



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع :/2017

القسم: علوم التسيير

الميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الشعبة: علوم التسيير

التخصص : مالية و بنوك

مذكرة بعنوان :

مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR ميله

مذكرة مكمله لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص " مالية وبنوك "

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبتين :

— هشام حريز

— إيمان بوشلوخ

لجنة المناقشة :

— صباح مخناش

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميله	جابر زيد
مناقشا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميله	رحمة كراش
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميله	هشام حريز

السنة الجامعية: 2016/2017



شكر وتقدير

بعد حمد الله سبحانه وتعالى وشكره على ما أعطانا والصلاة والسلام على نبيه محمد صلى الله عليه وسلم

إن الاعتراف بالجميل لأهل الفضل واجب وأكد

نتقدم بالشكر الجزيل والتقدير الكبير إلى أستاذنا الفاضل "حريز هشام" الذي كان لنا سندا بعد المولى عز وجل والذي لم يبخل علينا بمعلوماته ونصائحه الثمينة ومعارفه القيمة، التي أعطت نتائجها هذا العمل ونزيده شكرا على تخصيص جزء كبير من وقته لإنجاز هذا البحث

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذنا "زيد جابر" الذي تواضع مشكورا مقدما الكثير من وقته وجهده في إبداء ملاحظاته وتوجيهاته وكذا صبره وسعة صدره وحرصه الدائم على إتمامه في أحسن الظروف التي كانت لها الأثر الكبير في إتمام هذا العمل إليك أصدق معاني العرفان بالجميل، ندين لك بكل حرف وكلمة وبكل فكرة وبكل نجاح، جزاك الله الصحة والنعمة في الدنيا وجنة الرضوان في الآخرة أحيي فيه روح التواضع والمعاملة الجيدة لنا و **"الروعة"** فجزاه الله خيرا.

وفي الختام نشكر كل من ساعدنا في إتمام هذا العمل وشجعني على البحث ولوب كلمة طيبة وابتسامة حلوة أو دعاء في علم الغيب، ونقول للجميع جزاكم الله خير جزاء.

إيمان وصباح



الملخص:

تقوم المؤسسات المالية بدور هام في الاقتصاد فهي تعتبر جزء من النظام المالي الذي يخدم المجتمع من خلال تقديم الخدمات المالية التي تحتاج لها لممارسة نشاطاته اليومية وتنمية اقتصادياته. وتتمثل الوظيفة الأساسية لهذه المؤسسات في ظل هذا النظام في تحويل أموال من المقرضين إلى المقترضين.

وفي ظل عمليات التحرر والانفتاح المالي والمصرفي ومختلف التطورات التي مست هذه المؤسسات أصبح من الضروري عليها احتضان عمليات الإبداع التكنولوجي وذلك بهدف خلق قيمة مضافة للاقتصاد ككل حيث بدأت هذه المؤسسات باعتماد التجديد والتطوير كمرتكز أساسي في الديمومة والبقاء.

وتهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية وقد اتضح لنا أن هذه المؤسسات فعلا تولي أهمية بالغة للإبداع التكنولوجي.

كما توصلنا أيضا من خلال الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- أن الإبداع التكنولوجي يعطي المؤسسة القدرة على تقديم خدمات جديدة تستطيع بها كسب حصص سوقية إضافية كما خلصنا إلى أن استخدام الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية هو ضرورة حتمية.

الكلمات المفتاحية: الإبداع التكنولوجي، المؤسسات المالية

Abstract:

Financial institutions play an important role in the economy. They are part of the financial system that serves the society by providing the financial services it needs to carry out its daily activities and developing its economies. the main function of these institution is to transfer funds from the lenders to the borrower.

Liberalization, financial banking openness, and the various developments in which these institutions is to transfer funds from the lenders to the borrowers.

Liberalization and financial and banking openness and the various developments in which these institutions have become necessary to embrace the processes of technological innovation in order to create added value to the economy as a whole. these institutions have begun to adopt innovation and development as a fundamental foundation for sustainability and survival.

This study aims to highlight the status of technological innovation gives the institution the ability to provide new services in which it can gain additional market shares. we also concluded that use of technological innovation is an absolute necessity in any financial institution

Key words: Financial institutions, technological innovation

فهرس المحتويات	
رقم الصفحة	العناصر
I	البسمة
II	شكر وتقدير
III	ملخص الدراسة
V	فهرس المحتويات
VIII	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
ب-ز	المقدمة العامة
32-2	الفصل الأول: الإطار النظري للمؤسسات المالية
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية المؤسسات المالية
3	المطلب الأول: تعريف المؤسسات المالية وتقسيماتها
5	المطلب الثاني: أهداف المؤسسات المالية ونشاطاتها
9	المطلب الثالث: خدمات المؤسسات المالية
11	المبحث الثاني: المؤسسات الودائعية
11	المطلب الأول: البنوك التجارية
15	المطلب الثاني: اتحادات الائتمان
18	المطلب الثالث: مؤسسات الادخار والإقراض
20	المبحث الثالث: المؤسسات غير الودائعية
20	المطلب الأول: صناديق التقاعد
23	المطلب الثاني: صناديق الاستثمار
27	المطلب الثالث: شركات التأمين
32	خلاصة الفصل الأول
61-34	الفصل الثاني: العلاقة بين الإبداع التكنولوجي و المؤسسات المالية
34	تمهيد
35	المبحث الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي
35	المطلب الأول: مدخل للإبداع التكنولوجي

38	المطلب الثاني: أنواع ومصادر الإبداع التكنولوجي
40	المطلب الثالث: دوافع تبني الإبداع التكنولوجي ومعيقاته
43	المبحث الثالث: محددات وقياس الإبداع التكنولوجي
43	المطلب الأول: محددات الإبداع التكنولوجي
45	المطلب الثاني: قياس وحماية الإبداع التكنولوجي
48	المطلب الثالث: آثار الإبداع التكنولوجي
51	المبحث الثالث: الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية
51	المطلب الأول: مراحل عملية الإبداع التكنولوجي
53	المطلب الثاني: طرق اللجوء إلى الإبداع التكنولوجي
57	المطلب الثالث: استراتيجية الإبداع التكنولوجي
61	خلاصة الفصل الثاني
103-63	الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-
63	تمهيد
64	المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-
64	المطلب الأول: لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية
66	المطلب الثاني: تعريف وهيكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-
68	المطلب الثالث: دور ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-
70	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
70	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
70	المطلب الثاني: أداة جمع البيانات والأساليب المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة
73	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
80	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
80	المطلب الأول: وصف خصائص وسمات عينة الدراسة
84	المطلب الثاني: تحليل فقرات أداة الدراسة
95	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
103	خلاصة الفصل الثالث
105	خاتمة عامة

فهرس المحتويات

109	قائمة المراجع
115	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول		
رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
01	الفرق بين طرق اللجوء للإبداع التكنولوجي	56
02	مقياس الإجابة على الفقرات أو العبارات	71
03	أطول فترات المقياس	72
04	آراء وملاحظات الأساتذة المحكمين	74
05	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (محيط وثقافة المؤسسة) بالدرجة الكلية للبعد	75
06	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (الطلب والانفتاح على الخارج) بالدرجة الكلية للبعد	75
07	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (القيادة واستراتيجية المؤسسة) بالدرجة الكلية للبعد	76
08	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (إدارة المعرفة وأنشطة البحث) بالدرجة الكلية للبعد	76
09	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية) بالدرجة الكلية للبعد	77
10	قيمة معامل ألفا كرونباخ لثبات أداة الدراسة	78
11	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	79
12	توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس	80
13	توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر	81
14	توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الخبرة	82
15	توزيع أفراد عينة الدراسة وفق المستوى التعليمي	83
16	استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (بثقافة ومحيط المؤسسة) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة	85
17	استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (الطلب والانفتاح على الخارج) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة	87
18	استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (القيادة واستراتيجية المؤسسة) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة	89

قائمة الجداول

92-91	استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (إدارة المعرفة وأنشطة البحث) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة	19
94-93	استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية) مرتبة حسب المتوسطات الحسابية الموافقة	20
96	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لثقافة ومحيط المؤسسة في المؤسسات المالية	21
97	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للطلب والإنفتاح على الخارج في المؤسسات المالية	22
99	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للقيادة وإستراتيجية المؤسسة في المؤسسات المالية	23
100	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في المؤسسات المالية	24
102	نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية	25

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال		
رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
65	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	01
67	المجمع الجهوي للإستغلال-ميلة-	02
68	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال-ميلة-	03
81	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	04
82	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	05
83	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	06
84	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	07

مقدمة

شهد العالم اليوم تغيرات وتطورات مستمرة أدت إلى تغيير في بيئة عمل المنظمات والإستراتيجيات التنظيمية لها حيث تتمثل أهم هذه العوامل في تزايد وتيرة العولمة والمنافسة بين المنظمات العملاقة في الأسواق المحلية والعالمية وثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والتطورات التكنولوجية الهائلة في جميع المجالات الاقتصادية والصناعية، كل هذه العوامل شكلت الدافع الرئيسي لنشوء اقتصاد جديد قائم على المعرفة.

ففي خضم هذه الظروف ركزت المؤسسات جهودها لاقتناص فرص البيئة المحيطة بها، بهدف خلق وعرض منتجات جديدة ذات جودة عالية بفضل معارفها وخبراتها الإنتاجية، وأدركت بذلك أن تحقيق الأهداف الإستراتيجية في النمو والبقاء والاستمرارية والتميز يكون بامتلاكها قواعد علمية وتكنولوجية تمكنها من وضع الحلول للمشكلات التي تواجهها دون الحاجة المستمرة للجهات الخارجية ، وتقليل الاعتماد على التكنولوجيا المستوردة.

في ظل هذه التحولات التي يشهدها العالم الاقتصادي وتداخيات اقتصاد المعرفة، أصبحت المعارف والعلوم هي المصدر الأهم للميزة التنافسية مما أوجب الاهتمام البالغ بعامل الإبداع التكنولوجي باعتباره الرابط بين مستوى الموارد البشرية والمستوى المعرفي والعلمي.

وهي بذلك تعكس مدى تقدم نشاطات البحث والتطوير ومسايرة التكنولوجيات والتقنيات الحديثة للتأقلم مع تغيرات المحيط، دون إهمال الاستعداد للتكنولوجيات الحديثة المقبلة والمتوقعة. حيث يعتبر الإبداع التكنولوجي من المواضيع المهمة والحديثة، وقد غدا الإبداع التكنولوجي من أهم مقومات التنمية والتطوير للمؤسسات المالية والدول على السواء فالإبداع التكنولوجي له دور هام في بقاء المؤسسة المالية وتطورها حيث أن المؤسسة التي لا تبدع ولا تتطور مصيرها التراجع وقد يكون الزوال. فالإبداع التكنولوجي يساعد المؤسسة المالية على التكيف مع التغيرات المتلاحقة ويساعدها على مواجهة التحديات المتعددة والمختلفة، والإبداع التكنولوجي يقود إلى التجديد والتجديد يجعلنا نتقدم على غيرنا وإن كانت المؤسسات بشكل عام بحاجة للإبداع فإن المؤسسات المالية لأشد احتياجا لانتهاج الإبداع لما تعانيه من تحديات اقتصادية وتقنية متسارعة.

أولاً: إشكالية البحث

وعليه فإن إشكالية البحث تتمحور حول السؤال الرئيسي التالي:

✓ هل لمحددات الإبداع التكنولوجي مكانة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-؟

ويندرج ضمن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية كالتالي:

✓ هل لمحيط وثقافة المؤسسة مكانة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-؟

- ✓ هل لطلب وانفتاح المؤسسة على الخارج مكانة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-؟
- ✓ هل لقيادة وإستراتيجية المؤسسة مكانة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-؟
- ✓ هل لإدارة المعرفة وأنشطة البحث مكانة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-؟

ثانيا: الفرضيات

- وللإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة قمنا بطرح الفرضية الرئيسية التالية:
- ✓ توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمحددات الإبداع التكنولوجي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.
 - ومن هذه الفرضية الرئيسية نشق منها الفرضيات الفرعية التالية:
 - ✓ **الفرضية الفرعية الأولى:** توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمحيط وثقافة المؤسسة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.
 - ✓ **الفرضية الفرعية الثانية:** توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للطلب والانفتاح المؤسسة على الخارج في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.
 - ✓ **الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لقيادة وإستراتيجية المؤسسة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.
 - ✓ **الفرضية الفرعية الرابعة:** توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.

ثالثا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على موضوع في غاية الأهمية وهو مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية كما تستمد أهميتها من خلال مكانة موضوع الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية في ظل البيئة التنافسية التي تنشط فيها المؤسسات من جهة، وفي ظل البحث الدائم والمتواصل على تحقيق أهدافها الإستراتيجية من جهة أخرى، وكذلك تبرز أهمية البحث من خلال القطاع الذي تنشط فيه المؤسسة محل الدراسة، والذي يعتبر من القطاعات التي تبرز فيها النشاط الإبداعي بشكل كبير، وكذلك شدة المنافسة بين المؤسسات المشكلة لهذا القطاع سواء كانت محلية أم أجنبية.

رابعا: أهداف البحث

- ✓ التوعية بأهمية البحث أو الموضوع وضرورة تكثيف الجهود البحثية فيه؛
- ✓ التعرف على مكانة الإبداع التكنولوجي في بيئة المؤسسات المالية.
- ✓ نشر ثقافة الإبداع في المؤسسات المالية؛
- ✓ معرفة محدّدات الإبداع التكنولوجي على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.

✓ التعرف على مستوى الإبداع التكنولوجي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-.

خامسا: منهج الدراسة

من أجل الوصول إلى هدف الدراسة والإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري ، الذي يعتمد في الدراسات المالية والاقتصادية ويشمل دراسة الأدبيات التي عالجت موضوعي "الإبداع التكنولوجي والمؤسسات المالية" ، أما فيما يخص أسلوب البحث وجمع البيانات فقد تم الاعتماد على أسلوب المسح المكتبي من خلال استغلال مجموعة من المراجع والبحوث والدراسات التي لها صلة بموضوع البحث

أما الجانب التطبيقي اعتمدنا فيه على دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة- وكانت الأداة المستخدمة في جمع البيانات متمثلة في تصميم استمارة استبيان بغية استقصاء آراء الموظفين العاملين للبنك حول مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية

سادسا: حدود الدراسة

✓ **الحدود المكانية:** اختص هذا البحث في تناوله لقطاع البنوك التجارية، حيث تم إجراء الدراسة الميدانية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-.

✓ **الحدود البشرية الزمنية:** اعتمدنا في معالجة البحث على مجموعة من البيانات المستخلصة من آراء الموظفين في البنك محل الدراسة، حيث تحدد إطارها الزمني خلال السداسي الثاني من السنة الدراسية 2016/2017.

سابعا: أسباب اختيار الموضوع

✓ بحكم التخصص فالموضوع له صلة متينة بتخصص مالية المؤسسة.

الميل الشخصي لمواضيع الإبداع التكنولوجي.

✓ حداثة الموضوع وقلة البحوث المتناولة له والسعي لفتح المجال أمام المهتمين به مستقبلا.

✓ شعورنا بأهمية الموضوع في ظل التحولات الاقتصادية والتطورات التكنولوجية وتأثيراتها الجلية على المؤسسة المالية

ثامنا: صعوبات الدراسة

أحاطت بالبحث عدة صعوبات حالت دون إنجازه بالمستوى المرغوب خاصة فيما يتعلق بالجانب التطبيقي، حيث تمثلت أهمها في:

✓ قصر المدة الزمنية المخصصة لإنجاز الدراسة؛

- ✓ قلة الدراسات التي تناولت هذه الدراسة؛
- ✓ ندرة المراجع خاصة بالنسبة للفصل المتعلق بالمؤسسات المالية؛
- ✓ سرية العمل المصرفي حيث أن المسؤولين في البنوك ينظرون في غالب الأحيان إلى البحوث الميدانية أو التطبيقية على أنها تشكل نوعاً من الرقابة وكشف للحقائق والسلبيات؛
- ✓ صعوبة إقناع الموظفين في البنك محل الدراسة بالإجابة على فقرات الاستبيان نظراً لضيق الوقت وضغوط العمل؛
- ✓ عدم إلمامنا الجيد بحوثات استخدام برنامج "Spss" والذي كان الأساس في المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة الميدانية الأمر الذي صعب من العمل التطبيقي وأضاع الكثير من الوقت والجهد علينا.

تاسعاً: الدراسات السابقة

هناك عدة دراسات تناولت على الأقل جانب واحد من المتغيرات الموجودة في موضوع الدراسة، ومن هذه الدراسات نجد:

1. بوزناق عبد الغني "مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية"، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013، حيث خلصت الدراسة إلى أن المؤسسة تسعى إلى تبني الإبداع التكنولوجي في منتجاتها التي تتمتع بمزايا تنافسية بالاعتماد على التطوير الداخلي، اقتناء التراخيص، أو من خلال عقد اتفاقيات تعاون مع مؤسسات أخرى لتطوير وتوزيع تشكيلة منتجاتها من أجل كسب مزايا تنافسية أخرى لمواجهة المنافسة المفروضة عليها في القطاع.

2. بوسلامي عمر "دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات المالية"، رسالة ماجستير، جامعة سطيف 01، 2012-2013، وخلصت هذه الدراسة إلى أن الإبداع التكنولوجي تلجأ إليه المؤسسات الاقتصادية للتكيف والاستمرار في ظل الظروف البيئية المتغيرة التي تتميز بالمنافسة الشديدة وتغير ظروف السوق وحاجات ورغبات العملاء، كما أن الإبداع التكنولوجي يعطي للمؤسسة ميزة تنافسية من خلال تقديم منتجات جديدة أو عمليات إنتاج جديدة تستطيع بها مواجهة المنافسين المحتملين وكسب حصص سوقية إضافية.

3. عبد الرؤوف حجاج "دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية" رسالة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014-2015، خلصت هذه الدراسة إلى أن الإبداع يعتبر أحد أهم الآليات التي تتمكن من خلالها المؤسسة تنمية الميزة التنافسية وتحقيق العوائد الاستراتيجية لأنشطة الإبداع عندما تستطيع المؤسسة تحقيق عوائد أعلى من المعدل الطبيعي، وذلك كون الإبداع هو الشيء الوحيد الذي يمكن المؤسسة من إعادة تجديد أصولها، ويساعد الإبداع على تحقيق ميزة تنافسية متواصلة.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

ما يميزها عن الدراسات السابقة هو أن أنها تناولت مفهوم الإبداع التكنولوجي ومحدداته الداخلية والخارجية كما حاولنا من خلال هذه الدراسة إظهار مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية إضافة إلى دراسة العلاقة بينهما. كذلك من الجانب التطبيقي فقد نفذت الدراسة الحالية على بيئة خاصة تمثلت في مؤسسة اقتصادية مالية هي بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة- حيث استهدفنا في دراستنا فئة الموظفين في هذه المؤسسة محل الدراسة.

عاشرا: هيكل الدراسة

من أجل الإحاطة والإلمام بمختلف جواب الموضوع ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة، ارتأينا تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول أساسية:

تعرضنا في الفصل الأول منها إلى الإطار النظري للمؤسسات المالية وقد قسمناه إلى ثلاث مباحث رئيسية، تناولنا في المبحث الأول ماهية المؤسسات المالية من حيث مفهومها ، أهدافها، نشاطاتها، ومختلف خدماتها أما المبحث الثاني والثالث فقد تناولنا فيه أنواع المؤسسات المالية (الوداعية وغير الوداعية) فتكلمنا في المبحث الثاني عن المؤسسات الوداعية المتمثلة في البنوك التجارية واتحادات الائتمان ومؤسسات الادخار والإقراض أما بالنسبة للمبحث الثالث فقد تناول المؤسسات غير الوداعية المتمثلة في صناديق الاستثمار وصناديق التقاعد وشركات التأمين .

أما بالنسبة للفصل الثاني فقد تم فيه التطرق إلى علاقة الإبداع التكنولوجي بالمؤسسات المالية وتم تقسيمه أيضا إلى ثلاث مباحث رئيسية في أول مبحث قمنا بالتكلم عن ماهية الإبداع التكنولوجي ومختلف أنواعه ومصادره، ودوافع تبنيه ومختلف المعوقات التي تواجهه، المبحث الثاني جاء ليبين أو يبرز محددات وقياس وحماية الإبداع التكنولوجي، أما المبحث الثالث والأخير فقد عرضنا فيه الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية وذلك باستعراض مراحل عملية الإبداع التكنولوجي وطرق اللجوء إليه وإستراتيجيته.

واستكمالا للخلفية النظرية لموضوع البحث خصص الفصل الثالث للدراسة التطبيقية والتي أنجزت على بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة- وقد تناولنا هذا الفصل من خلال ثلاث مباحث ن تطرقنا في المبحث الأول منها إلى تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- وفيه تعرضنا إلى لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية، تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة ميلة، دور ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة ميلة، أما فيما يخص المبحثين الثاني والثالث فقد تناولنا فيهما عرضا وتحليلا مفصلا للبيانات العامة لعينة الدراسة باستخدام الأداة الرئيسية (الاستمارة) وإلى الأساليب الإحصائية المستعملة في تحليل ومعالجة بيانات أداة الدراسة واختبار الفرضيات.

أما بالنسبة للخاتمة فقد تناولنا فيها مجموعة النتائج المتوصل إليها وكذا التوصيات بالإضافة إلى آفاق الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار النظري للمؤسسات المالية

تمهيد :

تعد المؤسسة المالية جزء من النظام المالي الذي يخدم المجتمع من خلال تقديم الخدمات المالية التي يحتاج لها لممارسة نشاطاته اليومية وتنمية اقتصادياته، وما النظام المالي إلا شبكة من المؤسسات المالية والوسطاء الماليين ورجال الأعمال والأفراد فضلا عن المكونات التي تشارك فيه وتنظم عملياته وفق آليات وتشريعات تصاغ لذلك وإن الوظيفة الأساس للمؤسسات المالية في ظل هذا النظام هي تحويل الأموال من المقرضين إلى المقترضين أو من الوحدات ذات الفائض المالي إلى الوحدات ذات العجز المالي.

