسبقية التنافسية (بورنان و معراج، 2017، صفحة 275).

- **الابتكار التكنولوجي واستراتيجية التركيز:** يفيد الابتكار التكنولوجي في تحقيق استراتيجية التركيز من خلال إحدى الطرق التالية: تقديم صورة مثالية وسمعة جيدة في الجزء المستهدف من السوق، خفض التكلفة، توسيع الخدمات المقدمة للعينة السوقية المستهدفة، الاعتماد على الوسائل التكنولوجية والأدوات والكفاءات المتوفرة في السوق (بورنان و معراج، 2017، صفحة 275) .

من خلال ما سبق تتضح أهمية الابتكارات التكنولوجية داخل المنظمة بفعل مساهماتها الفعالة في تحقيق وتنفيذ الاستراتيجيات التنافسية المختلفة التي تعتبر مصدرا مهما للميزات التنافسية والتفوق التنافسي، فمن دون ابتكار لا يمكن للمؤسسة المحافظة على مكانتها في السوق والاستمرار في أداء نشاطها بفعل التغيرات الكثيرة المحيطة ببيئة الأعمال وخاصة التطورات التكنولوجية.

## 2–مراجعة الأدبيات السابقة

بداية بدراسة (Pervaiz, 1998) بعنوان **"تقييم الابتكار أفضل ممارسة"** تعتبر هذه الدراسة أن الابتكار عملية جد معقدة وتزداد أهميتها في ظل ضغط المنافسة والتكنولوجيا والتغيرات في البيئة الخارجية وماهو صعب فعلا إدارة الابتكار في المنظمة، قامت الدراسة بفحص العوامل التي تؤثر على الابتكار وذكرت منها: (التكوين التنظيمي، ثقافة المنظمة، الاستراتيجية والقيادة)، وحسب الباحث ففهم الممارسات في مجال الابتكار غير واضح المعالم وأنه نشاط هش وضعيف خصوصا أن المنظمات تعاني من دعم الابتكار في الأمد البعيد.

دراسة (Lawson & Samson, 2001) كانت هذه الدراسة بعنوان **"تنمية القدرة الابتكارية في المنظمات: نهج القدرات الدينامية"** حيث قام الباحثان باستعراض للأدبيات المتعلقة بإدارة الابتكار إلى جانب دراسة حالة مؤسسة Cisco Systems وتطور نموذجا مفاهيميا للشركة كمحرك للابتكار الذي يرى أن الاستثمار في القدرة على الابتكار هو الاستثمار الأساسي وتقترح سبعة عناصر للقدرات الدينامية على الابتكار هي: (الرؤية والاستراتيجية، توفير قاعدة الكفاءة، الذكاء التنظيمي، الإبداع وإدارة الأفكار، الهياكل والأنظمة التنظيمية، الثقافة والمناخ، إدارة التكنولوجيا)، اتبعت الدراسة منهج دراسة حالة وأوصت في الأخير بتعزيز المعرفة في إدارة الابتكار.

دراسة (العزاوي، 18–19 أفريل 2012) بعنوان **"أثر العوامل الاستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي"** والتي طبقت دراستها الميدانية على البنوك التجارية الكويتية، فحسب هذه الدراسة فإن العوامل الاستراتيجية تمثل عواملا ذات

أهمية بالغة لنجاح منظمات الأعمال لما لها من دور فعال في تحقيق مستويات عالية من الأداء والمزايا التنافسية، وقد حددت هذه العوامل بالعناصر التالية: التكنولوجيا، الالتزام التنظيمي، الذكاء التنافسي، واتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل الاستراتيجية بأبعادها في تحقيق التفوق التنافسي وتوصي بضرورة الاهتمام باستخدام التكنولوجيا مما يساعد على توفير وتعزيز الإجراءات الرقابية على أعمال المصارف.

دراسة (Lahovnik & Breznik, 2013) بعنوان **"إدارة الابتكار والقدرات التكنولوجية كمصدر للميزة التنافسية"** بحيث تهدف إلى اقتراح نموذج للقدرات التكنولوجية من أثرها المحتمل على الميزة التنافسية المستدامة في الصناعة العالمية وتثري هذه الدراسة الجانب المعرفي حول أهمية القدرات الإبداعية كأهم عنصر ومصدر مهيمن للميزة التنافسية، والابتكارات جد مهمة لبقاء المؤسسات ونموها.