والمنتبع لنشأة المؤسسات المالية يجد أنها لم تأت من فراغ وإنما جاءت وليدة الحاجة لها من طرف الأفراد والمؤسسات الأخرى، إذ جاءت بدايتها بسبب قصور عمليات التبادل المباشر بين الدائن والمدين (الادخار والاستثمار) وتميزت عملياتها بالبساطة لقلة عدد المتعاملين إلا أنه مع التطور الحاصل في التكنولوجيا وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة والصفقات الهائلة وزيادة تعقيد النظام المالي كل هذا دفع المتعاملين إلى الاستعانة بالمؤسسات المالية لإدارة شؤونهم وأموالهم مما ساهم في بروز دور المؤسسات المالية بشكل واضح في حياة الأفراد كونها جزء مهما من النظام المالي لأي بلد.

ولإلزام بهذا الموضوع المهم سنتطرق من خلال هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية المؤسسات المالية

المبحث الثاني: المؤسسات الوداعية

المبحث الثالث: المؤسسات غير الوداعية

المبحث الأول: ماهية المؤسسات المالية

تلعب المؤسسات المالية دورا حاسما في تحويل الأموال من جانب الفائض (المدخرين)، الذين لسبب أو لآخر لا يقومون بتوظيف أموالهم بشكل مباشر، إلى جانب العجز (المستثمرين)، وهم الأشخاص الذين تتوفر لديهم فرص استثمارية وخبرات ومهارات، لكنهم يفتقدون التمويل اللازم، إضافة إلى المقترضين الآخرين الذين يحتاجون هذه الأموال لأغراض استهلاكية وخاصة استهلاك السلع المعمرة.

المطلب الأول: تعريف المؤسسات المالية وتقسيماتها

أولا: تعريف المؤسسات المالية

إن كلمة المؤسسة المالية متأتية من مفهومين منفصلين هما المؤسسة والتي تعرف على أنها كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل ماليا في إطار قانوني واجتماعي معين هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل إنتاج أو تبادل السلع والخدمات مع أقرانه أو القيام بكلا العمليتين لغرض تحقيق نتيجة معينة ضمن شروط اقتصادية تختلف زمانيا ومكانيا وقد عرفها آخرون على أنها مجموعة من الموارد البشرية المادية والمالية والتي تعمل وفق تركيب معين بشكل متكامل ومهيكل من أجل أداء وظائف منطوية بها وتحقيق أهدافها، ولكن الجزء الثاني من الكلمة (المالية) يشير إلى جميع الأعمال المالية من الخدمات والمميزات والاختصاص والتوجه لذلك عند أخذ المؤسسات المالية من الجانب المالي نلاحظ تغيير المفهوم نحو التوجه إلى القطاع المالي ليعطي تعريف آخر وهو المؤسسات التي تعمل على جمع الأموال وإعادة وضعها بهيئة أصول مالية مثل الأسهم والسندات فضلا على الأصول الملموسة.¹

كما يمكن تعريف المؤسسات المالية أنها شركات أعمال حيث تتكون أصولها بصفة أساسية من الأصول المالية، أو التزامات ومستحقات لدى الغير، أسهم، سندات، قروض، بدلا من الأصول المالية كالمباني والأجهزة والمواد الأولية، كما في منشآت الأعمال فهي تمنح قروضا للعملاء أو تشتري وتستثمر في الأوراق المالية المطروحة في سوق المال.²

¹ - علاء فرحان طالب وآخرون، إدارة المؤسسات المالية - مدخل فكري معاصر -، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 20.

² - عبد الغفار حنفي، رسمية زكي قرياقص، البورصات والمؤسسات المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 12.

فالمؤسسة المالية إذن هي التي توفر الوقود اللازم لعمل آلة الاقتصاد، فالنظام المالي في أي اقتصاد يعد جهازا معقدا ويتضمن عدة أنواع مختلفة من المؤسسات المالية أهمها: البنوك، شركات التأمين، الصناديق المشتركة، شركات التمويل، وبنوك الاستثمار وغيرها.¹

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن المؤسسة المالية هي منظمة أعمال تتكون أصولها من أصول مالية (أسهم، سندات) وأصول مادية (مباني، مواد أولية)، تعمل على جمع الأموال من أصحاب الفائض ومنحها في شكل قروض لأصحاب العجز وهي بذلك تلعب دور الوسيط بين المقرضين والمقترضين.

ثانيا: تقسيمات المؤسسة المالية

اختلف الكتاب في توجههم عند تقسيم المؤسسات المالية بسبب اختلاف أغراضهم من وراء المؤلفات والأبحاث لذلك برزت العديد من التقسيمات المتعلقة بتقسيم المؤسسات المالية ومجالات عملها وهي كالآتي:²

1. من حيث اعتمادها على الودائع:

أ. **مؤسسات ودائعية:** وهي المؤسسات المالية التي تعتمد بشكل كبير على ودائعها من ودائع الأفراد والشركات الأخرى في عملها سواء في الإقراض أو التمويل.

ب. **مؤسسات غير ودائعية:** وهي المؤسسات التي لا تستخدم الودائع في عملها وإنما تعتمد على الخبرات الذاتية ورؤوس أموالها المساهم بها من حملة أسهمها ومنها شركات الاستثمارات المالية وشركات دراسات الجدوى الاقتصادية.

2. من حيث الناحية الاقتصادية:

يتأتى هذا التقسيم بعد اعتبار المصارف التجارية النوع الأبرز في المؤسسات المالية والأقدم والأكثر شيوعا مما دفع إلى تمييزه عن باقي المؤسسات والتي صنفنا على أساس:

أ. **المؤسسات المصرفية:** وهي تلك المؤسسات المالية التي حصلت على ترخيص العمل المصرفي فيما يتعلق بقبول الودائع وإعادة توظيفها وفق صيغة قانونية مصرفية.

¹ - عبد الله الطاهر، موفق علي الخليل، النقد والبنوك والمؤسسات المالية، ط2، مركز يزيد للنشر، بدون بلد نشر، 2006، ص205.

² - علاء فرحان طالب وآخرون، مرجع سابق، ص ص21، 22.

ب. المؤسسات غير المصرفية: هي المؤسسات التي تشابه عمل المصرف ولكنها لم تحصل على تفويض العمل المصرفي لأنها تعمل بجزء أو وظيفة واحدة من وظائف المصارف ومن ثم لا يصح القول عليها أنها مصرفية ولكن يكتفي بأن تكون مؤسسات مالية فقط مثالها مؤسسات الرهن العقاري ومكاتب الاستشارات المالية.

3. من حيث نطاق عملها: وتنقسم المؤسسات إلى

أ. مؤسسات مالية ذات صفة شاملة: أي أنها تقوم بأعمالها وفق مدى واسع من الخدمات والمنشآت المالية المنتشرة بشكل كبير ومن أمثلتها المصارف التجارية.

ب. مؤسسات مالية متخصصة: وهي المؤسسات المالية التي تختص في مجال معين دون آخر مع التركيز على المجال بعمق ودقة بسبب طبيعة البيئة المالية التي تعمل بها والتي تحاول ان تحقق ميزة تنافسية في مجال اختصاصها مثل بنوك الاستثمار المتخصصة في تسويق الأوراق المالية للجهات التي تصدر لأول مرة واتحادات الائتمان.

4. من حيث عبورها الحدود: وتنقسم إلى

أ. مؤسسات دولية: وهي المؤسسات التي خلقتها المعاهدات والاتفاقيات الدولية مثل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي وغيرها.

ب. مؤسسات محلية وإقليمية: وهي المؤسسات التي تعمل ضمن البيئة المالية المحلية وفق التشريعات التي تشرعها الحكومة في كل بلد.

المطلب الثاني: أهداف المؤسسة المالية ونشاطاتها

أولاً: أهداف المؤسسة المالية¹

تركز معظم كتابات المؤسسات المالية على أن هدف الربحية أو تعظيم ثروة الملاك هو الهدف الذي يسعى مديرو هذه المؤسسات إلى تحقيقه، فيقع على إدارة هذه المؤسسات الحصول على المدخرات بأقل تكلفة ممكنة واستخدام الأموال سواء في حالة القروض أو الاستثمار بطريقة تحقق أعلى عائد ممكن، أي تدنية تكلفة الموارد وتعظيم عائد الاستخدامات وإن كان هناك تداخل بين العائد والتكلفة.

¹ - محمد صالح الحناوي، السيدة عبد الفتاح عبد السلام، المؤسسات المالية - البورصة والبنوك التجارية، الدار الجامعية، بدون بلد نشر، 1998، ص209.

ولتحقيق هذا الهدف لابد من الاهتمام بالعديد من مجالات اتخاذ القرارات مثل إدارة الأصول والخصوم، وإدارة رأس المال، والرقابة على المصروفات، والسياسات التسويقية.

1. إدارة الخصوم والأصول:

تركز الإدارة هنا على زيادة الفرق بين التكلفة المدفوعة للمدخرين أو المودعين وبين العائد المتحقق من القروض أو الاستثمار، هذا الفرق يسمى هامش صافي الربح أو هامش صافي الفائدة، فكل مؤسسة مالية تحاول أن تقدم أقل عائد للمدخرين وتحصل على أعلى عائد من المقترضين، ولكن المنافسة من المؤسسات المالية الأخرى تحد من قدرتها على ذلك، وبالتالي تكون مهمة الإدارة هي الحفاظ على هامش موجب بين العائد والتكلفة حتى تظل في السوق، وأمام الإدارة العديد من الفرص لزيادة هذا الهامش فمثلا التطور التكنولوجي، وزيادة حجم التنظيم، وتحسين كفاءة العمليات الداخلية، يمكن أن يساعد على تقليل التكاليف، وقد يكون هناك مصادر جديدة للإيرادات مثل تطوير الخدمات، أو دخول أسواق جديدة، أو تقديم خدمات جديدة.

وإدارة الأصول والخصوم تتطلب الأخذ في الاعتبار درجة المخاطر التي يمكن التعرض لها مثل خطر السيولة وخطر الإفلاس.

أ. **خطر السيولة:** يعني عدم تواجد النقدية أو الأموال السائلة عند الطلب أو عند الحاجة إليها، ويمكن للمؤسسات المالية تقادي هذا الخطر إذا استطاعت أن تفي باحتياجات الطلب على الودائع أو القروض، وإن كان حاجة المؤسسات المالية إلى السيولة تختلف باختلاف قدرتها على التنبؤ ودرجة استقرار مواردها المالية.

ب. **خطر الإفلاس:** ويعني عدم القدرة على تغطية الديون في الأجل الطويل فتعاني الشركة من خطر الإفلاس إذا كانت القيمة السوقية للأصول أقل من القيمة السوقية للخصوم، لأن ذلك يعني عدم القدرة على السداد وزيادة خطر السوق، ويزداد احتمال إفلاس المنشأة وبالتالي على الإدارة الموازنة بين العائد والخطر وذلك لأن الأصول ذات العائد الكبير تحتوي على درجة عالية من الخطر.

2. إدارة رأس المال :

مخاطر الإفلاس تجعل هناك اهتمام متزايد بإدارة رأس المال متزايدا فيحاول ملاك المؤسسات المالية بقدر الإمكان تخفيض رأس المال إلى أدنى حد ممكن والاعتماد على أموال الغير لزيادة العائد الذي يحصلون عليه وهو ما يسمى بالمتاجرة بالملكية أو الرفع المالي. ولكن زيادة أموال الغير تزيد من درجة الخطر نتيجة لزيادة مخاطر عدم القدرة على السداد. وبالتالي على الإدارة أيضا الموازنة بين العائد المتحقق للملاك نتيجة لاستخدام أموال الغير ودرجة المخاطر المرتبطة به.

3. الرقابة على المصروفات:

تعد رقابة المصروفات عاملاً مهماً لزيادة الربحية رغم أن المنافسة بين المؤسسات المالية لجذب المدخرات غالباً ما تؤدي إلى زيادة المصروفات نتيجة لزيادة معدلات الفائدة المدفوعة للمدخرين إلا أن هناك طرقاً أخرى مثل تقليل العمالة أو المصروفات غير المباشرة وزيادة استخدام الآليات التكنولوجية الحديثة قد تساعد على تخفيض المصروفات.¹

4. السياسة التسويقية:

والتي تتضمن تسعير الخدمات المالية والتركيز على معرفة رغبات العملاء والأسواق الجديدة والإعلان عن الخدمات الجديدة كوسائل لجذب المدخرات وتقديم القروض. فالإعلان عن الخدمات المقدمة، والعلاقات الإنسانية في التعامل مع العميل، والسعر المناسب للخدمة وموقع المؤسسة، والتسهيلات المادية، كلها عناصر يجب أن توفرها المؤسسة المالية لتضمن جودة الخدمة المقدمة ورضا العميل عنها.²

ثانياً: نشاطات المؤسسة المالية

هناك عدة نشاطات تقوم بها المؤسسات المالية والتي تعد من المميزات التي تميز هذه المؤسسة عن باقي المؤسسات المالية وهي كالاتي:³

1. الابتكار والإنشاء:

تعمل هذه الميزة على إصدار أوراق مالية جديدة وبأنواع مختلفة إذ تقوم المؤسسات هنا بالعمل على جمع المعلومات ودراسة البيئة المالية من تحديد أنواع الأوراق المالية المصدرة فضلاً عن جلب معلومات عن إمكانية إنشاء أوراق مالية جديدة وفق أساس العائد والمخاطر.

2. التوزيع:

تقوم هنا المؤسسات المالية بعملية بيع الأوراق المالية للمؤسسة والشركات التي بحاجة إلى تمويل والتي تصدر لأول مرة من أجل رصد رأس المال اللازم للأنشطة التي ترمي الشركة القيام بها وهنا يكون دور المؤسسة المالية لعب دور الوساطة المباشرة ونادراً ما تشتري الأوراق المالية لصالح زبائنها من أجل

¹ - محمد صالح الحناوي، السيدة عبد الفتاح عبد السلام، مرجع سابق، ص 209، 210.

² - نفس المرجع السابق، ص 210.

³ - علاء فرحان طالب وآخرون، مرجع سابق، ص 28، 29.

بناء محافظتهم والإشراف عليها وقد تحتفظ بالأوراق المالية إذا أرادت عمل مخزون منها لمواجهة حالات الطلب الحاد.

3. الخدمة (تقديم الخدمات):

إن ما تقوم به المؤسسات المالية هو توفير الخدمات للأفراد من خلال تجميع مقسوم الأرباح أو الفوائد على السندات وإيداعها في حساباتهم أو يوكلونها بالقيام بالأعمال المالية بالنيابة عنهم مثل متابعة القضايا المرفوعة على الشركات المالية أو العقود ومتابعة مخاطرة الاستثمار وعمليات التصفية.

4. التعبئة:

ويقصد بها جميع مدخرات الأفراد وتوجيهها نحو الاستثمار بالأحجام الكبيرة إذ يلاحظ من ذلك تقليل كلف المعدلات مع تحقيق عوائد كبيرة بالنسبة لصغار المدخرين الذين لا يستطيعون دخول السوق بإمكاناتهم المتواضعة.

5. الضمان:

تقوم هذه المؤسسات بعمليات الضمان القروض أو التعهدات فيما يخص التجار اذا تقوم المؤسسات هنا بالتعهد أو ضمان الأفراد الذين ليس لهم القدرة على اقتراض مبالغ كبيرة لضعف مركزهم المالي لذلك تدخل هذه المؤسسات لتقترض بالنيابة عنهم وتقدم هذه القروض لهم.

6. أداة المخاطر التي يتعرض لها الزبائن:

نتيجة الخدمات المالية التي تقدمها هذه المؤسسات نلاحظ أن العائد الذي تحصل عليه المؤسسة قد يكون ذو مخاطرة على المؤسسة والعميل لذلك تستخدم هذه المؤسسة تقنيات معينة في تقليل المخاطرة ويمكن بيان تلك المخاطر من خلال تقسيمها إلى عدة أنواع كالآتي:

أ. **المخاطرة النظامية:** هي المخاطر التي تصيب جميع الأصول المالية دون تمييز لكنها تكون متباينة وتتمثل في تقليل قيم الأصول المالية إذ يمكن هنا التحوط لكن لا يمكن تجنبها حتى باستخدام التنويع ومن أنواعها:

- ✓ مخاطر أسعار الفائدة.
- ✓ مخاطر أسعار الصرف (التضخم).
- ✓ سعر المنتج (مخاطر السعر الواحد).
- ✓ مخاطر الصناعة.

ج. **مخاطرة الشراكة:** وهي المخاطرة الناتجة من الأداء السيئ للشريك المالي الذي يتشارك مع المنشأة المالية أو الفرد إذ أن عدم قيامه وتقديمه أداء جيداً سيؤدي إلى انخفاض أسعار الأوراق المالية الخاصة بالمستثمر لاسيما الشركات ذات القطاع الواحد وأن الخلاص من هذه المخاطرة يكون من خلال أداء التنويع لكونها من المخاطر غير النظامية.

د. **المخاطر التشغيلية:** هي المخاطر المرتبطة بعدم دقة العمليات المؤداة مثل التسويق أو تسليم المنفذ الخاطئ أو أخطاء في حساب مبالغ صحيحة، وغيرها مثل عدم الإيفاء بمتطلبات العمل القانونية إذ لا تظهر هذه المخاطر في الشركات ذات الإدارات الجيدة، ولكن بالرغم من ذلك فهي قليلة الحدوث.

هـ. **مخاطر قانونية:** وهي المخاطر الناتجة عن التطبيق غير الصحيح للقوانين أو تجاوزها وعدم الإلمام بها، وهذا النوع من المخاطرة غير النظامية ينتج في البلدان التي تكون التشريعات بها متشابكة ومتفرعة بصورة كبيرة، يصعب احتوائها من قبل المؤسسات المالية أو المتعاملين معها مع غياب الدور الرقابي.

المطلب الثالث: خدمات المؤسسة المالية

أولاً: خدمات المؤسسة المالية

هناك العديد من الخدمات الأخرى التي يمكن أن تقدمها المؤسسات المالية والتي تتمثل في الآتي:¹

1. الوساطة الزمنية:

حيث يمكن للمؤسسات المالية المقابلة أو التوفيق بين الأصول والخصوم رغم اختلاف أجلها فيمكن للمؤسسات المالية أن تعطي قروض طويلة الأجل وفي نفس الوقت يكون عليها التزامات قصيرة الأجل للمدخرين، وذلك من خلال قدرتها في التعامل مع التغير في الأسعار الفائدة أو مخاطر سعر الفائدة.

2. التأثير في السياسة النقدية:

تعتبر ودائع البنوك والمؤسسات المالية الأخرى وسائل مقبولة للتعامل بين أفراد المجتمع، مما جعل لها تأثير على السياسة النقدية، فودائع هذه المؤسسات مكون هام للمعروض من النقود والتي تؤثر على معدلات التضخم، وبالتالي تعتبر البنوك هي الطريق الذي تؤثر من خلاله السياسة النقدية على بقية القطاع المالي وعلى الاقتصاد ككل.

¹ - محمد صالح الحناوي، السيدة عبد الفتاح عبد السلام، ص 207، 208.

ب. **مخاطر الائتمان:** هي عدم قدرة المدين على الإيفاء بدينه، هذه المخاطر يمكن تنويعها لكن ليس بشكل تام لأنها غالبا ماتكون نتيجة مخاطرة نظامية.

ج. **مخاطرة الشراكة:** وهي المخاطرة الناتجة من الأداء السيئ للشريك المالي الذي يتشارك مع المنشأة المالية أو الفرد إذ أن عدم قيامه وتقديمه أداء جيدا سيؤدي إلى انخفاض أسعار الأوراق المالية الخاصة بالمستثمر لاسيما الشركات ذات القطاع الواحد وأن الخلاص من هذه المخاطرة يكون من خلال أداء التنويع لكونها من المخاطر غير النظامية.

د. **المخاطر التشغيلية:** هي المخاطر المرتبطة بعدم دقة العمليات المؤداة مثل التسويق أو تسليم المنفذ الخاطئ أو أخطاء في حساب مبالغ صحيحة، وغيرها مثل عدم الإيفاء بمتطلبات العمل القانونية إذ لا تظهر هذه المخاطر في الشركات ذات الإدارات الجيدة، ولكن بالرغم من ذلك فهي قليلة الحدوث.

هـ. **مخاطر قانونية:** وهي المخاطر الناتجة عن التطبيق غير الصحيح للقوانين أو تجاوزها وعدم الإلمام بها، وهذا النوع من المخاطرة غير النظامية ينتج في البلدان التي تكون التشريعات بها متشابكة ومتفرعة بصورة كبيرة، يصعب احتوائها من قبل المؤسسات المالية أو المتعاملين معها مع غياب الدور الرقابي.

المطلب الثالث: خدمات المؤسسة المالية

أولاً: خدمات المؤسسة المالية

هناك العديد من الخدمات الأخرى التي يمكن أن تقدمها المؤسسات المالية والتي تتمثل في الآتي:¹

1. الوساطة الزمنية:

حيث يمكن للمؤسسات المالية المقابلة أو التوفيق بين الأصول والخصوم رغم اختلاف أجلها فيمكن للمؤسسات المالية أن تعطي قروض طويلة الأجل وفي نفس الوقت يكون عليها التزامات قصيرة الأجل للمدخرين، وذلك من خلال قدرتها في التعامل مع التغير في الأسعار الفائدة أو مخاطر سعر الفائدة.

2. التأثير في السياسة النقدية:

تعتبر ودائع البنوك والمؤسسات المالية الأخرى وسائل مقبولة للتعامل بين أفراد المجتمع، مما جعل لها تأثير على السياسة النقدية، فودائع هذه المؤسسات مكون هام للمعروض من النقود والتي تؤثر على معدلات التضخم، وبالتالي تعتبر البنوك هي الطريق الذي تؤثر من خلاله السياسة النقدية على بقية القطاع المالي وعلنا لاقتصاد ككل.

¹ - محمد صالح الحناوي، السيدة عبد الفتاح عبد السلام، ص 207، 208.

3. تخصيص الائتمان:

تعتبر المؤسسات المالية المصدر الوحيد الذي يختص بتمويل قطاعات معنية في الاقتصاد، فمثلا البنوك العقارية تقوم بتمويل المباني والمنشآت، وتقوم البنوك الزراعية بتمويل المشروعات الزراعية وهكذا.

4. تحويل الثروة من فترة لأخرى:

هي تعني قدرة هذه المؤسسة على تحويل الأموال وادخارها من فترة لأخرى فمثلا ادخار الأموال في فترات الشباب إلى فترات الكبر تعتبر ميزة لا توفرها إلا مثل هذه المؤسسات، مثل شركات التأمين وصناديق التقاعد.

5. خدمات الدفع:

تقدم المؤسسات المالية أنظمة للدفع مثل تظهير الشيكات وخدمات السحب أو الدفع الإلكتروني وغيرها.

6. الوساطة للاستثمارات الصغيرة:

لا يمكن للمدخر الفرد ذو الموارد المحدودة شراء أوراق مالية في هذه الأوراق وتحقيق نفس العائد الذي يحققه المستثمر ذو الموارد الكبيرة، حيث تقوم المؤسسة المالية بتجميع هذه الأموال المحدودة واستثمارها، وبذلك يحقق صغار المدخرين عائد أعلى مما لو أستثمر كل واحد منهم على حدى.

المبحث الثاني: المؤسسات الدائعية

المؤسسات الدائعية هي مؤسسات مالية تصدر مطالبات أو حقوق ذات قيمة ثابتة على نفسها، وهي تشمل الودائع تحت الطلب (الشيكي) والودائع لأجل، وتقوم هذه المؤسسات بدور هام في عملية خلق الودائع، وجاء هذا المطلب للتعرف على أنواع المؤسسات الدائعية.

المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية

أولاً: تعريف البنوك التجارية وأشكالها

1. تعريفها:

هي تلك البنوك التي تقوم بقبول الودائع، تدفع عند الطلب أو لأجل وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية ودعم الاقتصاد القومي، وتباشر عملية تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات.¹

ويرى آخرون بأن البنوك التجارية عبارة عن مؤسسات مالية وسيطة تقوم بتجميع مدخرات الأفراد والوحدات الاقتصادية التي تحقق فائضا وتستخدمها في إقراض الأفراد والمشروعات ذات العجز.²

2. أشكالها:³

أ. البنوك التجارية ذات الفرع: تتم العمليات المصرفية من خلال فروع في مكان واحد أو أكثر من مكان وبذلك تتم الرقابة على هذه الفروع من خلال المركز الرئيسي للبنك حيث تقوم الفروع بكافة الأعمال التقليدية للبنوك التجارية وتقديم الائتمان قصير الأجل ومتوسط الأجل كما تتعامل في مجالات الصرف الأجنبي وغيرها من العمليات المصرفية.

ب. البنوك التجارية ذات الوحدة الواحدة: تتم الخدمات المصرفية في مثل هذه البنوك من خلال بنك موجود في مكان واحد ويعتبر هذا النوع شائعا في الولايات المتحدة الأمريكية بسبب العرف والقانون والقرة على مقابلة حاجات العملاء.

ثانياً: وظائف البنوك التجارية

¹ - حسين محمد سمحان، إسماعيل يونس يامن، اقتصاديات النقود والمصارف، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص105.

² - حسين محمد سمحان، أسس العمليات المصرفية الإسلامية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2013، ص23.

³ - محمود حسين الوادي وآخرون، النقود والمصارف، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2010، ص107، ص108.

تتمثل وظائف هذه البنوك في:

1. وظائف تقليدية:

أ. قبول الودائع: على اختلاف أنواعها والتي تشمل

- ✓ ودائع لأجل: وهي تلم الودائع التي تودع لدى المصرف التجاري ولا يحق لصاحبها أن يسحبها أو يسحب جزء منها إلا بعد مضي مدة معينة متفق عليها من قبل المصرف.
- ✓ ودائع تحت الطلب (الحسابات التجارية): هي تلك الودائع التي تودع في المصرف دون أية قيود أو شروط عند الإيداع أو السحب ولا يدفع المصرف فائدة على هذه الودائع.
- ✓ ودائع تحت إشعار: وهي الودائع التي لا يمكن السحب منها إلا بعد إشعار البنك بفترة زمنية متفق عليها مسبقاً.¹

ب. منح الائتمان: تمنح القروض إلى الأفراد والمؤسسات لفترات زمنية مختلفة وهناك أنواع مختلفة من الائتمانات حسب طبيعة الائتمان واستخداماته والقطاعات الممولة.

ج. خصم الأوراق التجارية: يتقدم العملاء الحاملين للأوراق التجارية إلى البنك عند الحاجة للحصول على قيمتها في شكل نقود سائلة غير عملية الخصم ويتقاضى البنك عمولة عن ذلك.²

2. الوظائف الحديثة للبنوك التجارية: وتتمثل في:

أ. تقديم خدمات استشارية: لوحظ مؤخراً أن البنوك أصبحت تشترك في إعداد الدراسات المالية المطلوبة للمتعاملين معها لدى إنشاء مشروعاتهم، ويتم على أساس هذه الدراسات تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب، وكذلك طريقة السداد ومدى اتفاقها مع سياسة المشروع في الشراء والإنتاج والبيع والتحصيل، فمسألة تحديد الحجم الأمثل للأموال اللازمة للمشروع مسألة هامة لتحديد كمية الأموال التي تفي بحاجات المشروع بحيث لا يترتب عليها نقص في سيولة المشروع تؤثر على تطوره وعلى قدرته على الوفاء بالتزامه ولا يترتب عليها إفراط في هذه السيولة تشكّل أي أعباء على المشروع.³

¹ - جميل السعودي، إدارة المؤسسات المالية المتخصصة، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص40.

² - حمداوي وسيلة، الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، ديوان المطبوعات الجامعية، قالمة، الجزائر، 2009، ص23.

³ - زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص17.

ب. **عمليات الصرف الأجنبي:** من الواضح أن مبادلة عملة بعملة أخرى يقتضي وجود نسبة لمبادلة هذه العملة، أو ثمن لهذه العملة مقارنة بتلك ويسمى هذا الثمن بسعر الصرف، وأهم عملية في هذا المجال تكمن في بيع وشراء العملات الأجنبية، أو ما يعرف بالتعامل بأرصدة الأجنبية.¹

بالإضافة إلى:²

✓ **تمويل عمليات التجارة الخارجية:** تلعب البنوك التجارية دوراً رئيسياً في عملية تسوية المدفوعات الخارجية بين المستوردين والمصدرين من خلال فتح الاعتماد المستندي أو التحويلات العادية.

✓ **تحصيل الشيكات:** تعمل البنوك على تحصيل الشيكات الواردة إليها من عملائها عن طريق عملية التحويل من خلال غرفة المقاصة، حيث يعتبر الشيك وسيلة لتحريك نقود الودائع أي الحساب الجاري لدى البنوك التجارية سواء بالزيادة أو النقصان.

✓ **تحصيل الأوراق التجارية وخصمها:** الأوراق التجارية هي أدوات الائتمان قصيرة الأجل من أهمها الكمبيالة، السند الأذني، أدونات الخزنة، ويقوم البنك التجاري بتحصيل مستحقات عملائه من الأوراق التجارية من مصادرها المختلفة، كما يدفع ديون إلى مستحقيها سواء داخل البلد أو خارجه، وقد يحدث أن يقع حاملو الأوراق التجارية في أزمة سيولة، مما يضطرهم إلى اللجوء للبنوك قصد خصمها مقابل عمولة تعتبر بمثابة المقابل الذي تتحصل عليه البنوك التجارية نتيجة تحويل الأخطار إليها.

✓ **إدارة محافظ الاستثمار:** تعمل البنوك التجارية على شراء وبيع الأوراق المالية لحسابها ولحساب عملائها، وكذلك متابعة الأسهم والسندات من خلال تطور الأسعار وغيرها.

✓ **إصدار البطاقات الائتمانية:** وتعتبر من أشهر الخدمات البنكية الحديثة التي تقدمها البنوك التجارية خاصة في الدول المتقدمة، وينتج عن تقديم هذه الخدمة للمستفيدين منها تحويل المستحقات المالية من شخص إلى آخر ومنح أو الحصول على الائتمان.

✓ **القيام بعمليات التوريق:** تتمثل عمليات التوريق في تحويل الديون أو الأصول المالية غير السائلة مثل القروض المصرفية إلى مساهمات في شكل أوراق مالية قابلة للتداول في أسواق رأس المال، وذلك ببيع الدين إلى مؤسسة مختصة في إصدار الأوراق المالية، ويلجأ البنك إلى هذه العملية عند احتياجه إلى السيولة النقدية بغرض التوسع في نشاطه التمويلي، أو سداد بعض الالتزامات المالية.

¹ - شايب محمد، تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع بنوك ونقود، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر 2006-2007، ص 39.

² - العابي إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006-2007، ص 6، 7.

ثالثاً: موارد البنوك التجارية

1. الموارد الذاتية:

تشمل رأس المال المدفوع وما تسبقه من نتائج نشاطه في شكل مخصصات بالإضافة إلى ما يكونه من احتياطات وما يظهر في ميزانية البنك التجاري من أرباح لم يتم توزيعها بعد.

ويمكن إيجاز بعض هذه العناصر كما يلي:¹

أ. **رأس المال المدفوع:** نواة أولى لموارد البنك ومن المعروف أن رأس المال المدفوع لا ي ذا أهمية لموارد البنك التجاري وإنما يمثل ثقة للمودعين ولتدعيم مركز البنك في علاقاته مع مراسليه بالخارج.

وغالبا تضع قوانين البنوك حد أدنى لرأس المال المدفوع للبنك التجاري ويوجد لدى البنك التجاري ما يسمى بمجموعة الأصول الخطرة وهي تساوي مجموعة الأصول الخطرة = (إجمالي الأصول - النقدية وشبه النقدية والسندات الحكومية).

ب. **الاحتياطات والأرباح غير الموزعة والمخصصات:** تمثل موردا يرتبط بنشأة البنك والاحتياطات مبالغ تقتطعها البنوك من صافي الربح المعد للتوزيع، ويطلق على النوع الأول من الاحتياطات اسم احتياطي قانوني والأنواع الأخرى تكون حسب ما يقرره النظام وتسمى احتياطي اختياري، وتستهدف البنوك من تكوين الاحتياطات دعم مراكزها المالية وتقويتها في مواجهة المتغيرات المستقبلية.

أما بالنسبة للمخصصات فالبنك يقوم بتحميلها إياه على إجمالي الربح في نهاية العام بمقابلته أغراض معينة مثل مقابلة توقع فقدان في قيمة أرصدها كمقابلة الديون المشكوك فيها أو هبوط لأسعار الأوراق المالية أو العملات الأجنبية، ومنها لمواجهة الأخطار والأحداث الطارئة أو لمواجهة التزاماتها اتجاه الآخرين مثل (خطابات الضمان التي تصدرها بأنواعها وبعض أنواع الاعتمادات المستندية)، أو لمواجهة وتغطية مصروف مؤكد يستحق الدفع في المستقبل مثل (مخصص الضرائب أو ترك الخدمة).

وإذا نظرنا إلى الأهمية النسبية للموارد الذاتية للبنوك التجارية نجدها ضئيلة بالنسبة لمواردها الكلية الأمر الذي يؤكد استحالة أهميتها كمصدر لتمويل توظيفات هذه البنوك.

2. الموارد الخارجية (غير الذاتية):²

¹ - أنس البكري، وليد صافي، النقود والبنوك - بين النظرية والتطبيق، ط1، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 115، 116.

² - محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 162.

وتمثل التزامات البنك للغير وهي ودائع العملاء على مختلف أشكالهم القانونية وبنظرة سريعة لميزانية البنك جانب المطلوبات تؤكد أهمية الودائع بالنسبة لكل موارد البنك.

أ. **ودائع العملاء بأنواعها:** تتكون من إيداعات الأفراد والهيئات والشركات والمؤسسات وتظهر عادة في بند الودائع، وهذه تمثل أكبر وأهم مصدر من مصادر تمويل البنك التجاري.

ب. **إيداعات البنوك الأخرى:** تظهر تحت بند المستحق للبنوك أو اقتراض من البنوك وهو يمثل أحد المصادر الهامة التي تعتمد عليها البنوك في تسيير عملياتها وتشتمل على حسابات جارية في الداخل والخارج، وتنشأ الحسابات الجارية عادة لمقابلة المدفوعات المتبادلة بين عملاء البنوك في إطار العلاقات العادية اليومية في حين تمثل الآجلة منها (الودائع) قروض حصل عليها البنك من بعض البنوك.

ج. **شهادات الإيداع:** تستند الفكرة الأساسية لهذه الأداة الاستثمارية على تمكين المستثمر من إيداع أمواله بعائد محدد ولأجل محدد مع ضمان سرعة السيولة وقابلية التداول في نفس الوقت، وهذا ما لا توفره الودائع الآجلة، ويمكن تعريف شهادات الإيداع بأنها "شهادات لحاملها قابلة للتحويل والتبادل يصدرها بنك تثبت إيداع مبلغ معين من المال لديه لأجل معين وبسعر عمولة سنوي معين".

د. **القروض:** تلجأ بعض البنوك التجارية للاقتراض لأسباب متعددة فعندما تمر البنوك بأزمة سيولة لأي سبب من الأسباب فيكون الملجأ الأخير لها هو الاقتراض من البنك المركزي أما إذا كانت ترغب بزيادة قدرتها على الاستثمار التوسع عند وجود فرص استثمارية جيدة فإنها تقوم عادة بإصدار سندات دين تكون الفائدة عليها أقل من العوائد التي ستجنيها جراء استثمار الأموال المتجمعة من بيع هذه السندات.

المطلب الثاني: اتحاد الائتمان

أولاً: تعريفها

تعتبر الاتحادات التي تمنح ائتمان منظمات غير هادفة للربح وتتكون من مجموعة موحدة من السندات وتعمل اتحادات الائتمان على تحقيق أهداف ومصالح أعضائها حيث يتم دفع فائدة على الودائع التي يقوم الأعضاء بإيداعها لدى اتحاد الائتمان كما تمنح أيضاً تلك الاتحادات بعض القروض للأعضاء المحتاجين.¹

وهي مؤسسات مالية عبارة عن مؤسسات تعاونية صغيرة للإقراض، تم تنظيمها لتشمل مجموعات اجتماعية معينة، فمثلاً يوجد منها اتحاد الائتمان لاتحاد العمال، واتحاد الائتمان للعمال في مؤسسات معينة، وتقوم هذه المؤسسات بتعبئة الموارد المالية من الودائع التي يقدمها الأعضاء في الاتحاد في شكل

¹ - فريد النجار، أسواق المال والمؤسسات المالية - محاور التمويل الاستراتيجي -، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009، مصر، ص 157.

مساهمات، ثم تقوم باستخدام هذه الموارد المالية في تقديم قروض استهلاكية، ولقد سمح القانون في الولايات المتحدة الأمريكية لهذه المؤسسات المالية بفتح حسابات إيداع جارية تتداول باستخدام الشيكات كما يمكنها تقديم قروض عقارية بجانب القروض الاستهلاكية.

وتعد اتحادات الائتمان أصغر أنواع المؤسسات الوداعية، ولكنها الأكثر نمواً ففي عام 1994 كانت أصولها أربع مرات ونصف ما كانت عليه عام 1980 في الولايات المتحدة الأمريكية.¹

ثانياً: خصائص اتحاد الائتمان

تمتاز اتحادات الائتمان بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن باقي المؤسسات المالية الأخرى وهي كما يلي:²

✓ أنها مؤسسات مالية صغيرة نسبياً مقارنة بباقي المؤسسات المالية والوداعية الأخرى مثل المصارف التجارية ومؤسسات الادخار إذ تكون اتحادات الائتمان ما نسبته (2%) من إجمالي المؤسسات المالية حول العالم؛

✓ تمتاز بكونها مؤسسات مالية غير ربحية (ماعداء بعض الاتحادات العاملة في كندا) حيث من الصعب على البعض تقبل فكرة كونها غير ربحية كونها كما معروف عنها أنها تقدم قروض للأعضاء بمقابل فوائد منخفضة أو اسمية والحقيقة أن هذه الفوائد ستعود على الأعضاء وعلى المقترض من الأعضاء نفسه عند اقتراض الآخرين وبالتالي بقاء الفوائد داخل الاتحاد وسيحصل عليها العضو عاجلاً أم آجلاً؛

✓ إن أغلب البلدان حول العالم (إن لم تكن جميعها فعلاً) لا تفرض ضرائب على فوائد قروض اتحادات الائتمان لكونها ضئيلة جداً إذ تبلغ متوسطات فوائد القروض في اتحادات الائتمان حوالي (1%-1.5%) على أصل المبلغ المقرض؛

✓ تدار بصورة أكثر ديمقراطية من باقي المؤسسات المالية حيث للعضو الحق بأن يكون عضواً في مجلس إدارتها كون العضوية فيه اختيارية وهذا على عكس باقي المؤسسات المالية الأخرى التي يكون عضوية مجالس إدارتها بحسب التصويت وعدد أسهم كل عضو (حامل الأسهم)؛

✓ تمتاز بكونها مؤسسات مالية اجتماعية تهدف إلى تطوير المجتمع وتنميته عبر استخدام الأساليب التعاونية بين أفراد المجتمع عموماً وأفراد الاتحاد خصوصاً.

ثالثاً: أوجه الاختلاف عن البنوك والتعاونيات الأخرى

¹ - محمد يونس، عبد النعيم مبارك، مقدمة في أعمال البنوك والأسواق المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002-2003، ص 150.

² - علاء فرحان طالب وآخرون، مرجع سابق، ص 212.

يمكن تلخيصها فيما يلي:¹

1. الاختلاف عن البنوك:

تتمثل أوجه الاختلاف فيما يلي:

- ✓ عادة ما ينشئ الاتحادات الائتمانية أفراد يفقدون الاستفادة من خدمات مالية ميسورة التكلفة وقد اجتمع شملهم لتخطي عقبة الفشل في السوق. ونتيجة لذلك لا يتمتعون سوى بقدرة محدودة على جمع رأس المال اللازم لبداية المشروعات؛
- ✓ الاتحادات الائتمانية لا تتمتع بفرصة الاستفادة من أسواق رأس المال؛
- ✓ ومثلها مثل المؤسسات غير الربحية، لا ينبغي للاتحادات أن تضم مساهمين خارجيين بخلاف الأعضاء المالكين للمؤسسة الذين يحصلون على الخدمات المالية المقدمة.
- ✓ يدير الاتحادات الائتمانية مجلس إدارة ينتخب ديمقراطيا من الأعضاء حيث يكون لكل عضو صوت واحد؛
- ✓ في أحسن الأحوال "لا تتفاوض" الاتحادات الائتمانية في مسائل الاندماجات التي يزايد فيها احد الأطراف أو يحصل على أي سحر يزيد عن القيمة الدفترية لأسهم ملكيته المعلقة.
- ✓ الأفضل للاتحادات الائتمانية التي تصفى أعمالها طوعية ألا تعوض الأعضاء بما يفوق الأسهم المبدئية.

2. الاختلاف عن التعاونيات الأخرى:

تتمثل أوجه الاختلاف فيما يلي:

- ✓ الاتحادات الائتمانية تجمع ودائع تطوعية عامة من أعضائها؛
- ✓ الاتحادات الائتمانية تحتفظ بقاعدة رأسمالية تتكون بشكل رئيسي من الاحتياطات المجمعة والأرباح المحفوظة المحصلة من العمليات؛
- ✓ الاتحادات الائتمانية تتخصص في الوساطة المالية، والتي تتطلب على وجه الضرورة الالتزام بمعايير مالية احتراسية ونظرة إشرافية؛
- ✓ تتطلب الاتحادات الائتمانية الاستعانة بآليات السيولة الخاصة بالبنوك المركزية، كما تتطلب شبكات للدفع والتسوية والمقاصة.

¹ - برايان برانش، ديفيد جريس، شبكة الجهات التنظيمية لدى الاتحاد الائتماني الدولي، دار النشر أميركان برنتج، أوزباكستان، 2007، ص 3، 4.

المطلب الثالث: مؤسسات الادخار والإقراض

أولاً: تعريفها

تتمثل مؤسسات الادخار والإقراض في تلك المؤسسات التي تعمل أساساً على تعبئة الموارد المالية عن طريق قبولها لمختلف أنواع الودائع، كالودائع الادخارية، الودائع لأجل والودائع الجارية. وتستخدم هذه المؤسسات الموارد التي لديها في تقديم القروض العقارية بضمان عقارات، وتمثل هذه المؤسسات ثاني أكبر مؤسسة تعاقدية في الولايات المتحدة الأمريكية.

نظراً إلى كون القروض العقارية التي تمنحها طويلة الأجل (ذات أجل استحقاق يصل إلى 20 أو 25 سنة)، فإن معظم هذه المؤسسات قد نمت بشكل كبير عندما كان سعر الفائدة منخفضاً منذ عقد الخمسينات حتى نهاية الستينيات ولكن بمجرد ارتفاع معدل الفائدة فقد أدى ذلك إلى ارتفاع تكلفة تعبئة الموارد المالية لديها بالمقارنة بالعائد المحقق من وراء القروض التي تقدمها، وعليه فقد تعرض عدد كبير من المؤسسات إلى الإفلاس مما سمح لهذه المؤسسات بإصدار ودائع جارية (ودائع شيكية) وتقديم القروض للمستهلكين.