دراسة (Mechta, Chandani, & Neerja, 2014) بعنوان **"الإبداع والابتكار: ضمان للنمو"**، أتى في مضمون هذه الدراسة أن الابتكار يعتبر عملية حاسمة من أجل رفاه المنظمة وحسب وجهة نظر الباحثين مجتمع المعرفة يتطلب أن تكون لدى الأعضاء والمديرين مهارات حاسوبية أساسية إضافة إلى المهارات التقليدية من قراءة وكتابة وغيرها، ويؤكدون على المعرفة كعنصر أساسي لتحسين مستوى أداء الموظفين وأن المنظمات مجبرة على التحول إلى منظمات قائمة على المعلومات وتنظيم الابتكار والمشاريع باعتبارهما عملا معرفيا مثاليا، وقد حددت الدراسة أبعاد الابتكار في: (التدريب، ظروف العمل/ثقافة الابتكار، تحليل الفجوة، عملية إعادة هندسة الأعمال، التميز التنظيمي) واتبعت منهج دراسة الحالة لفهم أهمية الابتكار بالنسبة لأي منظمة، وتوصي بوضع ثقافة مناسبة وأسلوب قيادة مناسب، التركيز بشكل أكبر على الهياكل غير الرسمية والاتصالات المستمرة ما يوفر ميزة قوية للمنظمات.

دراسة (خضير، 2014) بعنوان **"أثر القيادة الاستراتيجية في التفوق التنافسي في معمل سمنت الكوفة "** حيث تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد استخدمت الباحثة الأبعاد التالية لقياس القيادة الاستراتيجية (الاستراتيجيون، تنظيم المعلومات الاستراتيجية، القرارات الاستراتيجية، الرؤية الاستراتيجية، التفكير الاستراتيجي)، أما أبعاد التفوق التنافسي المعتمدة هي (الكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع)، توصلت الدراسة في الأخير إلى نتائج عديدة أهمها أن لمتغيرات القيادة الاستراتيجية ارتباط مهم بعلاقتها بأبعاد التفوق التنافسي بالدرجة الأولى الكلفة ثم الجودة ثم التسليم ثم الإبداع وأخيرا المرونة، وتوصي الباحثة بضرورة تطوير ممارسات المشاركة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية في كافة المستويات الإدارية لدورها في رفع دافعية العاملين وتنفيذ الخطط الاستراتيجية بما يحقق الأسبقيات التنافسية للمنظمة.

دراسة (بوقابة، 2017) عالجت الدراسة موضوع مشابه لدراستنا الحالية بعنوان **"الإبداع التكنولوجي مدخل لتحقيق التفوق التنافسي للمنظمة"** وهي دراسة نظرية بحتة تعتبر الباحثة من خلالها أن استراتيجية التميز في المنظمات تتحقق من خلال العمليات الفكرية الذكية مثل الإبداع، الابتكار، التجديد، البحث والتطوير لتقديم خدمات غير قابلة

للتقليد من قبل المنافسين وأن أهمية الإبداع التكنولوجي تكمن في تحقيق القيمة لذلك فالمنظمات ملزمة بالاستثمار فيه وحمايته في سبيل إيجاد التفوق التنافسي.

### 2-1 التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال ما تم عرضه من دراسات تصب في موضوع دراستنا من بعيد أو قريب، تكمن أوجه الاختلاف في العديد من النقاط أهمها أن أغلب الدراسات المتناولة لم تربط بين الابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي ماعدا دراسة (بوقابة، 2017) التي تطرقت لموضوع "الإبداع التكنولوجي مدخل لتحقيق التفوق التنافسي للمنظمة" إلا أنها كانت دراسة نظرية بحتة، وتمثلت أوجه الاستفادة من هذه الدراسات في إثراء الجانب النظري وكذا الاعتماد عليها في تحديد الأبعاد التي سنتبناها في دراستنا.

## 4-الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

في هذا العنصر سنبرز أهم الإجراءات المتبعة في الجانب التطبيقي انطلاقا من تحديد حجم عينة الدراسة إلى الأداة المستخدمة لجمع البيانات واختبار صدقها وثباتها.

### 4-1 العينة المأخوذة والأداة المستخدمة في الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي وموظفات البنك الوطني الجزائري وكالة قسنطينة، حيث تم التوصل إلى عينة مجموعها 30 فردا بعد أن تم توزيع 40 استمارة تم التخلي عن 10 استمارات كونها غير صالحة للتحليل، وتتمثل أداوات الدراسة أولا في المقابلة حيث تم مقابلة عينة من الموظفين لتحديد مدى إدراكهم وفهمهم لمتغيري الدراسة، وبناء التصورات المبدئية والاتجاهات الأولية حول الأبعاد المناسبة للدراسة، ثانيا تم بناء استبيان يضم مجموعة من الأسئلة مقسمة إلى جزءين، الجزء الأول تناول المتغيرات الشخصية للعينة المدروسة والمتمثلة في: النوع، السن، المستوى التعليمي، الوظيفية، سنوات الخبرة، أما الجزء الثاني قسم إلى محورين، تطرق المحور الأول إلى بعدي الابتكار التكنولوجي وهما الابتكار الجذري والابتكار التدريجي والتي خصص لها 11 عبارة، والمحور الثاني تناول التفوق التنافسي بأبعاده التكلفة، الجودة، المرونة، حيث خصص له 15 عبارة.