كما سمح لها أيضاً بالدخول في أنشطة كانت مقصورة على البنوك التجارية، ولهذا أصبحت هذه المؤسسات تخضع حالياً إلى متطلبات الاحتياطي القانوني مقابل الودائع لديها مثلها في ذلك مثل البنوك التجارية، الأمر الذي ترتب عليه تقارب نشاط مؤسسات الادخار والإقراض من نشاط البنوك التجارية حالياً وأصبح هناك تنافس كبير بينهما.¹

ورغم هذا التقارب في النشاط، إلا أنهما (البنوك التجارية ومؤسسات الادخار والإقراض مختلفان) من ناحية التراخيص القانونية وطبيعة الودائع والقروض الممنوحة، حيث أن مؤسسات الادخار والإقراض تكون قروضها وودائعها مؤقتة.²

كما أنه قد يزيد رأس مال هذه المؤسسات عما ينص عليه القانون، وهي تتمتع بزيادة الإيرادات، وقد تتمتع حصة في رأس مال شركات التأمين، وهي تنافس البنوك وتحقق ذلك عن طريق الكفاءة بضغط التكاليف والآن تزداد ودائع مؤسسات الادخار والإقراض بمعدل لتحقيق وتعتمد على تسويات معدل الفائدة

¹ - محمد يونس عبد النعيم مبارك، ص 149.

² - بن عزوز عبد الرحمن، دور الوساطة المالية في تنشيط سوق الأوراق المالية - مع الإشارة لحالة بورصة تونس -، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، فرع إدارة مالية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2011-2012، ص 86.

لتحقيق استقرار في تكلفة التمويل، وفي الفترة الأخيرة استطاعت هذه المؤسسات زيادة الدخل السنوي من الفوائد المحصلة وغيرها من مصادر الدخل.¹

ثانياً: مصادر واستخدامات مؤسسات الادخار والإقراض

تتمثل فيما يلي:

1. المصادر:

يمكن لمؤسسة الادخار والإقراض الحصول على الأموال عن طريق الودائع (أفراد، شركات، حكومة) والأموال المقترضة ورأس المال وبالتحديد تستطيع هذه المؤسسات الحصول على الأموال من الأشكال المختلفة للادخار والودائع الزمنية شاملة دفاتر التوفير وتسويق وبيع الائتمان وودائع أسواق النقد، وتستطيع مؤسسات الادخار والإقراض من البنك المركزي وبنوك الائتمان. ويتكون رأس مال هذه المؤسسات من الإيرادات المحتجزة وإيرادات بيع الأسهم المصدرة، ويساهم رأس المال في تدوير الأعمال وعمليات التوسعات وتحدد القوانين الحد الأدنى لرأس المال وذلك لضمان مواجهة الخسائر المتوقعة.

2. الاستخدامات:

- ✓ النقدية؛
- ✓ القروض الشخصية والتجارية؛
- ✓ قروض الرهونات المدعمة بالأوراق المالية؛
- ✓ قروض الرهونات الأخرى.

ثالثاً: مخاطر مؤسسات الادخار والإقراض

من المخاطر التي تواجه هذه المؤسسات ما يلي:

- ✓ مخاطر السيولة
- ✓ مخاطر عدم السداد
- ✓ مخاطر أسعار الفائدة

وقد تزيد أو تقل الفوائد المحصلة عن الفوائد المسددة مما يؤثر على صافي معدل الفائدة وتقلبته من فترة لأخرى حسب طول الفترة أقل من 1-5 سنوات، 5-10 سنوات، أطول من 10 سنوات.²

¹ - فريد النجار، مرجع سابق، ص153.

² - نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

المبحث الثالث: المؤسسات غير الوداعية

تعتبر المؤسسات غير الوداعية مؤسسات متعددة يجمع بينها عامل مشترك يتمثل في تقديم الخدمات المالية فيما عدا تلقي الودائع، وعدم توفر هذه الخدمة لدى هذه المؤسسات يعتبر هو الفرق الجوهرى بينها وبين المؤسسات الوداعية، وفي هذا المبحث سوف يتم التطرق إلى أهم هذه المؤسسات

المطلب الأول: صناديق التقاعدأولاً: تعريفها

تعتبر صناديق التقاعد مؤسسات اجتماعية واقتصادية، إضافة إلى كونها مؤسسات ادخار واستثمار فهي مؤسسات اجتماعية لأن من أهم أهدافها مساعدة المشتركين في مجابهة تحديات الحياة ومقابلة متطلباتها المستقبلية.

وهي مؤسسات اقتصادية لأنها تعتبر وسيلة ادخار إجبارية باعتبار أن أموالها تستقطع من رواتب العاملين، إضافة إلى مساهمة أرباب العمل فيها، وبالتالي فإن أموال هذه الصناديق ليست أموالاً حكومية وإنما هي أموال المشتركين كما يدعي البعض اجتماعي واقتصادي للمشاركين.¹

هي مؤسسات مالية غير مصرفية تتجمع فيها الأرصدة النقدية من الإستقطابات التي يساهم فيها العاملون وكذلك مساهمات من أرباب الأعمال سواء في القطاع الخاص أو العام. وتقوم هذه المؤسسات بإقراض هذه الأموال المتجمعة لديها لمن يحتاجها من المستثمرين، وتحصل مقابل ذلك على فوائد، أو تقوم بشراء الأوراق المالية كالأسهم والسندات سواء التي تصدرها الحكومة أو المؤسسات والشركات الخاصة، بمعنى آخر أنها تقوم بدور الوسيط بين المدخرين وبين المستثمرين.²

إن هذه الصناديق توفر دخولا منتظمة للذين ساهموا فيها بعد إحالتهم على التقاعد ولقد شهدت هذه الصناديق تطورا سريعا وكبيرا في معظم دول العالم، وخاصة بسبب تشجيع الحكومة والنقابات لها، كما أن هذه المساهمات سواء من قبل العاملين أو أرباب الأعمال، تخضع من الضرائب مما يشجع وخاصة أرباب الأعمال على المساهمة فيها، وقد شرعت معظم دول العالم قوانين ووضعت أنظمة لتنظيم الاستقطاعات والمساهمات التي يقوم بها طرفي المعاملة، أي العاملون وأرباب الأعمال لضمان مصلحة العاملين بعد خدمتهم الطويلة في المنشآت أو المؤسسات أو دوائر الحكومة التي كانوا يعملون فيها، حيث توفر لهم

¹ - متولي عبد القادر، الأسواق المالية والنقدية في عالم متغير، ط1، دار الفكر، عمان، الأردن، 2010، ص82.

² - عبد الله الطاهر، موفق علي الخليل، مرجع سابق، ص289.

وتضمن لهم سبل العيش بعد إحالتهم على التقاعد أو انتهاء فترة عملهم، كضمان اجتماعي لهم ولعائلاتهم.¹

ثانياً: أهمية الصناديق التقاعدية

تتبلور أهمية الصندوق التقاعدي في الدور الذي يلعبه على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي في البلد والقطاع الذي يتعامل معه والنقاط التالية تجمل أهمية صناديق التقاعد:²

- ✓ يوفر صندوق التقاعد للعاملين المتقاعدين ضماناً جيدة لمواصلة حياتهم بكرامة وهدوء حيث أن المتقاعدين هم كبار السن أو العاملين الذين تعرضوا لحادث عمل وبالتالي قلت إمكانياتهم البدنية والذهنية وأصبحوا غير قادرين على مواصلة العمل وعليه أصبحوا غير منتجين وبالتالي غير قادرين على إعالة أنفسهم وهنا يتأتى دور صندوق التقاعد الذي يعمل على مساعدتهم في مقابلة حاجتهم الحياتية من مأكلاً وملبس وتكليف العلاج والصحة التي ترتفع لديهم بسبب تقدمهم بالسن؛
- ✓ يساعد صندوق التقاعد الأفراد الذين يميلون إلى الاستهلاك بشكل كبير بسبب طبيعتهم النهممة والتي تقلل ادخاراتهم وتعرضهم لخطر الفقر عند الكبر وبالتالي تبرز أهمية صندوق التقاعد في دفع هؤلاء إلى استثمار بعض مدخراتهم أو إجبارهم على استقطاع أموال من مرتباتهم واستثمارها لصالحهم ضماناً للمستقبل؛
- ✓ تشغيل المدخرات العاطلة حيث أن الأفراد الذين يميلون للادخار وتخزين أموالهم سيحصلون على عوائد جيدة ومقبولة فيما لو استثمروا مع صندوق التقاعد الذي سيقدمها لهم عند تقاعدهم وبالتالي كون لهم خطة حماية لأموالهم مع تنميتها بنفس الوقت؛
- ✓ تعمل صناديق التقاعد على تقليل مخاطر الاستثمار فيما قام بها المتقاعدون بأنفسهم حيث يتم ذلك عبر الاستثمارات في محفظة أصول متنوعة بصورة جيدة من أجل تقليل المخاطرة وتكاليف إدارة الاستثمارات التي تكون غير ممكنة للمستثمرين لو قاموا بها بصورة منفردة؛
- ✓ تهدف صناديق الاستثمار إلى التعامل مع الجانب الاجتماعي للمجتمع من خلال العمل على تقليل حدة الفقر في البلد؛
- ✓ تقدم منشورات مالية ومتابعة للمتقاعدين عند التقاعد من أجل جعلهم يتمتعون بمرتباتهم التقاعدية بأفضل صورة ممكنة مع خدمات ما بعد التقاعد؛

¹ - عبد الله الطاهر، موفق علي الخليل، ص ص 289، 290

² - علاء فرحان طالب وآخرون، مرجع سابق، ص ص 282، 283.

✓ تقليل عدد مرتادي دور العجزة حيث أثبتت الدراسات أن ارتفاع مستخدمي صناديق التقاعد في مناطق مبحوثة تؤدي إلى انخفاض عدد مرتادي دور العجزة فيها وبالتالي تقليل نفقات الدولة وتخصيصاتها لتلك الدور.

ثالثاً: موارد واستخدامات صناديق التقاعد

تتمثل فيما يلي:¹

1. مصدر الأموال المتوفرة لدى هذه الصناديق هي اشتراكات المؤمنين أو العاملين، سواء في القطاع الحكومي أو الخاص، وإيراداتها من استثماراتها المختلفة لهذه الأموال.
2. المصاريف أو الاستخدامات لموارد صناديق التقاعد تشمل على مكافآت نهاية الخدمة ومعاشات المتقاعدين والمصاريف الإدارية لصناديق التقاعد وتقوم صناديق التقاعد بتوظيف أموالها عادة في أصول حقيقية وأدوات إقراض مثل: السندات التي تصدرها الحكومات وسندات الشركات التجارية الكبرى، وأسهم الشركات المدرجة في الأسواق، إضافة إلى الودائع والعقارات والاستثمار المباشر في شركات غير مدرجة.

ثالثاً: دور الصناديق في رأس المال

يتمثل فيما يلي:²

- ✓ تلعب صناديق التقاعد دوراً مهماً في تعزيز أداء الأسواق باعتبارها مؤسسات استثمارية كبيرة (تصنف كمستثمر مؤسسي) ويشار إلى أن الاستثمار المؤسسي يساهم في استقرار الأوراق المالية لابتعاده من طابع المضاربة، وفي المقابل توفر الأسواق المالية فرصاً استثمارية مناسبة لهذه الصناديق من حيث تنويع استثماراتها وزيادة عوائدها، مع الأخذ بعين الاعتبار سهولة البيع والشراء في هذه الأسواق؛
- ✓ تقوم صناديق التقاعد عادة بشراء أسهم الشركات الجيدة ومن قطاعات مختلفة بناءً على تحليلات مالية واستثمارية معمقة ومتخصصة، وتتوزع استثماراتها في الأسواق المالية بين استثمارات قصيرة الأجل وأخرى طويلة الأجل، وتساهم هذه الاستثمارات في زيادة عمق الأسواق المالية ورفع درجة سيولتها؛
- ✓ دخول الصناديق في أسواق المال يحدث أثراً مضاعفاً على عمل هذه الأسواق لأنها تقدم المزيد من السيولة ومزيداً من الاستثمار؛

¹ - متولي عبد القادر، مرجع سابق، ص 82، 83.

² - نفس المرجع السابق، ص 83.

- ✓ حاجة الصناديق المستثمرة إلى الأموال لدفع رواتب المتقاعدين يساهم في ارتفاع معدل مبيعاتها، وبالتالي المساهمة في رفع معدل دوران الأسهم التي تملكها؛
- ✓ إن المساهمة في رفع سيولة الأوراق المالية والحجم الكبير لاستثمارات الصناديق في أسهم بعض الشركات يساهم في الضغط على غدارة الشركات لتحسين أدائها سواء من خلال المشاركة في مجالس إدارتها أم حضور جمعياتها العمومية.

المطلب الثاني: صناديق الاستثمار

أولاً: تعريف صناديق الاستثمار وخصائصها

1. تعريفها:

هي عبارة عن وعاء مالي يأخذ عادة شكل شركة مستقلة عن المصرف الذي أنشأه حيث يقوم بتجميع مدخرات المشاركين فيه من أفراد وشركات وهيئات ويتم استثمار هذه الأموال في الأوراق المالية أو بعض الموجودات العينية بهدف إتاحة الفرصة للمستثمرين فيه بالمشاركة جماعيا في نتاج أعمال الصندوق ويتم إدارته من قبل المصرف مقابل أتعاب محددة أو نسبة من الأرباح المتحققة.¹

هي عبارة عن محفظة استثمارية بأنها مشتركة يسمح لأي عدد من المستثمرين حسب رغبتهم وقدرتهم المالية وبمبالغ قليلة بالاشتراك فيه من خلال شراء حصة من أصوله تسمى بالوحدة ويتم تقييم هذه الوحدة دوريا.²

2. خصائصها:

تتسم صناديق الاستثمار بعدة خصائص تميزها عن باقي الصناديق الأخرى من بينها:³

أ. **السيولة:** استرداد وثيقة الاستثمار بسهولة وذلك بقيمتها وقت الاسترداد وذلك مع بعض الاستثناءات ففي حالة وجود قيود على عمليات الاسترداد فإنه عادة ما يتم الإفصاح عنها ضمن نشرة الاكتتاب الخاصة بالصندوق.

¹ - صادق راشد الشمري، أساسيات الاستثمار في المصارف الإسلامية، ط1، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن ، 2011، ص204.

² - قاسم نايف علوان، إدارة الاستثمار - بين النظرية والتطبيق، -، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص216.

³ - www.riyadcapital.com 01 /03 /2017 10 :30

ب. المرونة: في بعض الأحيان يكون الصندوق الاستثماري يتكون من مجموعة من الصناديق المختلفة الأغراض والتي تدار بمعرفة إدارة واحدة ومن ثم يمكن للمستثمر أن ينتقل بأمواله من صندوق لآخر داخل هذه المجموعة من الصناديق بتكلفة قليلة أو بدون تكلفة.

ج. سهولة الاستثمار: تضع معظم صناديق الاستثمار حدود دنيا للاستثمار فيها لا تتجاوز مبالغ بسيطة تكون في متناول المستثمر والإمكانيات المالية المحدودة.

د. التنوع: يعمل الصندوق على مبدأ تنويع الاستثمارات، أسهم، سندات (محلية أجنبية) وودائع البنوك والأذونات، وهو ما يتيح الفرصة لصغار المستثمرين تنويع استثماراتهم من خلال الصندوق وذلك بتقليل المخاطر التي يمكن الوقوع فيها.

هـ. الإدارة المتخصصة: عادة يدير صناديق الاستثمار إدارة متخصصة تتخذ قراراتها بناء على دراسات واقية وتحليلات مستحدثة للمعلومات المالية المتاحة عن السوق والنشاط الاقتصادي عموماً.

و. التنظيم والإفصاح: تتولى جهات حكومية أو شبه حكومية مهام الإشراف والرقابة على صناديق الاستثمار والتأكد من وفائها بمسؤوليتها والإفصاح الكافي لكافة الأطراف المهمة.

ثانياً: أنواع صناديق الاستثمار:

تتعدد أنواع الصناديق حسب رغبات وأهداف المستثمرين وحاجاتهم كما اختلفت أنواعها حسب الأسواق التي تدار بها ويمكن أن نحصرها في نوعين رئيسيين هما :

1. الصناديق حسب سياسة الشراء والاسترداد:

وينقسم هذا النوع من صناديق الاستثمار إلى نوعين رئيسيين هما:¹

أ. صناديق الاستثمار المغلقة: تعتبر صناديق الاستثمار المغلقة أول نوع ظهر من صناديق الاستثمار وهي مقتصرة على فئة محددة من المستثمرين لها هدف محدد وفترة زمنية محددة وفي نهاية تلك الفترة تتم تصفية الصندوق وتوزع عوائده المتحققة على المشتركين فيه ويمكن لأي مشترك في صندوق الاستثمار المغلق أن يبيع ما يمتلكه من أصول في الصندوق إلى سوق الأوراق المالية عن طريق السماسرة، وقد سمي مغلقاً لأنه لا يسمح بإضافة أية حصص استثمارية بعد اكتمال الاكتتاب المحدد مسبقاً في عقد الاستثمار.

¹ - قاسم نايف علوان، مرجع سابق، ص ص 217-219

ب. **صناديق الاستثمار المفتوحة:** سميت بالمفتوحة لأن رأس مالها متغير غير محدد حيث تقوم هذه الصناديق ببيع الأسهم الجديدة لأي مستثمر يرغب في الشراء وكذلك تقوم بإعادة شراء الأسهم من مستثمر يرغب في بيع أسهمه ويتم تسعير الأسهم في كلتا الحالتين (الشراء والبيع) على أساس صافي قيمة الأصل للسهم (مجموع الأصول المالية - التزامات الصندوق والناتج يقسم على عدد الأسهم المكونة للصندوق).

ولذلك فإن هذا النوع من الصناديق يكون مفتوحاً أمام حركة المستثمرين ولا يوجد سقف أعلى لحجم أصولهم وبالتالي فإنه يحتوي على عدد غير ثابت وغير محدد من المستثمرين.

وبالنسبة لهذا النوع من الصناديق فليس متاحاً للمشاركين فيه بيع أي من أصوله إلى سوق الأوراق المالية ويتم ذلك فقط من خلال عمليات البيع والشراء والاسترداد التي تتم مع مصدر الصندوق ممثلاً هنا بمدير الصندوق الذي قد يكون المصرف التجاري.

2. الصناديق حسب السياسة الاستثمارية:

وتنقسم إلى:

أ. **صناديق النمو:** يهدف القائمون على إدارة صناديق النمو إلى تحقيق تحسن أي عائد مرتفع مع مستوى مقبول من المخاطر حيث تتكون أموال هذه الصناديق من أسهم الشركات التي لا تصفى خلال الفترة القصيرة ويتوقع لها أي لمثل هذه الشركات النمو بمعدل أعلى من المتوسط في المستقبل وبذلك نجد أن الهدف الأساسي للنمو هو تحقيق زيادة في قيمة الاستثمار المبدئي بصرف النظر عن الإيراد الذي تحققه هذه الأسهم ويلاحظ أن مثل هذه الصناديق لا تتماثل من حيث درجة الخطر ولكن يعطي الأولوية والتركيز في الاستثمار على الشركات القائمة منذ عديد من السنوات ذات الخبرة والمعرفة بنموها المستمر، وقد تركز بعض الصناديق الأخرى على الاستثمارات في الأوراق المالية الخاصة بالشركات الحديثة نسبياً.¹

ب. **صناديق الدخل:** تتناسب صناديق الدخل أولئك المستثمرين الذين يعتمدون على عائد استثماراتهم في تغطية أعباء معيشتهم لذلك عادة تشمل التشكيلة على سندات وعلى أسهم كبيرة ومستقرة توزع الجانب الأكبر من الأرباح المتولدة مثل هؤلاء المستثمرين عادة ما يخضعون لشريحة ضريبية صغيرة وهو ما يعني عدم اهتمامهم بالفرق بين معدل الضريبة على التوزيعات والفوائد ومعدل الضريبة على الأرباح الرأسمالية.

¹ - عبد الغفار حنفي، البورصات، أسهم، سندات، صناديق الاستثمار، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، بدون سنة نشر، ص 297.

ج. **صناديق الدخل والنمو:** وتستهدف صناديق الدخل والنمو أولئك المستثمرين الذين يعتمدون جزئياً على عائد استثماراتهم في تغطية الأعباء المعيشية ويرغبون في نفس الوقت في تحقيق قدر من النمو المضطرب لاستثماراتهم ومثل هذه الصناديق عادة ما تكون من تشكيلة من الأسهم العادية والأوراق المالية ذات الدخل الثابت (الصناديق المتوازنة).

ويمكن التمييز بين صناديق الدخل والنمو التي تعطي الأولوية لهدف الدخل وصناديق النمو والدخل التي تعطي الأولوية لهدف النمو.¹

د. **صناديق السندات:** وهي تلك الصناديق التي تتكون من سندات فقط حيث أنها تستثمر أموالها بصفة أساسية في أوراق مالية ذات عائد ثابت وأن هذه الصناديق تختلف باختلاف أنواع السندات المكونة لها فهناك السندات التي تركز على العائد المرتفع والسندات الأجنبية؛ سندات الشركات؛ السندات المحلية وسندات الخزنة.

وتتميز صناديق السندات بأن ليس لها تاريخ واحد لاستحقاق العائد وقيمة السندات عكس السند الفوري له تاريخ واحد لاستحقاق العائد والقيمة وعلى المستثمر أن يحدد هدفه من الاستثمار في صناديق السندات ويختار الصندوق الذي يحتوي على السندات التي تحقق رغباته ويختلف العائد المطلوب على السندات باختلاف تاريخ الاستحقاق وبصفة عامة كلما طالت فترة الاستحقاق كلما كان العائد المطلوب على السند أكبر، فصندوق مكون من سندات حكومية قصيرة الأجل يختلف عائده عن صندوق مكون من سندات شركات طويلة الأجل.²

و. **صناديق سوق النقد:** يقصد بصناديق سوق النقد تلك الصناديق التي تتكون من تشكيلة من الأوراق المالية قصيرة الأجل التي عادة ما تتداول في سوق النقد أي من خلال مؤسسات مالية كالبنوك التجارية إضافة إلى بيوت السمسرة المتخصصة في التعامل في تلك الأوراق. ولقد ظهرت هذه الصناديق لأول مرة في الو.م.أ عام 1973 وذلك عندما وصل العائد المتولد عن الاستثمار في تلك الأوراق مستوى مرتفع لم يسبق لها الوصول إليها.

فالصندوق يتكون من أوراق مالية لا تتجاوز تاريخ استحقاقها عن سنة؛ كما أنها أوراق صادرة عن الحكومة أو المؤسسات المالية وهذه الصناديق نجحت في جذب المستثمر المحافظ الذي كان عادة يفضل

¹ - منير إبراهيم الهندي، صناديق الاستثمار في خدمة صغار وكبار المدخرين، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، 1999، مصر، ص 38، 39.

² - عصران جلال عصران، تقييم أداء صناديق الاستثمار في ظل متغيرات سوق الأوراق المالية مدخل مقارنة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2010، ص 67، 68.

استثمار أمواله من خلال الودائع المصرفية وهذا النوع من الصناديق يعطي للمستثمر الحق في السحب منها في أي وقت دون تعرضه للغرامة بل ويمكنه تحرير شبكات في مقابلها.¹

ثالثاً: مزايا صناديق الاستثمار:

تتلخص مزايا الاستثمار في الصناديق الاستثمارية فيما يلي:²

- ✓ تنشيط حركة أسواق رأس المال وذلك عن طريق تشجيع المستثمرين قليلي الخبرة والمعرفة بإيداع مدخراتهم في شركات الاستثمار، وتحقيق مستوى أعلى من العائد؛
- ✓ التنوع الكفاء لمكونات الصندوق بطريقة تسهم في تخفيض المخاطر إلى أدنى حد ممكن عن طريق تنويع التشكيلة التي يتكون منها صندوق الاستثمار؛
- ✓ توفير قدر من المرونة للمستثمرين في حرية تحويل استثماراتهم من صندوق لآخر، وذلك مقابل رسوم ضئيلة، وكذلك يمكن لشركات الاستثمار أن تسترد أسهمها ما إذا رغب المستثمر في التخلص منها كلياً أو جزئياً؛
- ✓ الاستفادة من خبرات الإدارة المحترفة، لأنه من الصعب على الأفراد القيام بشراء الأسهم من السوق المنظمة وغير المنظمة واتخاذ القرار الاستثماري ومراقبة حركة الأسعار في السوق، والمتابعة باستمرار لمستوى مخاطرة المحفظة، في حين أنها مهمة سهلة على الخبراء المحترفين بالصندوق.

المطلب الثالث: شركات التأمين

أولاً: تعريف شركات التأمين وتصنيفها

تعتبر شركات التأمين مؤسسة مالية تعمل على جمع أقساط التأمين لتعيد استثمارها، فتحقق بذلك عوائد للاقتصاد وتساهم في تقديم الخدمات الاجتماعية إلى أفراد المجتمع، كما بإمكانها تحقيق قدر من الأرباح طالما هي تتبع سياسة تحليل ودراسة مختلف البيانات المتوفرة لديها عن المؤمن لهم، وسوف نتعرض إلى ماهية شركات التأمين، مختلف تصنيفاتها وبعض من وظائفها.

1. تعريفها:³

تحصل شركات التأمين على الأموال لتعيد استثمارها في مقابل عائد شأنها في ذلك شأن البنوك التجارية وصناديق الاستثمار، هذا العائد يشارك فيه المؤمن له إما بطريقة مباشرة كما هو الحال في

¹ - منير إبراهيم الهندي، مرجع سابق، ص 36.

² - مختار أحمد حمودة، صناديق الاستثمار ودورها في تفعيل برنامج توسيع قاعدة الملكية وتنمية الأنشطة الاقتصادية، الندوة الوطنية الأولى حول التحديات التي تواجه القطاع المصرفي وأفاق تطويره، 2006، طرابلس، ليبيا، ص 5.

³ - منير إبراهيم هندي، إدارة الأسواق والمنشآت المالية، توزيع دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 1999، ص 100.

بعض وثائق التأمين على الحياة أو بصفة غير مباشرة من خلال دفع أقساط التأمين، ويتم تصنيفها ضمن دائرة الشركات التجارية.

2. تصنيف شركات التأمين:

تصنف شركات التأمين وفقا لتشكيلة الأنشطة التأمينية، وحسب شكلها القانوني.¹

أ. **التصنيف وفق تشكيلة الأنشطة التأمينية:** يمكن تقسيم شركات التأمين وفق الأنشطة التي تمارسها لشركات التأمين على الحياة وشركات التأمين العام، صناديق الضمان الاجتماعي ثم الشركات الشاملة.

ب. **شركات التأمين على الحياة:** يشتمل نشاطها على كافة التأمينات المتعلقة بوفاة أو حياة المؤمن له أو التي تجمع بين الاثنين (التأمين المختلط).

ج. **شركات التأمين العام:** تختص بالتأمين على الممتلكات وعادة ما يغطي أخطار الحريق والسرقة وتأمين النقل بأنواعه، وكذلك التأمين على المسؤولية المدنية تجاه الغير كالتأمين ضد حوادث السيارات؛

د. **صناديق الضمان الاجتماعي:** تعمل على تغطية تكاليف علاج المؤمن له، حيث يلتزم هذا الأخير بتحمل حد أدنى من تكاليف علاجه ويدفع الصندوق الجزء الباقي؛

هـ. **الشركات الشاملة:** تصدر كافة وثائق التأمين التي تصدرها الأنواع الثلاثة السابقة، وتكون غير متخصصة في نوع معين

2. لتصنيف وفقا للشكل القانوني للشركة:

حسب الشكل القانوني تأخذ شركات التأمين شكلين قانونيين هما: شركات مساهمة وشركات الصناديق التي عادة ما تكون لشركات التأمين على الحياة.

أ. **شركات المساهمة:** تكون الملكية في يد حملة الأسهم العادية الذين يختارون مجلس الإدارة الذي يتولى التسيير والذي لهم الحق في الربح الصافي الذي تحققه.

ب. **شركات الصناديق:** تشبه إلى حد كبير شركات الاستثمار لأنها تتميز بضخامة الحجم، وملكيته تكون في يد حملة الوثائق التأمينية وهي لا تصدر أسهما بل تحل محلها وثائق التأمين المكتتب فيها، وتدار من قبل خبراء مختصين.

¹ - طبائبية سليمة، دور محاسبة شركات التأمين في اتخاذ القرارات وفق معايير الإبلاغ المالي الدولية - دراسة حالة الشركات الجزائرية

للتأمين - رسالة دكتوراه العلوم، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الجزائر، 2013-2014، ص ص 33، 34.

ثانياً: وظائف شركات التأمين

تتلخص أهم الوظائف التي تقوم بها شركات التأمين من أجل توفير الحماية التأمينية لمشتري هذه الخدمات فيما يلي:¹

1. وظيفة التسعير:

السعر هو التكلفة الذي يدفعها المؤمن له إلى شركة التأمين نظير تغطية الأخيرة لوحدة من الخطر؛ ويكون ثابتاً مهما اختلفت قيمة هذه الوحدة؛ ويمثل نسبة مئوية من مبلغ التأمين؛ ويختلف من تأمين لآخر ويتجلى السعر في القسط الذي يدفعه المؤمن له لقاء قيمة التعويض هذه كلية أو جزئية، وتعد عملية التسعير من العمليات المهمة التي يتطلب الاهتمام بها من قبل شركات التأمين حيث يعتمد نجاح واستمرار تلك الشركات في سوق التأمين عليه.

إن أسعار التأمين لا يحددها العرض والطلب ولا التكلفة التاريخية، ولكن تقوم شركات التأمين بتحديد ما منفردة أو مجتمعة في هيئة اتحادات، وأحياناً تقوم الهيئات الحكومية بصرفه على شركات التأمين بوضع الأسعار التي تتناسب مع الخدمة التأمينية وتعرضها على تلك الشركات، والشخص الذي يحدد أسعار التأمين يدعى بالإكتواري وهو شخص له دراية وعلم في الرياضيات والإحصاء.

إن عملية وضع الأسعار من أصعب ما يواجه مكنتبي التأمين، إذ عليهم أن يعرفوا مسبقاً مقدار الخسائر المتوقعة والمحتملة من تحقيق كل خطر على حدى وهذه الخسائر يغطيها ما يعرف بالقسط الصافي، الذي يمثل المقابل المالي لأي وثيقة تأمين، وإذا أضيف إلى هذا القسط التحويلات التي تمثل المصارف المالية والإدارية والضرائب والرسوم مع نسبة معقولة من الربح المتوقع؛ فإنه يعرف بالقسط التجاري الذي يدفعه حامل وثيقة التأمين إلى الشركة، مقابل حصوله على تغطية الأخيرة للخطر الذي يخشى من تحققه.

2. وظيفة الاكتتاب:

يقصد بهذه الوظيفة انتقاء الأخطار؛ حيث يتم دراسة كل خطر لتقديمه للشركة من أجل قبول أو رفض الخطر حيث يتم تبويب طالبي التأمين بموجب السياسة التي تحددها شركة التأمين بما يحقق أهدافها وغاياتها، ويهدف الاكتتاب إلى تجميع محفظة فرعية من وثائق التأمين المختلفة وبذلك تقوم الشركة من خلال هذه الوظيفة بقبول طلبات إصدار الوثائق والمتوقع أن ينتج عنها أرباح وترفض

¹ - حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، التأمين وإدارة الخطر - النظرية والتطبيق -، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 56، 57.

الطلبات المتوقع أن ينتج عنها خسائر أو أن تكون غير مجدية ؛ وتقوم الإدارة العليا بالشركة بوضع سياسة واضحة للاكتتاب تتماشى مع غايات الشركة وقد تكون هذه السياسة الحصول على مجموعة كبيرة من وثائق التأمين المختلفة والتي تعطي ربحا منخفضا ؛ أو تكون سياسة الشركة الحصول على عدد قليل من وثائق التأمين والتي تعطي ربحا مرتقعا. وعادة ما تقوم الشركة بإصدار دليل تبين فيه أنواع التأمينات التي تقبلها والأخطار التي تقبلها والمناطق الجغرافية التي تعمل بها والأخطار الخاصة التي يجب أخذ الموافقة عليها مسبقا.

3. وظيفة الإنتاج:

يقصد بالإنتاج في مجال التأمين، المبيعات والنشاطات التسويقية التي تقوم بها شركات التأمين وعملية بيع الخدمة التأمينية التي تقوم بها شركة التأمين وهي المصدر الرئيسي لتمويل الشركة وكثيرا ما يطلق على الوكلاء والمندوبين اسم المنتجين، وفي شركات التأمين المتخصصة في تأمينات الحياة، يطلق على الدائرة المختصة بالإنتاج اسم دائرة المبيعات، وتكون هذه الدائرة مسؤولة عن استقطاب وتدريب الوكلاء الجدد ومراقبة ومتابعة الوكلاء والمندوبين الآخرين، وفي شركات التأمين المتخصصة في تأمينات الممتلكات والمسؤولية توجد دوائر للتسويق، ويقوم موظفو هذه الدوائر بشرح البرامج التأمينية لجمهور المؤمن لهم.

بالإضافة إلى تطوير وتأهيل فريق فاعل من رجال المبيعات؛ تقوم شركات التأمين بمجموعة واسعة من النشاطات التسويقية، من ضمنها تطوير فلسفة التسويق، ووضع خطط الإنتاج القصيرة والطويلة المدى، كما وتضم النشاطات التسويقية، إجراء الأبحاث التسويقية وتطوير برامج تأمينية جديدة لتلبية حاجات المستهلكين والمؤسسات التجارية ووضع استراتيجيات جديدة للتسويق ؛ بالإضافة إلى الإعلان عن البرامج التأمينية الجديدة في وسائل الإعلام المختلفة.

4. وظيفة تسوية المطالبات (إدارة التعويضات):

وهي تلك الوظيفة المتعلقة بدفع مبلغ التأمين أو دفع التعويضات المستحقة للمؤمن عليه/له عند تحقق الخطر المؤمن ضده. وفي شركات التأمين هناك جهة أو دائرة متخصصة بدراسة المطالبات المقدمة؛ وتحديد مدى التعويض المستحق من خلال تسوية الخسائر. والشخص المسؤول عن تسوية الخسائر هو "مسوي الخسائر".

5. وظيفة الاستثمار والتمويل:

يتم دفع أقساط التأمين غالبا في بداية العملية التأمينية ونتيجة ذلك يتوافر لشركة التأمين مبالغ ضخمة يمكن استثمارها وتحقيق عائد.

وحسب مبدأ الملائمة أو المواءمة في الاستثمار، فإن شركات التأمين التي تمارس التأمين على الحياة تقوم باستثمار أموالها في أدوات استثمارية طويلة الأجل وذلك كون الالتزامات المتوقعة تكون لآجال طويلة، أما الاستثمارات التي تقوم بها شركات التأمين التي تمارس أعمال تأمينات الممتلكات والمسؤولية المدنية، فبما أن مدد هذه الوثائق غالبا ما تكون سنة فأقل وبالتالي فإن التزاماتها كذلك تكون قصيرة الأجل سنة فأقل، فحسب المبدأ السابق "الملائمة" تقوم باستثمار في الأسهم وأذونات الخزينة وشهادات الإيداع وأي أدوات أخرى يمكن تحويلها إلى نقدية بسهولة ويسر وسرعة دون خسائر مهمة.

6. وظيفة إعادة التأمين:

ويقصد بإعادة التأمين نقل جزء من الخطر إلى جهة أخرى أقدر على تحمل هذا الخطر وغالبا ما تكون هذه الجهة هي شركات إعادة التأمين، وعقد إعادة التأمين هو عقد يشبه عقد التأمين إلا أن أطرافه تكون مختلفة، ففي عقد التأمين يكون طرفا العقد المؤمن له "شخص أو مؤسسة" والمؤمن "شركة التأمين" أما عقد إعادة التأمين فـأطرافه شركة التأمين وشركة إعادة التأمين، إلا أن عقد إعادة التأمين يختلف عن عقد التأمين في صفة الإذعان، حيث يمكن لطرفي العقد مناقشة شروط العقد وتعديلها حسبما يرونه مناسبا.

خلاصة الفصل:

تتاول الفصل الأول الذي جاء بعنوان الإطار النظري للمؤسسات المالية تعريف هذه المؤسسات وتقسيماتها فمن حيث اعتمادها على الودائع هناك مؤسسات ودائعية وأخرى غير ودائعية أما من حيث الناحية الاقتصادية فنجد مؤسسات مصرفية وأخرى غير مصرفية في حين تنقسم المؤسسات من حيث نطاق عملها إلى مؤسسات مالية ذات صفة شاملة ومؤسسات مالية متخصصة كما نجد أيضا من حيث عبورها الحدود مؤسسات دولية ومؤسسات محلية وإقليمية، كذلك أشرنا إلى أهداف المؤسسات المالية وأهم نشاطاتها كالابتكار والإنشاء وغيرها وكذلك أهم الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات كالوساطة الزمنية، كما تطرقنا أيضا إلى المؤسسات الودائعية بمختلف أنواعها كالبنوك التجارية، أشكالها، ووظائفها وكذلك اتحاد الائتمان، خصائصه، وأوجه الاختلاف مع مؤسسات أخرى، بالإضافة إلى مؤسسات الادخار والإقراض، مواردها استخداماتها، والمخاطر التي تواجهها، كما تطرقنا أيضا إلى المؤسسات غير الودائعية كصناديق التقاعد، أهميتها، موارد واستخدامات هذه الصناديق، كذلك صناديق الاستثمار خصائصها أنواعها ومزاياها، بالإضافة إلى شركات التأمين، تصنيفها، ووظائفها.

A decorative scroll frame with a light gray background and a black outline. The frame has a vertical scroll on the left side and a horizontal scroll on the top right side. The text is centered within the frame.

الفصل الثاني:

علاقة الإبداع التكنولوجي

بالمؤسسات المالية

تمهيد:

إن التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم تطرح الكثير من التحديات والفرص، ولعل أهم التحديات تتمثل في ازدياد حدة المنافسة بين المؤسسات حول الأسواق في بيئة تنافسية متغيرة، أين تزايدت أهمية المعرفة والتكنولوجيا ونشاطات البحث والتطوير حيث أصبحت الميزة الغالبة للاقتصاديات المعاصرة، وأصبحت قوة الدول والمؤسسات تقاس بمدى تقدمها في مجال التكنولوجيا والبحث والتطوير.

وأصبح من الضروري تقديم خدمات جديدة تلبي حاجات ورغبات الزبائن وتزيد من ربحية المؤسسة؛ فإرضاء الزبائن أصبح من الأهداف التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها بهدف كسب ولائهم، ولن يكون لها ذلك إلا من خلال الاهتمام بعمليات الإبداع التكنولوجي، ردا على متطلبات السوق فجميع المؤسسات المالية في الوقت الحالي معنية به، خاصة مع التطورات التكنولوجية ووقعها المتسارع والمستمر، كما أن اتجاه الاقتصاد العالمي نحو التركيز على المعرفة كأساس لتوليد القيمة المضافة يفرض على المؤسسات الأخذ بمفهوم الإبداع التكنولوجي والحث عليه في مقدمة الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها واستغلاله بشكل يتيح لها البقاء والصمود في ظل التغيرات العالمية

ومن أجل مواكبة مختلف تغيرات العناصر المشكلة للمحيط، يعتبر الإبداع التكنولوجي أحد أهم أشكال الإبداع على مستوى المؤسسة، سواء كان إبداعا في المنتج أو العملية الإنتاجية، ولهذا النوع من الإبداعات أهمية ا مصير المؤسسة. كما أن هذا الإبداع له عدة محددات سواء على مستوى المؤسسة أو على مستوى المحيط العام.

ولإلمام بالموضوع سنتطرق من خلال هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي**المبحث الثاني: محددات وقياس الإبداع التكنولوجي****المبحث الثالث: الإبداع التكنولوجي في المؤسسة المالية**

المبحث الأول: ماهية الإبداع التكنولوجي

إن التقدم التكنولوجي ووقعه المتسارع والمستمر، دفع المؤسسات إلى الاهتمام بالإبداع التكنولوجي، وهذا للاستمرار في نشاطاتها والاستجابة لرغبات زبائنهم، وبالتالي أصبح أحد أهم المصادر التي تؤثر في تحديد بقاء المؤسسة واستمراريتها في السوق.

المطلب الأول: مدخل للإبداع التكنولوجي

أولاً: تعريف الإبداع التكنولوجي

إن مصطلح الإبداع التكنولوجي يتكون من جزئين: الإبداع والتكنولوجيا.

فالإبداع بمفهومه العام هو "كل الأفكار التي تؤدي إلى تحسين مختلف تطبيقاتها (إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج)، سواء كان ذلك في ميدان الاقتصاد والصناعة، في الأمور العامة أو الخاصة، هو كل خروج عن الروتين، أي كل شيء جديد مهما كانت بساطته، فائدته وتأثيراته على الحياة بصفة عامة".¹

كما عرفه Marquis & Myers بأنه "ليس حدثاً فردياً مستقلاً أو مفهوماً أو فكرة جديدة أو حدوث ابتكار بشيء جديد وإنما هو عملية شاملة ومتكاملة تتضمن مجموعة مرتبطة من الأنظمة والعمليات الفرعية داخل المنظمة".²

ويعرف الإبداع بأنه "عبارة عن الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية، التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة من الفرد والجماعة".³

والإبداع أيضاً "عبارة عن مزيج من الخيال العلمي المرن لتطوير فكرة قديمة، أو إيجاد فكرة جديدة ينتج عنها إنتاج متميز غير مألوف يمكن تطبيقه واستعماله والاستفادة منه".⁴

أما مصطلح التكنولوجيا فهو تعريب لكلمة Technology وهي كلمة يونانية تتكون من مقطعين Techno التي تعني الفن، و Logos التي تعني علماً. وعليه فإن التكنولوجيا تربط ذهن الإنسان وإبداعه الفكري أو

¹ - أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 110.

² - مأمون نديم عكروش، سهير نديم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة - مدخل استراتيجي متكامل وعصري -، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2004، ص 10.

³ - طارق محمد السويدي، محمد أكرم العدلوني، مبادئ الإبداع، ط2، شركة الإبداع الخليجي للاستثمارات والتدريب، الكويت، 2002، ص 12.

⁴ - المهيري عبد الله، الإبداع طريقك نحو قيادة المستقبل، دار المعارف، القاهرة، 2003، مصر، ص 1.