### 4-2 صدق وثبات الاستبيان

- **الصدق الظاهري للاستبيان:** تم عرض الاستبيان بصيغته الأولية على مجموعة من المحكمين حيث تم الأخذ بملاحظاتهم وتعقيباتهم وإجراء التعديلات اللازمة.

- **صدق الاتساق الداخلي:** قمنا بحساب صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة البالغ حجمها 30 مفردة وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور التابعة له بالاعتماد على "معامل الارتباط بيرسون". حيث أظهرت نتائج الاتساق الداخلي معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان والدرجة الكلية للمحور معاملات موجبة تماما وفاقت 75%، مما يؤكد الصدق الداخلي لعبارات المحاور أي أنها صادقة لما وضعت لقياسه.
- **ثبات الاستبيان:** في هذا العنصر سنحاول إبراز ثبات أداة الاستبيان أي التأكد من أن إجابات العينة المبحوثة ستكون نفسها لو تكرر تطبيقها على نفس العينة في أوقات أخرى وهذا بحساب معامل ألفا كرونباخ لكل عبارات محاور الجزء الثاني معا كالتالي:

**الجدول –1–: معامل ألفا كرونباخ**

| البعد او المحور | عدد الفقرات | معامل Alpha de Cronbach | البعد او المحور | عدد الفقرات | معامل Alpha de Cronbach |
|---|---|---|---|---|---|
| بعد الابتكار الجذري | 6 | 0.944 | بعد الجودة | 5 | 0.959 |
| بعد الابتكار التدريجي | 5 | 0.945 | بعد المرونة | 5 | 0.962 |
| محور الابتكار التكنولوجي | 11 | 0.973 | محور التفوق التنافسي | 15 | 0.982 |
| بعد التكلفة المنخفضة | 5 | 0.929 | الاستبيان ككل | 26 | 0.989 |

**المصدر: مخرجات برنامج** SPSS V.23.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ أكبر من 90% بالتالي فإن أداة الاستبيان ثابتة.

## 5–عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

في هذا العنصر سنعرض النتائج المتوصل إليها بعد القيام بالاختبارات المناسبة، وتحليلها باستخدام مخرجات برنامج SPSS V.23 وتفسيرها، والتأكد من صحة الفرضيات من عدمها.

**5–1 خصائص عينة الدراسة:** من أجل تحليل خصائص العينة المدروسة تم الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية لكل من النوع، السن، المستوى التعليمي، الوظيفية، سنوات الخبرة وذلك حسب ما يبينه الجدول التالي:

**الجدول –2–: الخصائص الوصفية لعينة الدراسة**

| | الخصائص الوصفية لعينة الدراسة | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|---|
| **النوع** | ذكر | 16 | 53.3 |
| | أنثى | 14 | 46.4 |
| **السن** | ما بين 25 و 35 سنة | 14 | 46.4 |
| | ما بين 35 و 50 سنة | **2** | 36.7 |
| | أكثر من 50 سنة | 5 | 16.71 |
| **المستوى التعليمي** | ثانوي | 2 | 6.7 |
| | جامعي | 21 | 70 |
| | دراسات عليا | **7**7 | 23.3 |
| **الوظيفة** | مدير عام | 1 | 3.3 |
| | نائب مدير عام | 4 | 13.3 |
| | رئيس قسم | 2 | 6.7 |
| | موظف | 23 | 76.7 |
| **سنوات الخبرة** | أقل من 5 سنوات | 8 | 26.7 |
| | ما بين 5 و 10 سنوات | 8 | 26.7 |
| | أكثر من 10 سنوات | 14 | 46.7 |

**المصدر: من إعداد الباحثتان بالاعتماد على مخرجات برنامج** SPSS V.23.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المستجوبين تقريبا هم ذكور وإناث بالمناصفة، حيث كانت نسبة الذكور 53.3% والإناث نسبتهم 46.7% والنسبة الأكبر منهم كانت أعمارهم تتراوح ما بين 25 و 35 سنة مقدرة بـ 46.7%، وأغلبهم جامعيين حيث كانت نسبتهم 70%، وكانت حصة الأسد من الإجابات من نصيب الموظفين الذين بلغت نسبتهم 76.7% الذين لهم في الغالب أكثر من 10 سنوات خبرة حيث قدرت نسبتهم بـ 46.7%، ومنه يتبين لنا أن البنك المدروس يتبنى سياسة توظيف الموارد البشرية الكفؤة ذات المستوى الجامعي فأكثر في الغالب، إضافة إلى أن عامل الخبرة يلعب دورا كبيرا في الحصول على الترقيات بالنسبة للموظفين ذوو الخبرة الطويلة في المجال الذي يشغلونه.