خياله العلمي بالتطبيق المادي وكل ذلك يكون من خلال معالجة هادفة لإحداث تحولات في كل من الأسلوب والوسيلة معا.¹

كما عرف **Luthans** التكنولوجيا على أنها " جملة الأساليب الآلية والمعرفة التطبيقية التي تستخدم من قبل الفرد وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المنظمة".²

وبمفهوم أشمل تجمع التكنولوجيا بين الجوانب المادية وغير المادية لتتضمن معارف ومعدات وأدوات وتقنيات وطرائق ومهارات وقواعد لتحويل المواد إلى منتجات أو خدمات، لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، الحقيقية والمتوقعة.³

بعد تطرقنا لتعريف كلا من الإبداع والتكنولوجيا، سنتطرق الآن إلى تعريف الإبداع التكنولوجي حيث هناك عدة تعاريف حاولت توضيح معنى الإبداع التكنولوجي

يعرف على أنه "تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج".⁴

وتعرف مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية الإبداع التكنولوجي على أنه "إدخال أو تحسين لمنتجات أو عمليات أو خدمات للسوق".⁵

وبمفهوم أشمل يعرف على أنه "كل جديد على الإطلاق أو كل تحسين صغير أو كبير في المنتجات وأساليب الإنتاج الذي يحصل بمجهود فردي أو جماعي والذي يثبت نجاحه من الناحية الفنية أو التكنولوجية وكذا فعاليته من الناحية الاقتصادية".⁶

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الإبداع التكنولوجي هو عملية تحسين في منتجات (سلع أو خدمات) المؤسسة، هذه العملية تحدث نتيجة تطبيق معارف فنية أو تكنولوجية معترف بها، لتلبية متطلبات الزبائن من المنتجات فضلا عن جعل المؤسسة هي الأفضل في السوق.

¹ - أوكيل محمد سعيد، مرجع سابق، ص. 111.

² - خليل محمد حسين الشماخ، خيضر كاظم حمود، نظرية المنظمة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص. 339.

³ - اللامي غسان قاسم، إدارة التكنولوجيا - مفاهيم ومداخل، تقنيات، تطبيقات علمية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص. 28.

⁴ - أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص. 33.

⁵ - العامري صالح مهدي محسن، العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 21، العدد 2، 2005، ص. 149.

⁶ - أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، مرجع سابق، ص. 111.

ثانياً: خصائص الإبداع التكنولوجي

يمكن استخلاص الخصائص الأساسية المرتبطة بالإبداع التكنولوجي في النقاط التالية:¹

- ✓ أن يكون مرتبطاً بالإنتاج والإنتاجية، بحيث أن كل إبداع لا يؤدي إلى تحسين في عملية الصنع أو استخدام عناصر الإنتاج ولا في توفر منتجات جديدة أو تحسين المتواجدة لا يعتبر إبداعاً تكنولوجياً بالمعنى الصحيح؛ أنه نتيجة تطبيق معارف فنية أو تكنولوجية معترف بها، ومعنى هذا أن كل جديد يستند إلى معلومات غير دقيقة ويؤدي إلى نتائج غير فعالة رغم جاذبيتها لا يمكن اعتبارها إبداعاً تكنولوجياً؛
- ✓ أن المجهودات الإبداعية المبذولة دون الوصول إلى التحكم أو تقليل التكاليف ليست إبداعات تكنولوجية، والنقطة الأساسية هنا هي أن الإبداع التكنولوجي يحمل في طياته المنافسة في التكلفة النهائية وسعر البيع، فالأسلوب الفني الذي لا يخفض من تكلفة الإنتاج الوحشية لا يستطيع أن يضمن ازدهار المؤسسة؛
- ✓ أن الإبداع التكنولوجي بدون انتشار في الأسواق يكون محدود الكفاءة والفعالية. حسب النظرة الشمولية فإن الإبداع التكنولوجي عامل أساسي في المنافسة وبالتالي في ديناميكية السوق الحرة وحتى تتحقق التنمية الاقتصادية لا بد أن يكون له آثاراً أوسع ما يكون.

ثالثاً: أهمية الإبداع التكنولوجي

يمكن إبراز أهمية الإبداع التكنولوجي فيما يلي:²

- ✓ تحسين خدمة المستهلكين وذلك من خلال المرونة والتكيف لحاجات المستهلكين؛
- ✓ زيادة قدرة المنظمة على المنافسة عن طريق سرعة تقديمها للمنتجات الجديدة وتغيير العملية الإنتاجية؛
- ✓ تحسين إنتاجية المؤسسة وذلك بتحقيق الكفاءة والفاعلية في الأداء وإنجاز الأهداف من خلال الاقتصاد في الموارد والطاقة؛ مما يساهم في زيادة المبيعات والأرباح؛
- ✓ وهناك من يضيف عناصر أخرى نوجزها فيما يلي:
- ✓ خلق المناخ الملائم الذي يمكن المؤسسة من القدرة على تقديم وتطوير منتجات وعمليات جديدة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن في السوق؛

¹ - أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، مرجع سابق، ص 111، 112.

² - فردوس محمود عباس، أثر اعتماد الإبداع التقني في تحسين جودة المنتج لتحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة تطبيقية في الشركة العامة

لصناعة الزيوت النباتية -، مجلة كلية الجامعة المستنصرية، العراق، المجلد 1، العدد 4، 2010، ص 254.

- ✓ تحقيق أهداف إستراتيجية المؤسسة في التميز والبقاء والنمو؛
- ✓ تعزيز وتنشيط أداء المؤسسة بشكل عام.

المطلب الثاني: أنواع ومصادر الإبداع التكنولوجي

أولاً: أنواع الإبداع التكنولوجي

يمكن تقسيم الإبداع التكنولوجي وفقاً لعاملين أساسيين هما:

1. طبيعة الإبداع التكنولوجي:

يمكن التمييز بين نوعين أساسيين هما:

أ. **الإبداع التكنولوجي للمنتج:** يقصد به إحداث التغيير في مواصفات المنتج أو خصائصه لتلبية الرغبات وإشباع الحاجيات بكيفية أحسن.¹

ب. **الإبداع التكنولوجي لأساليب الإنتاج:** ويقصد بها استخدام طريقة جديدة أو محسنة في الإنتاج أو تقديم الخدمات أو تسليم المنتجات كما يهدف كذلك إلى تحسين أداء الأسلوب الفني للإنتاج من الناحيتين الفنية والاقتصادية في آن واحد.²

2. درجة الإبداع التكنولوجي:

يمكن التمييز بين نوعين من الإبداع هما:

أ. **الإبداع التكنولوجي الجزئي أو الطفيف:** ويقصد به إجراء تغييرات أو تحسينات تدريجية للعناصر المكونة للمنتج، ولا يتطلب هذا النوع من الإبداع معارف علمية جديدة أو معمقة ويتميز هذا النوع بأنه لا يتطلب مجهودات كبيرة ومكلفة.³

ب. **الإبداع التكنولوجي الجذري:** يمس جوهر المنتجات والتجهيزات وصميم الأساليب الصناعية، فهو تصور مختلف وجديد جذرياً عن الأشياء الموجودة في الأسواق والتي يعرفها الناس، ونشير إلى أنه يتطلب وسائل ومجهودات ضخمة ومركزة بالإضافة إلى معلومات معمقة وكثيرة.⁴

¹ - أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، مرجع سابق، ص 34.

² - بن نذير نصر الدين، دراسة استراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة - حالة الجزائر،

أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2012، ص 149.

³ - زايدي عبد السلام، مقرر يزيد، الإبداع التكنولوجي كخيار استراتيجي لدعم القدرة التنافسية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، يومي 09 - 10 أفريل 2010، ص 08.

⁴ - أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، مرجع سابق، ص 113.

ثانياً: مصادر الإبداع التكنولوجي

تتمثل هذه المصادر في مصادر محلية وأخرى خارجية:¹

1. المصادر المحلية للإبداع التكنولوجي:

تتخصر هذه الموارد فيما يلي:

- ✓ جهاز البحث والتطوير داخل المؤسسة؛
- ✓ مراكز البحوث المتخصصة على المستوى المحلي؛
- ✓ مكتب براءات الاختراع لتسجيل الاكتشافات الجديدة؛
- ✓ الجامعات والمعاهد وما تتضمنه من معامل ومراكز أبحاث؛
- ✓ الشركات والهيئات الكبرى ذات الإمكانيات البحثية الضخمة؛
- ✓ المكاتب الاستشارية والجمعيات المتخصصة؛
- ✓ النشرات المتخصصة؛
- ✓ الخبراء ومراكز التدريب.

2. المصادر الخارجية للإبداع التكنولوجي:

ونذكر منها:

- ✓ الشركات الصناعية الكبرى متعددة الجنسيات وما تنقله من تكنولوجيات حديثة وذلك من خلال ما تجلبه معها من تجهيزات تكنولوجية متطورة ومنتجات وخبراء للدولة النامية؛
- ✓ حصول المؤسسات على براءات الاختراع والتراخيص والعلامات والخدمات التكنولوجية المتطورة من الخارج؛
- ✓ الشركات الصناعية الكبرى المتخصصة في تصنيع التكنولوجيا- الماكينات- حيث تعمل هذه الشركات على فتح أسواق جديدة لها بالدول النامية لترويج منتجاتها؛
- ✓ المكاتب الاستشارية، باعتبارها مراكز اتصال بين الشركات المنتجة للتكنولوجيا وبين الدول التي تطلبها
- ✓ المراكز البحثية الفنية المتخصصة، وهي التي تتخصص في إجراء بحوث فنية متعمقة في مجال ما أو صناعة منتج معين؛
- ✓ المنظمات الدولية، حيث تقوم هذه الأخيرة بتقديم معونات فنية في شكل خبرات ومنح لإعداد الإطارات الفنية المتخصصة في مجال معين؛

¹ - سعيد يس عامر، الإدارة وتحديات التغيير، الدار الجامعية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2001، ص598

- ✓ الكتب والمراجع الأجنبية التي يتم تداولها وتتضمن نتائج دراسات وأبحاث معينة؛
- ✓ الخبراء الأجانب ومراكز التدريب التي تستقبل المبعوثين من الدول النامية؛
- ✓ النشرات والرسومات والتصاميم الأجنبية والبرامج المتقدمة؛
- ✓ نقل التكنولوجيا، وقد عرفت الحكومة الأمريكية نقل التكنولوجيا بأنه العملية التي يتم بموجبها نقل المعرفة المتوفرة الناتجة عن الأبحاث بصورة قابلة للتطبيق العملي من الدول المتقدمة إلى الدول المتخلفة وذلك لتلبية الاحتياجات الواقعية أو المحكمة في المجتمعات المتخلفة.

المطلب الثالث: دوافع تبني الإبداع التكنولوجي وعوائقه

أولاً : دوافع تبني الإبداع التكنولوجي

تلجأ المؤسسات إلى تحقيق الإبداع التكنولوجي للأسباب والدوافع التالية:

1. المنافسة الحادة في الأسواق:

إن ظهور منافسين جدد باستمرار أدى إلى زيادة المنافسة في الأسواق المحلية والدولية، أين أصبحت المنافسة لا تقتصر على جودة المنتج والسعر فقط بل تعددت لتشمل كل أنشطة المؤسسات، وأصبح من الضروري تتبع استراتيجيات المنافسين ورغبات الزبائن حتى تتمكن المؤسسات من صياغة وتطوير خطط استراتيجية كفؤة و بعيدة المدى، وعليه أصبح لزاماً على المؤسسات اللجوء إلى الإبداع التكنولوجي في المنتجات من أجل الحفاظ على الحصة السوقية وتعظيم ربحيتها.¹

2. الاستجابة لحاجات العميل:

إن استثمار المؤسسة في الإبداعات التكنولوجية المتعلقة بأساليب الإنتاج والمنتج يمكنها من إدخال منتجات جديدة إلى السوق تتصف بخصائص أكثر جاذبية مثل السعر الأقل أو الجودة الأعلى، أو خدمات أكثر بعد البيع، ضمان أطول، أو ملاءمة أحسن، وذلك لتلبية احتياجات ورغبات العملاء الحاليين و المحتملين، وبالتالي تتمكن المؤسسة من المحافظة على مركزها التنافسي وتعزيز تنافسيتها.²

3. مواكبة التقدم التكنولوجي:

لا تستطيع المؤسسة في الأجل الطويل أن تعزل نفسها بنجاح عن الضغوط التي تفرض عليها تحديث نفسها من الناحية التكنولوجية. فإذا تعاظمت المؤسسة عن تحديث تكنولوجياتها، فإن التقدم التكنولوجي قد يسبب للمؤسسة كارثة تنافسية، بحيث لا يمكن إنقاذها إلا من خلال التدخل الحكومي من خلال منح إعانات

¹ - عوض محمد أحمد، الإدارة الاستراتيجية - الأصول والأسس العلمية -، الدار الجامعية، مصر، 1999، ص32.

² - سعيد يس عامر، مرجع سابق، ص693.

أو التعريفية الجمركية التفضيلية، أو الإشراف على الصناعة، وبالمقابل إذا استطاعت المؤسسة تطوير تكنولوجياتها من خلال تطوير الأبحاث والإكثار من التعاقدات مع مراكز البحث والجامعات، فإنها تستطيع أن تحقق المزايا التنافسية القائمة إما على أساس التكلفة الأقل أو تقديم سلع مميزة، مما يسمح للمؤسسة بأن تبني مركزا تنافسيا يمكن الدفاع عنه.¹

4. أزمة الطاقة وضرورة إيجاد بدائل طاقوية:

إن أزمة الطاقة كان لها فضل كبير على تطوير الكثير من المنتجات وتقديم عدد هائل من المنتجات الكهربائية والميكانيكية التي تساعد على الاقتصاد في استهلاك الطاقة، حيث أن الباحثين يؤكدون دور هذا العامل في الفترة التي سجلت عددا هائلا من الاختراعات والتغييرات في وظائف المنتجات المختلفة وهي عقد السبعينات حيث حصلت الأزمة الأولى للطاقة عام 1973. وقد أثبت الحال أن الأزمات في كثير من الدول كانت سببا في الإبداع التكنولوجي حيث تزداد الحاجة للبحث عن حلول للمشاكل المترتبة على تلك الأزمات.²

5. التسهيلات والمساعدات الحكومية:

التسهيلات والمساعدات الحكومية التي تقدم لدعم عمليات الإبداع التكنولوجي سواء كانت في شكل مساعدات فنية أو مالية، حيث لا يكاد يخلو بلد من بعض المؤسسات التي ترعى المؤسسات المبدعة خصوصا الصغيرة منها.

6. تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، البيانات والأفراد التي تستخدمها المؤسسة في استقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية، البصرية، النصية).³

ثانيا: عوائق الإبداع التكنولوجي

1. على المستوى الاقتصادي:

يمثل عائق قلة الموارد المالية أهم العوائق الاقتصادية التي تواجه عملية الإبداع التكنولوجي سواء على مستوى المؤسسات أو الهيئات العلمية، فضعف المخصصات المالية لا يسمح بالقيام ببحوث متقدمة بغية تحقيق إبداعات تكنولوجية، إضافة إلى ذلك عادة ما تكون هذه الإبداعات ذات مردودية غير كافية، خاصة

¹ - سعيد يس عامر، مرجع سابق، ص 694.

² - العامري صالح مهدي محسن، مرجع سابق، ص 150.

³ - نفس المرجع السابق، ص 150.

إذا تمت الإبداعات على مستوى الهيئات العلمية (جامعات، مراكز البحث) بحيث لا تجد من يجسدها في الواقع الاقتصادي، ويعبر نقص المعلومات عن مستوى المخاطر الاقتصادية والمالية التي يمثلها إدخال إبداع تكنولوجي جديد إلى السوق، إضافة إلى عامل التكاليف العالية للتجهيزات المستعملة في الإنتاج أو التطوير والتي تحد من عملية الإبداع التكنولوجي.¹

2. على المستوى الاجتماعي:

تتمثل أهم العوائق التي تحد من الإبداع التكنولوجي على المستوى الاجتماعي، الاتصال السيئ بين أقطاب المؤسسة (الإدارة، مساهمين، عمال، نقابة)، بحيث لا تتضافر جهودهم في اتجاه واحد مساعد على الإبداع التكنولوجي، بالإضافة إلى مدى تقبل المستخدمين لفكرة جديدة في الإنتاج لأنهم يرون فيها تهديداً لمناصبهم أو تخفيض في الأجور، لذلك يجب توعيتهم بضرورة الإبداع التكنولوجي لضمان مستقبلهم ومستقبل المؤسسة.

ويمثل مستوى الاستعداد لدى إطارات المؤسسة للقيام بهذه المهمة واحتضانها، عاملاً حاسماً لنجاح الإبداع التكنولوجي في المؤسسة، وتترجم مخاوف المستخدمين بصفة عامة في نوعية عقود العمل التي تطبقها المؤسسات الاقتصادية والتي لا تضمن مستقبلهم في حالة وقوع أزمات للمؤسسة أو في حالة تحقيقها الأرباح الكبيرة، ويمثل إصلاح هذه العقود أحد أهم الحوافز التي تشجع المستخدمين والإطارات خاصة على القيام بالاختراعات والإبداع التكنولوجي.²

3. على المستوى التقني:

إن صعوبة تدفق المعلومات الخاصة بالتكنولوجيا الجديدة، وصعوبة جلب الكفاءات العلمية والتكنولوجية، إضافة إلى نقص الخبرة خاصة بتركيبات التجهيزات الجديدة؛ تعتبر عوائقاً تقنية تحد من عملية الإبداع التكنولوجي.³

¹ - دويس محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص 45.

² - دويس محمد الطيب، مرجع سابق، ص 45.

³ - بوزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية - دراسة حالة مؤسسة كوندور بيرج بوعريج -، مذكرة شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2012-2013، ص 15.

المبحث الثاني: محددات وقياس الإبداع التكنولوجي

في الوقت الراهن أصبحت المنافسة في الكثير من المجالات تعد عملية موجهة بواسطة عنصر الإبداع الذي يمثل حافزا قويا لأي مؤسسة للابتكار والتجديد ما يدفعها لتبادر بمنتجات جديدة وعمليات جديدة يمكنها غالبا من تحقيق أرباحا معتبرة. بالتالي يمكن القول أن الإبداع التكنولوجي هو الخيار الإستراتيجي الأكثر ضمانا للمؤسسات في مواجهة مختلف الاضطرابات المحتملة في المحيط وأحد أهم الركائز الأساسية في بناء المزايا التنافسية للمؤسسة.

المطلب الأول: محددات الإبداع التكنولوجي

أولاً: المحددات الخارجية

قدمت معظم الدراسات ثلاث عوامل أساسية على هذا المستوى¹:

1. المحيط الاقتصادي والمؤسسي:

أن الدولة يمكن أن تكون محدد للإبداع من خلال التدخلات المختلفة للدولة التي تشكل قوة تأثير على الدوافع الخاصة بالإبداع خاصة من خلال القرارات المتعلقة بأنشطة البحث التطوير في المؤسسات لكن الهدف الأول يكون مرتبطا باستقرار الاقتصاد الكلي والتدخل من خلال معدلات الفائدة المرتبطة بشروط تمويل أنشطة الإبداع، السياسية المرتبطة بتعديل المنافسة بين مختلف القطاعات الاقتصادية.

2. الانفتاح على الخارج:

من شأن انفتاح السوق المحلية على المنافسة الخارجية أن يولد ضغطا على المؤسسات المحلية التي تنتشط لأجل ضرورة الإبداع، كما أن توجيه المؤسسات نحو الالتزام بالمعايير الدولية (نظام الإدارة البيئية الأمن والسلامة المهنية...الخ) كلها تشكل ضغطا آخر نحو توجه المؤسسات المحلية للإبداع.

3. الطلب:

بصور عامة فإن الإبداع التكنولوجي يرتبط بالسوق الذي تكون فيه المؤسسة قادرة فنيا على التأقلم والمستهلك يعتبر من خلال طلبه مصدرا للإبداع. وبالتالي فإن تأقلم المنتج مع الطلب مهم في تحفيز المؤسسة على الإبداع ويمكن ذكر العلاقة بين الطلب والإبداع في التكنولوجي فيما يلي:

✓ توجد علاقة بين توجيه الأرباح الحالية للأنشطة الإبداعية للمؤسسات وبين تطور الطلب في السوق.

¹ - عبد الرؤوف حجاج، دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014-2015، ص30

✓ المؤسسات التي تكون في استماع (تواصل) مع زبائنهم قادرة بشكل أحسن على توفير المنتجات المطلوبة، وهكذا تكون قناة مهمة في توجيه الإبداع حسب الطلب.

ثانياً: المحددات الداخلية

تتمثل أهمها فيما يلي:¹

1. إستراتيجية المؤسسة:

تهدف إلى الميزة في السوق، كما يمكن أن تكون إستراتيجية المؤسسة موجهة نحو التركيز على الحالة الفاعلة، أي التكنولوجيا والمنتجات (السلع أو خدمات) الحالية.

2. القيادة:

يمكن أن تكون محددا هاما للإبداع التكنولوجي من خلال مدى فعالية تحفيزه أو إعاقته، فالقيادات في المؤسسة قد توفر أجواء الابتكار والحوافز المناسبة من أجل التغيير في مجال الهياكل والمنتجات، من جانب آخر نجد أصحاب القيادة المحافظة التي ترى بأن التغيير هو الذي يهدد نظام المؤسسة، على عكس نمط القيادة الديمقراطي الذي من أبرز سماته: المرونة، التفويض الميل إلى فرق العمل والوحدات المستقلة والأكثر تشجيعاً للابتكار والإبداع.

3. ثقافة المؤسسة:

بشكل عام فإن المؤسسات التي تقدم إبداعات تكنولوجية فإنها تتميز بثقافة إبداعية تدخل تغييرات مهمة على الهيكل والمفاهيم، في حين أن المؤسسات التي تتميز بثقافة تميل إلى المحافظة على الخصائص الحالية؛ مما يجعلها لا توافق مع الإبداع وما ينجر عنه من مفاهيم ومعتقدات جديدة.

4. إدارة المعرفة:

الإبداع يعود قبل كل شيء إلى آليات تعلم معقدة وإنتاج المعرفة فبدون الإبداع والتعلم ومعارف جديدة لا يمكن رؤية عمليات الإبداع.

حسب Ropertol فإنه من خصائص الزاوية المركزة على المعرفة فإن هناك ثلاث أنشطة هي:

- ✓ مرحلة الحصول على المعرفة؛
- ✓ مرحلة تحويل المعرفة إلى إبداعات (منتج جديد أو علمية جديدة)؛

¹ - نجم عبود نجم، إدارة الابتكار المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، ط2، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص ص135، 138.

✓ استغلال الإبداع من أجل توليد قيمة عالية.

أي أنه ينبغي على المؤسسة إيجاد الآليات المناسبة للحصول على المعرفة التي تحتاجها من أجل تحويلها إلى إبداعات ملموسة سواء كان ذلك في المنتج أو العملية ثم استغلال هذه الإبداعات من أجل توليد قيمة عالية وهذا ما تم ذكره بالتفصيل في نموذج إبداع القيمة.

كما تجدر الإشارة إلى أنه حسب هذه النظرة فإن إيجاد عملية الإبداع يسمح بمنح المعلومة من السوق قبل إنشاء القيمة في كل مرحلة من المراحل الثلاث السابقة.

5. أنشطة البحث والتطوير :

إن هذا النوع من الأنشطة يلعب دورين هما: إنشاء وتوليد الإبداعات من جهة، وتطوير قدرة المؤسسة على الاستفادة من المعرفة التي أنشأتها والتي قامت بتوليدها من جهة أخرى.

ولاشك بأن أنشطة البحث والتطوير تغير من أهم محددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسة؛ وذلك كونها المدخل الأساسي في العملية الإبداعية، ولكنها ليست الوظيفة المحددة الوحيدة للإبداع لأن هناك متغيرات أخرى في المؤسسة كمحددات للعملية الإبداعية مثل (وظيفية تسيير الموارد البشرية، نظام المعلومات، الوظيفية التسويقية...الخ).

المطلب الثاني: قياس وحماية الإبداع التكنولوجي

أولاً: حماية الإبداع التكنولوجي

يتطلب الإبداع التكنولوجي استثماراً من قبل المؤسسة مع التوقع بأنه سيؤدي إلى تحقيق الأرباح ويزيد من حصتها السوقية. وفي ظل اقتصاد المعرفة حيث المشاركة في المعلومات على نطاق واسع، فإن حماية هذه الفوائد تعتبر من الأهمية البالغة لتحقيق الأسبقيات والامتيازات التنافسية.

ويمكن تحقيق تلك الحماية من خلال براءة الاختراع، النموذج، العلامة التجارية، وسننترق إلى كل وسيلة من الوسائل السابقة بشيء من التفصيل.

1. براءة الاختراع:

وهي عبارة عن شهادة أو وثيقة تمنحها هيئات رسمية معينة تتضمن الاعتراف باختراع ما وتخول لصاحبها حق الملكية وبالتالي حرية الاستعمال.¹

¹ - أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سابق، ص 165.

يعد منح براءة الاختراع إصداراً لحقوق الملكية القانونية للمخترع (فرد أو مؤسسة)؛ ما يتيح له بأن يقيّد استخدام اختراعه حتى يحصل على ربح المحتكر، حيث أن نظام براءة الاختراع يضمن احتكار استخدام اختراع معين لمدة محدودة (تصل إلى 20 سنة)، كما يتيح لصاحب البراءة بأن يرخص للمؤسسات الأخرى استخدام براءته لصناعة الإبداع وبيعه وذلك بدفع المقابل (عادة ما يكون مبلغاً من المال) وبالتالي تقديم الحافز على الإبداع التكنولوجي لتحقيق التقدم التكنولوجي والنمو الاقتصادي.¹

وحتى يتم ذلك هناك إجراءان أساسيان هما:²

أ. **إيداع طلب لدى الهيئات المختصة وطنياً و/أو دولياً:** حيث يشكل تاريخ الإيداع أولوية هامة للمؤسسة؛ إذ أن الأسبقية في الإيداع تعتبر إثباتاً أولياً في حالة النزاع، كما أن الاختراع كلما كان ذا أهمية كلما استلزم الأمر حمايته على نطاق واسع خاصة إذا كانت المؤسسة تتوجه إلى الأسواق الخارجية و ذلك لحمايته من التقليد.

ب. **قيام الهيئات المختصة بالتحقق من أسبقية الإيداع:** أي عدم وجود إيداعات أخرى تمس نفس الموضوع على المستويين الوطني والعالمي في آن واحد، وإثبات توفر الموضوع المراد حمايته على عناصر الجهد الفكري، الأصالة، وإمكانية التطبيق الصناعي.

2. العلامة التجارية:

وهي عبارة عن اسم أو رمز يمنح ويتم استخدامه لتمييز منتجات مؤسسة ما عن منتجات مؤسسات أخرى، وذلك لتوضيح مصدر تلك المنتجات و يتمتع مالكوها بحق استبعاد أي مؤسسة أخرى تستخدم تلك العلامة التجارية في المجال الذي تستخدم فيه.

كما يمكن ترخيص حقوق العلامة التجارية مثل حقوق البراءة تماماً، وهكذا يمكن لحماية العلامة التجارية أن تدوم لفترة أطول من حماية البراءة.³

ويترتب عن هذا النوع من الحماية حماية شهرة المؤسسة وضمان الفوائد المترتبة عن ذلك.⁴

3. النموذج:

ترتبط حماية النموذج بالخصائص الشكلية والمميزة للمنتجات الجديدة، والأهمية لمثل هذه الحماية تتمثل في إبراز اسم الشخص أو المؤسسة مما يسمح له أو لها من تحقيق غايات معينة ليست مادية شرطاً، مثل

¹ - روجر كلارك، اقتصاديات الصناعة، فريد بشير، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1994، ص ص 247-249.

² - أوكيل محمد سعيد، مرجع سابق، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ص ص 165، 166.

³ - برافين جوبتا، الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين، ط1، أحمد المغربي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص ص 273، 274.

⁴ - أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سابق، ص 167.

هذه الفوائد قد تنتج عندما يحتاج مستعملون معينون مساعدة لتطوير ذلك النموذج، فيتقدمون من المنتج الأصلي لإبرام العقود التي تتضمن دفعا ماليا أو غير ذلك.¹

ثانيا: قياس الإبداع التكنولوجي

إن السؤال المطروح هو كيف يتسنى لنا قياس الإبداع التكنولوجي، ففي الأعمال التجريبية حول الإبداع يستعمل دائما ثلاث أنواع من القياسات الكمية للنشاط الإبداعي، تؤدي في مجموعها إلى نفس النتائج تقريبا، وتتمثل هذه القياسات في :

1. نفقات البحث والتطوير:

يعتبر الإنفاق على البحث والتطوير استثمارا يحتاج إلى التخطيط وفق أساليب علمية، حيث أن القسم الأول من الوظيفة (البحث) أقل تكلفة من (التطوير) ومعرفة التكاليف أمر هام للمؤسسة من أجل تقييم أدائها.

وتستعمل بشكل واسع قيمة البحث والتطوير كمقياس للاستثمار في الإبداع التكنولوجي، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تجبر المؤسسات التي لها ميزانيات معتبرة في البحث والتطوير على إظهار هذه القيمة في الميزانيات السنوية، بحيث تتوفر على معطيات مهمة تبين مدى اهتمام المؤسسات بالإبداع والإنفاق عليه وهل هو من الأولويات الإستراتيجية أم لا.

أما في دول أخرى، فإن إظهار هذه القيم في الميزانية السنوية ليس إجباري، وهذا ما يسمح لبعض المؤسسات بإخفاء نفقات مهمة للبحث والتطوير على منافسيها، ونفس الشيء بالنسبة لبعض المؤسسات التي لا تتفق في مجال البحث والتطوير فتخفي ذلك عن نظر المستثمرين.²

وبما أن تكاليف تقديم المنتجات الجديدة تكون عالية، فإن المؤسسة قد لا تجد أن الفترة القصيرة التي أتاحت لها في السوق كافية لاستعادة تكاليف إنتاج وتطوير منتجات جديدة؛ وعلى سبيل المثال نجد أن مؤسسة Du Point تحملت ما يقارب 100 مليون دولار لتقديم أحد منتجاتها الجديدة للسوق، ومع ذلك لم يحقق الأهداف التجارية المحددة له.³

2. عدد براءات الاختراع:

يمثل هذا المقياس عدد براءات الاختراع الممنوحة للمؤسسة خلال فترة زمنية معينة، ويمكن أن يمثل عدد براءات الاختراع مؤشرا مهما للإبداع التكنولوجي باعتباره منتج البحث والتطوير.

¹ - أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سابق، ص ص 167، 168.

² - دويس محمد الطيب، مرجع سابق، ص 45.

³ - عسكري أحمد شاكر، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 42.

ولكن ليست كل براءات الاختراعات التي تمنح لأصحابها تنفذ وتحول إلى إبداعات تكنولوجية، فقد يبقى الاختراع دون تنفيذ لسنوات طويلة، ومن ثم فإن عدد براءات الاختراع لا يوضح فاعلية الاستفادة منها في مجال الإنتاج، حيث يؤكد جوزيف شومبيتر أنه طالما لم توضع الاختراعات موضع التطبيق فلا معنى لها اقتصادياً، وقد يكون من المضلل تماماً التركيز على جانب الاختراع.¹

3. تعداد الإبداعات التكنولوجية:

تعداد الإبداعات التكنولوجية عبارة عن قائمة الإبداعات المتأتية من مختلف المؤسسات وتكون مستخلصة من تحقيق شامل، ويجب أن تمثل أحسن مصادر المعلومات لأنها تقيس بوضوح الإنتاج المحقق.

وفي الواقع يوجه انتقاد لهذا التعداد لعشوائية الطابع الذي يتميز به، فيجب على القائمين بالتحقيق أن يحددوا ماذا يمثل إبداع تكنولوجي وما لا يمثل، وعادة ما يفصلون بين الإبداعات التكنولوجية المهمة وغير المهمة، ونشير في الأخير أن تعداد الإبداعات التكنولوجية معلومة غير متوفرة في معظم المؤسسات.²

المطلب الثالث: آثار الإبداع التكنولوجي

أولاً: الآثار الاقتصادية للإبداع التكنولوجي

تتنوع وتختلف الآثار الاقتصادية الناجمة عن القيام بالإبداعات التكنولوجية، وتتعلق بالخصوص بالتنمية الاقتصادية أو النمو، ونستطيع تقسيمها إلى ثلاث أنواع:³

1. الآثار على التكلفة النهائية:

تتعلق بآثار الإبداع التكنولوجي على التكلفة النهائية التي يخرج بها المنتج من المؤسسة، أي السعر الذي تباع به المؤسسة منجاتها في الأسواق، ويمكن تلخيصها في حالتين:

أ. حالة ارتفاع حجم المخرجات:

تهدف المؤسسة من إدخال تقنيات جديدة للإنتاج إلى الرفع من قدرة الإنتاج، أي زيادة في عدد الوحدات المنتجة وهذا عبر تسريع عمل التجهيزات والآلات في معالجة أكبر كمية من المدخلات خلال فترة زمنية معينة، هذه الحالة هي أحد جوانب الإنتاجية ونسميه المردودية ومن آثاره تقوية العرض ويمكن من إشباع حاجيات الطلب.

¹ - فريدريك م. شرر، نظرة جديدة إلى النمو الاقتصادي وتأثيره بالابتكار التكنولوجي، ط1، علي أبو عمشة، مكتبة العبيكان، السعودية، 2002، ص46.

² - دويس محمد الطيب، مرجع سابق، ص46.

³ - أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سابق، ص37، 38.

ب. حالة تقليص التكلفة الأصلية للوحدة:

إن الهدف الأساسي لعملية الإبداع التكنولوجي هو تقليص التكاليف بصفة عامة والتكلفة الوحيدة بصفة خاصة، بغية تمكين المؤسسة من المنافسة الحرة من خلال الإتيان بالتحسينات والتغييرات في المنتجات، وتكون نتيجتها ترشيد العملية الإنتاجية وتحقيق هوامش أكبر مما يضمن بقاء واستمرارية المؤسسة عن طريق استثمارات جديدة.

2. الآثار على الاستهلاك والاستعمال:

تتعلق بالمنتجات أكثر منها بالأساليب الفنية للإنتاج، والتحسين والتجديد في المنتجات يهدف إلى ضمان سلامة الاستهلاك أو الاستعمال حسب طبيعة السلعة، وكذا إلى سلامة العمال خلال عملية الإنتاج وسلامة المستهلك خلال عملية الاستهلاك، وتدرج كل هذه العوامل ضمن جودة المنتج.

3. الآثار على التصدير:

أهم عوامل نجاح المؤسسة في تحسين تنافسيتها هو قدرتها على زيادة صادراتها وتحقيق عائدات أكثر بالعملة الصعبة، وهذا من خلال سلسلة مترابطة، بداية من تحسين الجودة مما ينجر عنه تخفيض في تكاليف الإنتاج والتكلفة النهائية، مما يمكن المؤسسة من احتلال وضعية تنافسية أقوى، ويسمح لها بالاستحواذ على حصة أكبر من السوق وزيادة رقم أعمالها، وتحقيق أرباح أكبر ويتم توزيع هذه الأرباح على المساهمين وإعادة الاستثمار وتمويل البحث التطبيقي والإبداع التكنولوجي.

ثانيا : آثار الإبداع التكنولوجي في المؤسسة

1. تحسين أداء المؤسسة:

يؤدي الإبداع التكنولوجي من خلال تفعيل البحث والتطوير واستخدام تقنيات متطورة إلى زيادة القدرة الإنتاجية للمؤسسة، كما يعمل على الاستعمال العقلاني لمواردها المادية والمالية والبشرية والتكنولوجية، مما يعمل على تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء. وقد بينت إحدى الدراسات التي شملت 1300 مؤسسة في أوروبا واليابان وأمريكا الشمالية، أن هناك ارتباط قوي بين الأداء الحالي والإبداع التكنولوجي، إذ كانت مستويات أداء تلك المؤسسات عالية وأرباحها متميزة بسبب التكنولوجيا المتطورة في الإنتاج والعمليات.¹

¹ - بورنان إبراهيم، بورنان مصطفى، نشاطات الإبداع في منظمات الأعمال، مجلة دراسات، العدد 12، جامعة عمار ثلجي الأغواط، 2009، ص 81.

2. تحسين التنظيم الإداري في المؤسسة:

يعمل الإبداع التكنولوجي على ترسيخ العمل الجماعي بين أفراد المؤسسة أي تنشيط العمل بالفريق، كما يعمل على تشجيع الديمقراطية والمشاركة، مما يشكل حافزا لطرح المبادرات وظهور القدرات الإبداعية. كما يسمح الإبداع التكنولوجي بالتحول من الإنتاج الواسع للمنتجات النمطية إلى منتجات وفقا لطلبات الزبائن، التي تتطلب الاعتماد على نظم الإنتاج ذات مرونة عالية تساعد في تقديم منتجات متميزة.

3. مواكبة التطور التكنولوجي:

يؤدي الإبداع التكنولوجي إلى قدرة المؤسسة على مواكبة التطور التكنولوجي، وذلك من خلال تكثيف نشاطات البحث والتطوير، قصد التحسين المستمر لمنتجاتها، وبالتالي تمديد دورة حياتها. فالمؤسسات تعتمد إلى إدخال التحسينات والتعديلات على منتجاتها أكثر من لجوئها إلى طرح منتجات جديدة، نظرا لما تتطلبه هذه الأخيرة من إمكانيات كبيرة قد لا تتوفر لدى كل المؤسسات.¹

¹ - الداوي الشيخ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة، مجلة الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 17، جامعة الجزائر 3، 2008، ص30.

المبحث الثالث: الإبداع التكنولوجي في المؤسسة المالية

سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى مختلف مراحل عملية الإبداع التكنولوجي وطرق اللجوء إليه لتحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة.

المطلب الأول: مراحل عملية الإبداع التكنولوجي

تمر عملية الإبداع التكنولوجي بالمراحل التالية :

أولا : توليد الأفكار وتصنيفتها

تبدأ عملية الإبداع التكنولوجي بتوليد الأفكار من خلال الاهتمام بتطوير ثقافة المؤسسة وتشجيع انتقال المعلومات الجديدة بين الأفراد، وقد تكون هذه الأفكار نتيجة للقدرة الذاتية أو نتيجة لدراسة البيئة وإدراك المشاكل والفرص فيها.¹ والحصول على هذه الأفكار يكون من المصادر الداخلية (العاملين بالمؤسسة) و/أو الخارجية (الندوات العلمية، المؤتمرات، الموزعين، مقترحات وشكاوى الزبائن، المنافسين، المعارض التجارية، الوكلاء... الخ).²

بعد توليد الأفكار مباشرة تتم تصنيفتها وغربلتها، والمشكلة التي تواجه المؤسسة هي كيفية فرز عدد الأفكار المطروحة، فقد تقوم بقبول أفكار سيئة في حين يجب رفضها أو على العكس من ذلك رفض أفكار جيدة كان من الممكن تطويرها إلى منتجات ناجحة.³

وتتم تصفية الأفكار حسب معايير مختلفة ومتنوعة، من مؤسسة إلى أخرى ومن صناعة إلى أخرى، وفي ضوء هذا الاختلاف قد يكون من الصعب إعداد قائمة شاملة بمعايير غربلة الأفكار.

وعلى الرغم من ذلك فهناك عدد من المعايير المستخدمة في تصفية الأفكار بواسطة غالبية المؤسسات وتتمثل هذه المعايير أساسا في:⁴

- ✓ القدرة الإنتاجية؛
- ✓ إستراتيجية المؤسسة؛
- ✓ الخبرة الفنية ومستوى المهارة؛

¹ -Angelo Bonomi, George Haour, P'innovation Technologique et sa Promotion dans l'entreprise, Edition Daloz, Paris, 1999, p 45.

² - نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص ص 267، 268.

³ - بلبلولة إيمان، المؤثرات البيئية على الإبداع التكنولوجي، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، قسم العلوم التجارية، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 2006، ص 53.

⁴ - Marie Camille Debourg, Joel Clavelin, Olivier Perrier, Pratique du Marketing, Berti édition, Alger, 2004, p 166.

- ✓ تحليل الحاجات؛
- ✓ البيئة؛
- ✓ المنافسة؛
- ✓ قنوات التوزيع الحالية؛
- ✓ قدرة المؤسسة المالية.

والأهم من ذلك كله أن الإدارة العليا هي التي تحدد الأفكار وتختار منها الأفضل، إذ أنها المسؤولة على إستراتيجية المؤسسة في مجال التطوير.

ثانيا: التبنى وتهيئة البيئة للتنفيذ

يتم تحويل الأفكار الجديدة للتنفيذ وذلك من خلال تشكيل فريق عمل ووضع مخطط تطبيقي يتضمن نوع وسائل العمل أي نوع الآلات والمعدات والتكنولوجيا الحديثة المستخدمة، مع دراسة مناسبة لكل هذه الظروف مع احتياجات الزبائن

إضافة إلى ذلك تقوم المؤسسة بتحديد تكاليف مشروع الإبداع التكنولوجي من تكاليف البحث والتطوير، والتكاليف المتعلقة بانطلاق المشروع سواء من الناحية الصناعية أو التجارية، ووضع دراسة تتعلق بتوقع المبيعات والأرباح التي يمكن أن تحققها المؤسسة والتطورات المتعلقة بالسوق ورد فعل المنافسين لنتائج مشروع الإبداع التكنولوجي، أي مواكبة التغيرات الجديدة الحاصلة في بيئة المؤسسة والتي يمكن إدخالها في أي لحظة.¹

ثالثا: تنفيذ المشروع

تتألف هذه المرحلة من مجموعة الخطوات التي تقوم بها المؤسسة، حيث تقوم بإنتاج منتج تجريبي يسمح لها بالتأكد من جاهزية وسائل الإنتاج الجديدة والمواد الأولية ومدى كفاءة اليد العاملة في تطبيق التكنولوجيا الجديدة، حيث أن هذا المنتج سيسمح للمؤسسة بتحليل آراء ورد فعل الزبائن والموزعين.

بعدها تنتقل المؤسسة إلى الإنتاج الفعلي، حيث لا بد أن تتصف عملية الإنتاج بالمرونة والقابلية، أي أنه يمكن إضافة أي تعديلات جديدة في أي لحظة أثناء الإنتاج، بعد اكتمال عملية الإنتاج يصبح المنتج جاهزا لدخول السوق.²

¹ - طرطار أحمد، حليمي سارة، الاقتصاد المعرفي كآلية لتنفيذ الإبداع التكنولوجي في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير

التنظيمي في المنظمات الحديث - دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية -، جامعة سعد دحلب، البلدة، الجزائر، 18-19 ماي 2011، ص13.

² - نفس المرجع السابق، ص ص13، 14.