## 5-2 اتجاهات إجابات العينة المدروسة على الأسئلة الواردة في الاستبيان

**الجدول -3-: اتجاهات إجابات العينة لأسئلة وأبعاد الاستبيان**

| | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | اتجاه الاجابات |
|---|---|---|---|---|
| بعد الابتكار الجذري | قام البنك مؤخرا بإجراء تغييرات جذرية في هيكلها التنظيمي. | 3,30 | 0,9150 | **محايد** |
| | يخصص البنك نفقات للبحث والتطوير. | 3,67 | 1,093 | **موافق** |
| | يقوم البنك بإجراء تغييرات جذرية في النظم المعلوماتية التي تستخدمها لتتكيف مع متغيرات بيئتها الخارجية. | 3,47 | 1,224 | **موافق** |
| | يتبنى البنك تكنولوجيات حديثة تشجع على الابتكار. | 3,43 | 1,135 | **موافق** |
| | يخصص البنك نفقات لتكوين وتدريب موظفيها على استخدام التقنيات الحديثة. | 3,83 | 1,020 | **موافق** |
| | يعمل البنك على تخصيص نفقات لتسويق خدماتها المبتكرة بالطرق الحديثة. | 4,00 | 0,788 | **موافق** |
| | **اجمالي البعد** | **3,61** | **0.918** | **موافق** |
| بعد الابتكار التدريجي | ابتكر البنك مؤخرا طرقا جديدة لتحسين عملية عرض خدماتها. | 3,73 | 0,640 | **موافق** |
| | يوجد بالبنك فرق عمل متخصصة بتعديل وتحسين التكنولوجيات المعتمدة. | 3,67 | 1,028 | **موافق** |
| | يهتم البنك بآراء زبائنها حول خدماتها المسوقة بغية إضفاء تعديلات عليها. | 3,63 | 0,999 | **موافق** |
| | ينتج عن عمليات التحسين المستمرة براءات اختراع تشجع على الابتكار أكثر. | 2,83 | 1,147 | **محايد** |
| | يعمل البنك على اقتناء التكنولوجيات الحديثة وتدريب الموظفين عليها بهدف الدخول في حيز المنافسة العالمية. | 3,20 | 1,297 | **محايد** |
| | **اجمالي البعد** | **3,41** | **0.952** | **موافق** |
| بعد التكلفة المنخفضة | تسعى إدارة البنك إلى توظيف العاملين ذوي الخبرة والكفاءة في مجال التكاليف المنخفضة. | 3,00 | 1,083 | **محايد** |
| | تتمتع إدارة البنك بقدرة عالية على التنبؤ بالمخاطر وبالتالي تقليل الخسائر الناتجة عنها. | 3,37 | 1,189 | **موافق** |
| | تسعى إدارة البنك إلى وضع استراتيجيات تسويقية ذات تكلفة منخفضة لجذب أكبر عدد من الزبائن. | 3,43 | 1,104 | **موافق** |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | تسعى إدارة البنك إلى إنجاز وتجسيد مختلف الأفكار الإبداعية الجيدة بالاعتماد على تكنولوجيات منخفضة التكلفة. | 3,10 | 1,155 | **محايد** |
| | يقدم البنك منتجات وخدمات مصرفية ذات تكلفة منخفضة مقارنة بالبنوك الأخرى. | 3,67 | 0,758 | **موافق** |
| | **اجمالي البعد** | **3,31** | **0.985** | **محايد** |
| **بعد الجودة** | يستقطب البنك موارد بشرية كفؤة لها مؤهلات علمية وعملية. | 3,27 | 1,230 | **محايد** |
| | يمتلك البنك القدرة على تقديم خدمات وعروض إضافية متميزة مقارنة بمنافسيها. | 3,70 | ,988 | **موافق** |
| | يتوفر البنك على تكنولوجيات حديثة لا تتوفر عليها البنوك المنافسة الأخرى. | 2,93 | 1,258 | **محايد** |
| | يمتلك البنك القدرة العالية على اكتشاف الفرص الموجودة في السوق واقتناصها. | 3,53 | 0,937 | **موافق** |
| | يولي البنك اهتمامه بالموظفين المبتكرين ويحفزهم على تقديم الجديد. | 2,83 | 1,341 | **محايد** |
| | **اجمالي البعد** | **3,25** | **0.879** | **محايد** |
| **بعد المرونة** | يستجيب البنك لطلبات زبائنه بسرعة. | 3,43 | 1,073 | **موافق** |
| | يمتلك البنك القدرة على التكيف مع التغيرات المحيطة ببيئة الأعمال. | 3,60 | 1,037 | **موافق** |
| | يبذل البنك جهودا كثيرة لتطوير تكنولوجيات جديدة تتماشى وأسلوب حياة العملاء. | 3,43 | 1,165 | **موافق** |
| | يعتبر البنك أن إتقان استخدام وسائل الإعلام والاتصال العامل الأول للنجاح. | 3,67 | 0,994 | **موافق** |
| | يقدم البنك باقات متنوعة من المنتجات والخدمات المصرفية التي تتناسب مع احتياجات الأفراد والشركات. | 3,93 | 0,740 | **موافق** |
| | **اجمالي البعد** | **3,61** | **1.095** | **موافق** |

**المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.23.**

من خلال الجدول أعلاه يمكن تسجيل الملاحظات التالية:

- أغلب إجابات العينة المدروسة اتجهت نحو الموافقة حيث انحصرت المتوسطات الحسابية بين 3.4 و 4.2 لجميع أسئلة الاستبيان والأبعاد المتمثلة في (الابتكار الجذري، الابتكار التدريجي، التكلفة الواطئة، الجودة، المرونة)، أما البقية فاتجهت نحو الحياد وانحصرت المتوسطات الحسابية بين 2.6 و 3.3 وقد يرجع ذلك إلى طبيعة العينة بحد

ذاتها فأغلبها تتكون من الجامعيين الذين تتباين سنوات خبرتهم في المؤسسة ويرجح أن تلك الإجابات الموجهة نحو الحياد كانت للموظفين الذين لديهم أقل من 5 سنوات خبرة حيث لم يستطيعوا تحديد وجهة نظرهم بدقة؛

- الانحرافات المعيارية كانت متأرجحة بين أن تكون مقبولة وأن تكون متشتتة، يمكن أن يرجع سبب اختلاف آراء العينة حول أسئلة الاستبيان إلى اختلاف وجهات نظرهم التي من الممكن أن تُعزى إلى السن أو الوظيفة التي يشغلونها أو سنوات الخبرة.

## 3.5 اختبار الفرضيات الفرعية والفرضية الجوهرية:

### 1.3.5 اختبار الفرضيات الفرعية:

❖ **اختبار الفرضية الفرعية الأولى القائلة:** "تتوافر عناصر الابتكار التكنولوجي بدرجات متوسطة في البنك الوطني الجزائري بقسنطينة". بالنظر إلى الجدول رقم (3) يمكن ملاحظة أن المتوسطات الحسابية لأسئلة الابتكار التكنولوجي عموما أكبر من المتوسط الفرضي 3 وبشكل أكثر تحديدا كانت أكبر من 3.40 وبلغت 4.00 وقيمة المتوسطات لبعديه الابتكار الجذري والابتكار التدريجي كانتا على التوالي: 3.61، 3.41 والتي تنتمي إلى خانة الموافقة دلالة على وجود عناصر الابتكار التكنولوجي بدرجة متوسطة ما يؤكد صحة الفرضية.

❖ **اختبار الفرضية الفرعية الثانية القائلة:** "يحقق البنك الوطني الجزائري بقسنطينة عناصر التفوق التنافسي بدرجات متوسطة". يتضح من الجدول رقم (3) أن قيم المتوسطات فيما يخص الأسئلة المتعلقة بقياس التفوق التنافسي تتجه نحو خيار الموافقة بدرجة متوسطة إلا في بعض العبارات التي كانت متوسطاتها تفوق 3.40، وإجمالا كانت المتوسطات الحسابية لعناصر التفوق التنافسي (التكلفة المنخفضة، الجودة، المرونة) على التوالي: 3.31، 3.25، 3.61 دلالة على ضعف مستوى وجود عنصري التكلفة المنخفضة والجودة أما عنصر المرونة فقد كانت درجة تواجده متوسطة، وهذا ما ينفي صحة الفرضية فالغالب أن عناصر التفوق التنافسي كانت متواجدة بدرجة بسيطة.

❖ **اختبار الفرضية الفرعية الثالثة القائلة:** "يوجد أثر معنوي وإيجابي للابتكار الجذري على تحقيق التفوق التنافسي بالبنك الوطني الجزائري بقسنطينة". يتم اختبار صحة هذه الفرضية من خلال القيام باختبار الارتباط الخطي البسيط بين كل من الابتكار الجذري والدرجة الكلية للتفوق التنافسي وذلك وفقا لما يبينه الجدول الموالي، حيث يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية **Sig=0,000** وهو أقل من 0,05، وهذا ما يدل على أن هناك إرتباط خطي بين المتغير المستقل الابتكار الجذري والمتغير التابع التفوق التنافسي وبالتالي فالنموذج ملائم لدراسة الأثر.

**الجدول –4–: تحليل الانحدار للفرضية الفرعية الثالثة**

| Sig. | t | Coefficients standardisés | Coefficients non standardisés | | Modèle |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Bêta | Erreur standard | B | |
| ,154 | -1,465 | | 2,948 | -4,320 | (Constante) 1 |
| ,000 | 19,304 | ,964 | ,132 | 2,545 | الدرجة_الكلية_للابتكار_الجذري |
| Sig. | | F | $R^2$ | R | |
| 0.000 | | 372,647 | 0.930 | 0.964 | |

**المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.23.**

من خلال الجدول رقم (4) يمكن استنتاج ما يلي:

- قيمة معامل التحديد $R^2$ بلغت 0.928؛ ما يفسر أن 92,8% من التغيرات الحاصلة في التفوق التنافسي ترجع إلى تأثير الابتكار الجذري؛ وهو ما يعبر على أن هناك أثر إيجابي قوي لبعد من أبعاد المتغير المستقل (الابتكار الجدري) على المتغير التابع (التفوق التنافسي).

- قيمة معامل الانحدار بلغت 2.545 ومستوى المعنوية **Sig=0,000** وهو أقل من 0,05؛ وهذا ما يعني وجود أثر موجب ومعنوي للابتكار الجذري على تحقيق التفوق التنافسي. من خلال ما سبق **نؤكد تحقق الفرضية الفرعية الثالثة.**

❖ **اختبار الفرضـــية الفرعية الرابعة القائلة: ""يوجد أثر معنوي وإيجابي للابتكار التدريجي على تحقيق التفوق التنافسي بالبنك الوطني الجزائري بقسنطينة"**؛ يتم اختبار صحة هذه الفرضية من خلال القيام باختبار الارتباط الخطي البسيط بين كل من الابتكار التدريجي والدرجة الكلية للتفوق التنافسي وذلك وفقا لما يبينه الجدول الموالي:

**الجدول –5–: تحليل الانحدار للفرضية الفرعية الثالثة**

| Sig. | t | Coefficients standardisés | Coefficients non standardisés | | Modèle |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Bêta | Erreur standard | B | |
| ,663 | -,441 | | 1,729 | -,762 | (Constante) 1 |
| ,000 | 30,971 | ,986 | ,098 | 3,027 | الدرجة_الكلية_للابتكار_التدريجي |
| Sig. | | F | $R^2$ | R | |
| ,000 | | 959,230 | 0.972 | 0.986 | |

**المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.23.**

- قيمة معامل التحديد $R^2$ بلغت 0.972، ما يفسر أن 97,2% من التغيرات الحاصلة في التفوق التنافسي ترجع إلى تأثير الابتكار التدريجي؛ وهو ما يعبر على أن هناك أثر إيجابي قوي لبعد من أبعاد المتغير المستقل (الابتكار التدريجي) على المتغير التابع (التفوق التنافسي).
- قيمة معامل الانحدار بلغت 3.027 ومستوى المعنوية **Sig=0,000** وهو أقل من 0,05؛ وهذا ما يعني وجود أثر موجب ومعنوي للابتكار التدريجي على تحقيق التفوق التنافسي. **وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الرابعة.**

❖ **اختبار الفرضية الجوهرية القائلة: يوجد أثر إيجابي ومعنوي للابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي بالبنك الوطني الجزائري بقسنطينة"**، يتم اختبار صحة هذه الفرضية من خلال القيام باختبار الارتباط الخطي البسيط بين كل من الابتكار والدرجة الكلية للتفوق التنافسي وذلك وفقا لما يبينه الجدول الموالي:

**الجدول –6–: تحليل الانحدار للفرضية الفرعية الثالثة**

| Modèle | | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 | (Constante) | -3,371 | 2,133 | | -1,580 | ,125 |
| | الدرجة_الكلية_للابتكار | 1,400 | ,053 | ,980 | 26,281 | ,000 |
| | | R | $R^2$ | F | Sig. | |
| | | 0.980 | 0.961 | 729,133 | ,000 | |

**المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.23.**

من خلال الجدول رقم (6) يمكن استنتاج ما يلي:

- قيمة معامل التحديد $R^2$ بلغت 0.961، ما يفسر أن 96,1% من التغيرات الحاصلة في التفوق التنافسي ترجع إلى تأثير الابتكار التكنولوجي وهو ما يعبر على أن هناك أثر إيجابي قوي للمتغير المستقل (الابتكار التكنولوجي) على المتغير التابع (التفوق التنافسي).
- قيمة معامل التحديد بلغت 1.400 ومستوى المعنوية **Sig=0,000** وهو أقل من 0,05، وهذا يعني وجود أثر موجب ومعنوي للابتكار التكنولوجي على تحقيق التفوق التنافسي، وهذا ما يجعلنا **نؤكد صحة الفرضية الجوهرية.**

**خاتمة:**

من خلال ما تم عرضه في الجانب النظري إضافة إلى ما أسفرت عنه نتائج الدراسة الميدانية، يمكن أن نخرج بالاستنتاجات التالية:

- ✓ أصبح الابتكار التكنولوجي أحد أهم العوامل المفتاحية للنجاح والتي يجب على أي مؤسسة مهما كان القطاع الذي تنتمي إليه، أن تكون حساسة اتجاه التغيرات الحاصلة في التكنولوجيا ومحاولة التحسين المستمر في التقنيات التي تتبناها حتى تستطيع المحافظة على مكانتها السوقية في ظل احتدام المنافسة؛
- ✓ التفوق التنافسي ذو أهمية بالغة ويعتبر الهدف الأسمى لكل المؤسسات، وبلوغه يتطلب اختيار البدائل الاستراتيجية المناسبة من ناحية التكاليف والجودة بناء على ما تمتلكه المؤسسة من نقاط قوة وضعف ومؤهلات بشرية ذات مستوى عال من المعرفة خصوصا في المجال التكنولوجي؛
- ✓ المؤسسة محل الدراسة تتوفر على عناصر الابتكار التكنولوجي بدرجة متوسطة؛
- ✓ المؤسسة محل الدراسة تحقق عناصر التفوق التنافسي بدرجة ضعيفة إلى متوسطة؛
- ✓ توجد علاقة ارتباط وتأثير قوية وإيجابية بين الابتكار التكنولوجي والتفوق التنافسي.

وبناء على ما سبق توصي الدراسة بـ:

- ✓ ضرورة إدراك أهمية اقتناء التكنولوجيات الحديثة وتدريب الموظفين على استخدامها؛
- ✓ تقوية عناصر التفوق التنافسي لدى المؤسسة محل الدراسة من خلال التعمق في دراسة السوق واحتياجاته ومتطلباته والعمل على الوفاء بها بشكل أسرع من المنافسين؛
- ✓ تعزيز تقنيات التطوير التكنولوجي داخل المؤسسة من خلال الاهتمام بوظيفتي البحث والتطوير، التدريب والتكوين.

**قائمة المراجع:**

Aravind, F., & Damanpour, D. (2011). Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. *Management and Organization Review*, 423-454. doi:10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x
Aravind, F., & Damanpour, D. (2011). Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. *Management and Organization Review*, 423-454. doi:10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x

Ben Achour , H., Yassad , L. M., & Belaghemas , B. (2022). How to achieve competitive advantage under the management of excellence. *El-Naciryia for the social and historical studies. Mascara University, 13*(1), 878-901.

Bhattacharyya.S, & Job. (2007). Creativity and Innovation for competitive excellence in organisations. *Research Scholar Departement of Management*, 53-63.

Bigliardi, B., Colaciono, P., & Dormio, A. I. (2011). Innovative characteristics of small and medium entreprises. *Technology Management and Innovation. Facultad de Economía y Negocios, Universidad Alberto Hurtado*, 83-93.

Drucker, P. (2014). *Innovation and Entrepreneurship.* USA: Routledge.

Gaffrad, J. L. (1990). *Economie industrielle et de l'innovation.* Paris: Dalloz.

Lahovnik, M., & Breznik, L. (2013). Innovation Management and Technological Capabilities as a source of Competitive Advantage. *International Conference: active Citizenship by knowledge management & innovation Proceedings of the management knowledge and learning* (pp. 771-779). Zadar, Croatia: ToKnowPress.

Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability in Organisations: A dynamic capabilities approach. *international journal of Innovation Management. Imperial College Press, 5*(3), 377-400.

Mechta, M., Chandani, A., & Neerja, B. (2014). Creativity and Innovation: Assurance for growth. *Procedia Economic and Finance. Elsevier, 11*, 804-811. doi:doi:10.1016/S2212-5671(14)00244-5

Paul, B., Baltes, J., Smelser, & Neil, J. (2001). Technological Innovation. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 15498-15502). Oxford: Pergamon.

Pervaiz, K. (1998). Benchmarking innovation best practice. *Benchmarking for Quality Management & technology. MCB University Press Ltd, 5*(1), 45-58. doi:http://dx.doi.org/10.1108/14635779810206803

Porter, M. (1998). *Lavantage concurrentiel des Nations comment devancer ses concurrents et maintenir son avance; Résumé de l'édition traduite de l'Américain par Philippe de lavergue.* Paris: Free Press.

Scherer, F. M. (2001). Innovation and Technological Change. *Economics of International Encylopedia of the social and behavioral sciences*, 7530-7536. doi:10.1016/b0-08-043076-7/02308-1

Thomas, K. D. (2022). *What is Radical Technological Innovation*. doi:10.4018/978-1-4666-8433-1

أحلام صالح مهدي. (2005). الدور الاستراتيجي في تحقيق التفوق التنافسي. *مجلة التقني. الجامعة التقنية الوسطى، 18*(4)، 14-29. تم الاسترداد من https://www.iasj.net/iasj/search?query=

أحمد دن، فتحي النوي، و عبدالقادر بن سيدي . (2014). دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات. *مجلة البديل الاقتصادي. جامعة زيان عاشور الجلفة، 1*(2)، 141-157.

أحمد طرطار. (2011). الميزة التنافسية واستراتيجيات التنافس كمدخل لترشيد أداء المؤسسة الاقتصادية. *مجلة العلوم الإنسانية. جامعة محمد خيضر بسكرة، 11*(1)، 355-368. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/49487

أحمد علماوي، و مصطفى طويطي. (2016). مساهمة إدارة المعرفة في تعزيز التفوق التنافسي للمؤسسات الاقتصادية –دراسة حالة سوق الهاتف النقال بالجزائر–. *مجلة رؤى اقتصادية. جامعة الوادي، 6*(10)، 261-281.

رياض بوعيسى، و سمير بن سحنون. (2019). أثر الاستراتيجية الهجومية في تحقيق التفوق التنافسي، دراسة حالة مؤسسة ماكستور. *مجلة البشائر الاقتصادية. جامعة طاهري محمد بشار، 5*(2)، 1000-1014.

سامي مباركي، و محمد قريشي. (2016). دور الابتكار التكنولوجي في تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية. *مجلة العلوم الإنسانية. جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد* (44)، 397-418.

عبد الوهاب بن بريكة، و زينب بن التركي. (13/12 ماي 2010). مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة. ورقة عمل مقدمة إلى *الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة البليدة: كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، المنعقد بتاريخ 13-12 ماي 2010*، (الصفحات 1-18).

علي دبي، و أسماء برهوم. (2018). خصوصية الابتكار التكنولوجي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية. *مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية*. جامعة زيان عاشور الجلفة. *12*(3)، 194-213.

فاطمة الزهراء بورنان، و هواري معراج. (2017). دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية. *مجلة دراسات العدد الاقتصادي. جامعة الأغواط، 8*(3)، 265-278.

فيروز علي خضير. (2014). أثر القيادة الاستراتيجية في التفوق التنافسي دراسة حالة من معمل سمنت الكوفة. *مجلة الإدارة والاقتصاد. جامعة كربلاء، 3*(12)، 78-96.

ليلى بن عاشور، و نجية ضحاك . (2018). الإبداع والابتكار وتأثيرهما على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. *مجلة أداء المؤسسات الجزائرية. جامعة قاصدي مرباح ورقلة*، 38-51.

محمد عبدالفتاح الصيرفي. (2003). *الإدارة الرائدة* (الإصدار الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

نجم العزاوي. (18-19 أفريل 2012). أثر العوامل الاستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي. ورقة عمل مقدمة إلى *الملتقى الوطني الموسوم بـ: استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- جامعة قاصدي مرباح ورقلة. المنعقد بتاريخ 18-19 أفريل 2012*، (الصفحات 1-21).

وردية بوقابة. (2017). الإبداع التكنولوجي كمدخل لتحقيق التفوق التنافسي للمنظمة. *مجلة أبعاد اقتصادية. جامعة امحمد بوقرة بومرداس، 7*(2)، 487-508.