رابعاً: تقييم النتائج والتغذية العكسية

إن كل مرحلة من المراحل السابقة تحتاج إلى تدفق معلومات للتأكد من أن العملية تسير بالشكل المخطط لها، للتأكد من عدم وجود الصعوبات والمشاكل التي تعترض سير الأنشطة بالشكل المطلوب. وفي حالة وجودها يجب إيجاد الحلول المناسبة بالوقت المناسب وتجاوز العقبات وحل المشاكل. ولذلك لا بد أن يكون هناك تقييم للنتائج وتكون هناك تغذية عكسية مستمرة للتأكد من نجاح الإبداع التكنولوجي وتحقيقه للنتائج المرجوة ويكون هناك تقييم مستمر للإبداع التكنولوجي للتأكد من مقابله للحاجات المحددة (حاجات الزبائن)، وتحقيقه لأهداف المؤسسة.¹

وتكتسب عملية تحديد مراحل عملية الإبداع التكنولوجي أهمية خاصة لكونها تعطي الإطار العام لكيفية إدارة كل مرحلة من هذه المراحل، وكيفية تجاوز الفشل وتعزيز النجاح. إن مشاركة الإدارة في كل مرحلة من هذه المراحل يساهم في نجاح الإبداع التكنولوجي وبشكل كبير.²

المطلب الثاني: طرق اللجوء إلى الإبداع التكنولوجي

إن الممارسة الداخلية لنشاطات البحث والتطوير (على مستوى المؤسسة) ليست الطريقة الوحيدة لإحداث الإبداع التكنولوجي، حيث هناك طرق و أساليب أخرى يمكن للمؤسسة اللجوء إليها وهي قابلة للاستغلال بتكاليف ومخاطر متفاوتة، وعملاً بمبدأ ترشيد الموارد، الوقت والمجازفة يجب على المؤسسة المفاضلة في اختيار أحسن البدائل، ويمكن حصر مختلف طرق اللجوء لإنتاج الإبداعات التكنولوجية في ما يلي:

أولاً: إدماج نشاطات البحث والتطوير بالمؤسسة

يقصد بالبحث والتطوير كل المجهودات المتضمنة تحويل المعارف المصادق عليها إلى حلول فنية، في صور أساليب أو طرق إنتاج ومنتجات مادية استهلاكية أو استثمارية، تباشر مثل هذه النشاطات إما في مخابر الجامعات أو في مراكز البحث التطبيقي وفي المؤسسات الصناعية دون اعتبار لحجمها.³

إن إدماج نشاطات البحث والتطوير في المؤسسة يعطيها استقلالية كبيرة لوضع برنامج إبداعي يضمن لها جانباً من السرية والثقة لنشاطاتها، ويحد من تطلعات المقلدين في الحصول على الأفكار الجديدة والإبداعات قيد الإنجاز، وهذا مما يجعل المنافسين يستغرقون فترة ما بين سنتين إلى ثلاثة سنوات لتقليد فكرة الإبداع.⁴

¹ - بلبلولة إيمان، مرجع سابق، ص 58.

² - نفس المرجع السابق، ص 59.

³ - أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، مرجع سابق، ص 113.

⁴ - Joel Broustail, Frederic Frery, le Management Stratégique de l'innovation, édition Dalloz, Paris, 1993, P147.

هذا بالإضافة إلى عدة اعتبارات تأخذها المؤسسة بعين الاعتبار عند قيامها بالممارسة الداخلية لنشاطات البحث والتطوير، تتمثل في: ¹

1. الإلمام بالمعلومات والأفكار والمعارف العلمية المتاحة داخليا وخارجيا؛
 2. تجنيد الطاقات والإمكانيات المتاحة لديها، التي تشكل كلها أسس نجاح مشاريع البحث والتطوير مع الأخذ بعين الاعتبار الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة؛
 3. التقيد بالخطط والسياسات والموازنات المحددة، مع نوع من الاستقلالية لمستخدميها لاكتشاف الأفكار الجديدة وتطويرها وتكييفها مع متطلبات السوق.
- كما يقود الإدماج الفعلي والكامل لنشاطات البحث والتطوير بالمؤسسة لنتائج جيدة ومعتبرة وبالمقابل يعتبر الوسيلة الأطول من ناحية الزمن والأكثر تكلفة في توفير وتخصيص الموارد والأعلى مجازفة وخطرا.

ثانيا : عقود واتفاقيات التعاون

يدفع النقص في القدرات والإمكانيات المتاحة لدى المؤسسة، والاحتياج للمعارف العلمية والتكنولوجية والارتفاع في تكاليف نشاطات التطوير، المؤسسة للقيام بعقود مصادق عليها أو إبرام اتفاقيات تعاون بينها وبين مؤسسات أخرى أو مثيلة لها في نفس القطاع، أو في قطاعات اقتصادية أخرى، تهدف إلى إنشاء جملة من العلاقات والارتباطات في مجال البحث التطبيقي، وفعاليتها محددة بجدية الأطراف المعنية وديناميكية المسيرين.

إن أساس القيام بإنشاء علاقات تعاون يتمثل في استغلال المعلومات والمعارف المكتسبة لكل طرف، وتوحيد الجهود الرامية لأحدث الإبداعات واختصار مدة إنجاز مشاريع البحث والتطوير وتحمل مشترك للتكاليف والأخطار، ومن جهة أخرى إن الطاقات والإمكانيات والمعارف لا تتواجد دائما في مجال ومكان معينين، فهذه العلاقات تشكل مرجعا حقيقيا للاستفادة بين المؤسسات، وتوحيدا للطاقات والإمكانيات والقدرات خاصة في مجال البحث والتطوير. ²

والأهم هو استغلال العلاقات الناشئة بكيفية تسمح بالتكفل الفعلي والفعال بنشاطات البحث والتطوير، وذلك باستغلال المعارف والأفكار المكتسبة والمتاحة، وتحمل مشترك للتكاليف والأخطار وتقليص مدة إنجاز مشاريع البحث التطبيقي؛ أي العمل على دعم عمليات الإبداع التكنولوجي والإسهام في تحقيق ميزات في الإنتاج والمنتجات تعزز مكانة المؤسسة في السوق.

¹ - Jean Claude Tarondeau, **Recherche et Développement**, édition vuibert, Paris, 1994, P 70.

² - Joel Broustail, Frederic Frery, Op.cit, P 148

ثالثا: المقولة الباطنية

إن الحصول على الإبداعات التكنولوجية عبر المقولة الباطنية، يعني قيام المؤسسة بعملية اللجوء إلى مؤسسات أخرى طالبة منها تنفيذ جزئي أو كلي لنشاطات البحث والتطوير، أي إبرام اتفاقيات مع منظمات خارجية. ونجد ضمن هذه المنظمات مثلا: مكاتب الدراسات، مراكز البحث العامة والخاصة، الجامعات، المؤسسات الصناعية المتخصصة، الجمعيات والنوادي العلمية وغيرها ويتم اللجوء لهذا الشكل قصد الحصول على الإبداعات التكنولوجية بسبب نقص الإمكانيات المالية والقدرات البشرية المؤهلة لدى المؤسسة المعنية.¹

فالمقولة الباطنية في مجال البحث والتطوير وسيلة مهمة للمؤسسة لإنشاء علاقات مع خبراء ومختصين ذوي مستوى عالي (طاقات وموارد بشرية مؤهلة) في مجال الإبداع؛ فنشاط الجامعات يتمثل في التدريس والبحث العلمي بنوعيه - البحث العلمي الأساسي ويتناول التوسيع في مجال المعرفة العلمية، والبحث العلمي التطبيقي الذي يحول المعارف العلمية إلى حلول فنية- أما مراكز البحث العامة والخاصة تقوم بتحويل المعلومات العلمية إلى تكنولوجيا وإلى حلول تقنية للمشاكل والصعوبات الفنية المجابهة للمؤسسات الاقتصادية وإنتاج الإبداعات بصفة عامة، فإبرام اتفاقيات للإنجاز الجزئي أو الكلي لنشاطات البحث و التطوير مع المنظمات المتخصصة في إنجاز الإبداعات والمعارف العلمية البحتة، تعتبر من الإجراءات التيسيرية الفعالة، وتمكن المؤسسات من تخفيض التكاليف وترشيد الموارد المتاحة لديها.²

رابعا : اقتناء الرخصة

إن اقتناء رخصة الإبداع، تعتبر الوسيلة المباشرة للحصول على الإبداع، وهي عبارة عن شراء إبداع معين من طرف خارجي مقابل عائد مادي، كما تعتبر الأكثر فاعلية لكون المؤسسة على علم بما تشتري، والأسرع من ناحية الاستغلال والنقل المباشر للمعارف والمعلومات عن موضوع الإبداع في حالة التعاقد، والأقل تكلفة بناءا على العدد الكبير من طالبي الاقتناء.³

فبانتشار الخبر حول إبداع معين، تتقدم المؤسسات الصناعية المعنية لمصدر الإبداع الأصلي بطلب للشراء أو الحصول على حق الاستعمال والاستغلال بواسطة رخصة يصادق عليها الطرفان، ومباشرة يتم الكشف ونقل المعلومات والمعارف عن المنتج أو الطريقة الفنية للإنتاج، وعادة يضم العقد بنودا وشروطا معينة منها:⁴

¹ - Jean Claude Tarondeau, op.cit, P 72.

² - هاني نوال، البحث والتطوير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2010-2011، ص64.

³ - Joel Broustail, Frederic Frery, op.cit, P 150

⁴ - أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سابق، ص ص107، 108.

- ✓ موضوع العقد؛
- ✓ مدة العقد؛
- ✓ مجال الاستغلال؛
- ✓ المكافأة المالية (مبلغ جزافي و/أو نسبة مئوية)؛
- ✓ شرط الإشعار بالتحسينات التي قد يقوم بها الحاصل على الرخصة، وكذا كيفية حل النزاعات في حالة وقوعها؛
- ✓ شروط أخرى تخص مثلاً العلامات التجارية للطرفين.

والجدول رقم (01) يوضح الفرق بين مختلف طرق اللجوء للإبداع التكنولوجي من حيث مدة الإنجاز، التكلفة، المخاطرة:

الجدول رقم(01): الفرق بين طرق اللجوء للإبداع التكنولوجي

النتيجة المحققة	المخاطرة	التكلفة	مدة الإنجاز	معايير المقارنة الطرق
مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	طويلة	التطوير الداخلي
غير محددة	ضعيفة	غير محددة	غير محددة	عقود واتفاقيات التعاون
غير محددة	ضعيفة	غير محددة	غير محددة	المقاوله الباطنية
ضعيفة	ضعيفة	ضعيفة	قصيرة	اقتناء الرخصة

المصدر: بوزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إدماج نشاطات البحث والتطوير بالمؤسسة يستلزم وقتاً طويلاً للتنفيذ، استثمارات كبيرة ومخاطرة عالية؛ إلا أنه في المقابل يمنح المؤسسة استقلالية تكنولوجية ويمنحها مكانة تنافسية قوية بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى.

أما بالنسبة لعقود واتفاقيات التعاون والمقاوله الباطنية فتتسمان بعدم التأكد من حيث مدة الإنجاز، التكلفة والنتيجة المتوقعة ولكن بمخاطرة أقل وذلك نتيجة التحمل المشترك للتكاليف.

وفي ما يخص اقتناء الرخصة فإنها الأسرع من حيث التنفيذ والحصول على الإبداع، وتتميز بتكلفة أقل مما يسمح بتقليل المخاطرة، ولكنها في المقابل تضعف الاستقلالية التكنولوجية للمؤسسة.

المطلب الثالث: إستراتيجية الإبداع التكنولوجي في المؤسسة المالية

أولاً: تعريف إستراتيجية الإبداع التكنولوجي:

1. تعريف الإستراتيجية:

لا يوجد تعريف متفق عليه بين الدارسين والباحثين اتجاه هذا المصطلح، حيث ظهرت الإستراتيجية في البداية كمفهوم عسكري، وازداد الاهتمام بهذا المصطلح من قبل متخذي القرارات والقائمين على ممارسة العمليات الإدارية في المؤسسات، وهكذا انتقل مفهوم الإستراتيجية لمجال العلوم الاقتصادية والإدارية.

حيث يرى **Chandler** أن الإستراتيجية هي "إعداد الأهداف والغايات الإستراتيجية طويلة الأجل للمؤسسة واختيار خطط العمل وتخصيص الموارد الضرورية لبلوغ الأهداف".¹

وتعرف مجموعة بوسطن الاستشارية (**BCG**) الإستراتيجية بأنها "خطة لاستخدام وتخصيص الموارد المتاحة بهدف ترجيح التوازن التنافسي وتعديله لخدمة مصلحة المنظمة".²

ويمكن القول إجمالاً أن الإستراتيجية هي الطريق الصحيح الذي يؤدي إلى بلوغ الأهداف مع مراعاة الفرص والتهديدات البيئية وكذا الموارد المتاحة. لقد أصبح وضع الاستراتيجيات وتطويرها من المسائل الهامة للمؤسسة؛ فالاهتمام يمتد من إستراتيجية النشاط بصفة عامة إلى إستراتيجية الوظائف، لذلك فإنه يفترض أن تكون للمؤسسة إستراتيجية للإبداع التكنولوجي، تتمكن من خلالها المؤسسة من توجيه نشاطها لتتمكن من تحقيق أهدافها و حماية مصالحها.³

2. تعريف إستراتيجية الإبداع التكنولوجي:

يمكن تعريف إستراتيجية الإبداع التكنولوجي للمؤسسة بأنها "الاتجاه العام المستقبلي للمؤسسة في إبداع المنتج وإبداع العملية الإنتاجية والذي يتم تحديده في ضوء الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية وبما يتلاءم مع ما تتمتع به المؤسسة من إمكانيات وموارد (نقاط القوة) بالشكل الذي يحقق أهدافها في البقاء والنمو وجعلها تنافسية".⁴

يمكن للمؤسسة الحصول على العديد من المزايا التي تتولد عن وجود إستراتيجية للإبداع التكنولوجي أجمالاً

Rothweil بالآتي:

¹- دادي عدون ناصر، الإدارة والتخطيط الإستراتيجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 8.

²- محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 10

³- أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، مرجع سابق، ص 163.164.

⁴- السامرائي سلوى، هاني عبد الجبار، الإبداع التقني وبعض العوامل المؤثرة فيه، أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، بغداد، العراق، 1999

- ✓ مواجهة المنافسة المحلية والعالمية؛
- ✓ تحديد الاتجاهات التكنولوجية المستقبلية؛
- ✓ تخصيص جهود البحث والتطوير؛
- ✓ تحديد بدائل التغيير التكنولوجي؛
- ✓ تسريع التقدم التكنولوجي من خلال تعظيم معدلات التوافق مع المعرفة والتكنولوجيا والميزة الموجودة؛
- ✓ ضمان كون الإبداعات التكنولوجية استجابة لاحتياجات الخصائص التكنولوجية.¹

ثانياً: أنواع إستراتيجية الإبداع التكنولوجي:

إن اختلاف الظروف والعوامل المؤثرة في المؤسسات واختلاف الفرص والتهديدات التي تتعرض لها وكذلك اختلاف إمكانياتها ومواردها، أدى إلى وضع عدة نماذج لهذه الإستراتيجية. ويمكن للمؤسسة تبني أحدها أو مجموعة منها وبما يتلاءم وظروفها وطبيعة منتجاتها. وقد تم التمييز بين الأنواع التالية من إستراتيجيات الإبداع التكنولوجي:

- ✓ الإستراتيجية الهجومية؛
- ✓ الإستراتيجية الدفاعية؛
- ✓ الإستراتيجية المقلدة؛
- ✓ الإستراتيجية الفرصية؛
- ✓ الإستراتيجية التابعة؛
- ✓ المزيج الاستراتيجي.

1. الإستراتيجية الهجومية:

تستعمل المؤسسة هذه الإستراتيجية بهدف أن تكون الأولى في مجالها في إدخال المنتجات الجديدة حيث تعمل على التوصل إلى الفكرة الجديدة والمنتج الجديد بالاعتماد على قدرتها التكنولوجية ومن ثم الوصول إلى السوق أولاً، وهذا بالاعتماد على الإبداعات التكنولوجية الجذرية خصوصاً. وهذه الإستراتيجية تتطلب جهوداً كثيفة من البحث والتطوير، لأن القيادة تستلزم موارد كبيرة ووقتاً طويلاً ومقدرة على تحمل المخاطر.²

¹ - السامرائي سلوى هاني عبد الجبار، مرجع سابق، ص 117.

² - نجم عبود نجم، إدارة الابتكار - المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة -، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 30-32.

2. الإستراتيجية الدفاعية:

وتدعى أيضا إستراتيجية إتباع القائد، فلأن الإستراتيجية الهجومية خطيرة ومكلفة فإن المؤسسات تفضل تبني وضعية دفاعية تمكنها من تجنب المخاطرة الناتجة عن الإبداع التكنولوجي الجذري.¹

لا تهدف المؤسسة من وراء هذه الإستراتيجية إلى تبوء مركز الريادة، بل تبحث عن التقليل من المخاطر التي تواجهها، بتتبع ودراسة خطوات الرواد في السوق لتجنب الأخطاء التي ارتكبوها، والاستفادة من سوق مهيا مسبقا من قبل الرواد وهذا للمحافظة على موقعها في السوق والصمود أمام المنافسة القوية.²

إن هذه الإستراتيجية تتطلب قدرة ضئيلة في مجال البحث الأساسي إلا أنها تستلزم قدرة تطويرية وهندسية كبيرة تمكن المؤسسة من الاستجابة الفنية السريعة للمنتج المطور، كما أنها تعتمد على الإبداع الجزئي أي إدخال تحسينات فقط دون اللجوء إلى الإبداعات الجذرية.³

3. الإستراتيجية المقلدة:

في هذه الإستراتيجية تهدف المؤسسة إلى استدراك التأخر التكنولوجي الكبير عن طريق المتابعة الدائمة والنشطة للسوق، إما عن طريق الحصول على ترخيص في المدى القصير، أو من خلال استغلال المعرفة الحرة في المدى الطويل، ويبرز هذا الاختيار عن طريق محاولة تطوير منتج جديد انطلاقا من منتج قديم، فمثلا مؤسسة AIRBUS في مجال الطيران هو منتج أعيدت صياغته بشكل تام، بينما المنتج المنافس BOEING تولد بوصفه نتاج نماذج موجودة سابقا، فالمنتج الأول يسمح باستجابة أفضل لحاجات السوق، بينما المنتج الثاني هو حل سريع وغير مكلف.⁴

4. الإستراتيجية الفرصية (الموجهة للتطبيقات):

هذه الإستراتيجية تعكس البحث عن فئة معينة في السوق، وتتطلب تخصص المؤسسة بإنتاج منتج معين، وأن تقوم بالبحث عن الفرص السوقية من خلال مراقبة حاجات زبائنها في ذلك السوق الذي تستهدفه. والمؤسسات التي تتبع هذه الإستراتيجية عادة هي المؤسسات الصغيرة والتي تدخل السوق في

¹ - نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 32

² - بلبولة إيمان، مرجع سابق، ص 124.

³ - نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص 32.

⁴ - Jean Bernard, Maurice Catin, Les Condition Economiques du Changement Technologique, Edition l'harmattan, Paris, 1998, p 70,71.

مرحلة نضوج المنتج وتقوم بإدخال تعديلات عليه وتكييفه على وفق حاجات زبائنها في ذلك السوق، وهذه الاستراتيجية تستلزم جهدا كبيرا في هندسة الإنتاج.¹

5. الإستراتيجية التابعة:

تقع ضمن هذه الإستراتيجية التعاقدات الفرعية، حيث لا توجد زيادة نحو الإبداع إلا إذا تم ذلك بواسطة الزبائن، حيث لا تمتلك هذه المؤسسات الموارد، أو نشاط البحث والتطوير الذي يمكنها من القيام بالأنشطة الإبداعية للمنتجات أو أجزاء معينة. ومن الأمثلة على ذلك التعاقدات الفرعية لبعض المؤسسات اليابانية مثل تويوتا.²

6. المزيج الاستراتيجي:

إن الإستراتيجية المثلى للإبداع التكنولوجي لا يمكن تحديدها بشكل مطلق، وإنما يمكن لكل مؤسسة أن تحدد الاستراتيجية الملائمة حسب الظروف الداخلية والخارجية وإمكاناتها وحجمها وطبيعة المجال الذي تعمل فيه، مما يتطلب التحليل العميق للبيئة الداخلية والخارجية من أجل تحديد الإستراتيجية التي تضمن لها البقاء والنمو.³

ومن خلال تحديد الإستراتيجية التي تتبعها المؤسسة يمكن تحليل سلوك المؤسسة في قطاع صناعي معين والتنبؤ باتجاهاتها المستقبلية، وبهذا يعد الإبداع التكنولوجي كبعد إستراتيجي مهم بالمستقبل، وهذا ما أكدته ولرايت (S.C.Whilewright).⁴

¹ - السامرائي سلوى، هاني عبد الجبار، ص117.

² - نفس المرجع السابق، ص 118 .

³ - نجم عبود نجم، مرجع سابق، 35

⁴ - نفس المرجع السابق، ص 26

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم التعرف على مختلف حيثيات الإبداع التكنولوجي بشكل عام، حيث سمح لنا هذا الفصل بالتطرق إلى الجوانب التالية:

تم التطرق إلى المفاهيم الأساسية للإبداع التكنولوجي وبعض المفاهيم المرتبطة به، ومختلف الدوافع التي جعلت المؤسسات تقوم به، إضافة إلى المعوقات التي تحد من عملية الإبداع التكنولوجي وأشرنا أيضا إلى أن الإبداعات التكنولوجية بدون حماية تصبح بدون فائدة، كما بينا الآثار الاقتصادية للإبداع التكنولوجي، إضافة إلى أثره على المؤسسة. ثم تطرقنا إلى مراحل عملية الإبداع التكنولوجي، كما أشرنا أيضا إلى طرق اللجوء إليه منها هو داخلي وما هو خارجي، حيث يمكن أن يتحقق على مستوى المؤسسة من خلال التطوير الداخلي لنشاطات البحث والتطوير، أو قد يتحقق خارجها من خلال التفويض لعمليات البحث والتطوير بشكل كلي أو جزئي لممول خارجي، أو من خلال عقد اتفاقيات تعاون مع مؤسسات أخرى، أو عن طريق اقتناء التراخيص.

من خلال ما تقدم يتضح لنا أنه في ظل الظروف الاقتصادية العالمية الحالية، وفي ظل التغيرات الحديثة والصعوبات المتنامية للمحيط الاقتصادي الدولي، يستوجب على المؤسسات على اختلاف حجمها وطبيعتها نشاطها الاعتماد أكثر على استراتيجيات واضحة.

الفصل الثالث:

دراسة حالة بنك الفلاحة

والتنمية الريفية

وكالة -ميلة-

تمهيد:

نحاول في هذا الفصل دراسة ومعرفة مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية، وذلك باختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-، ومحاولة إسقاط ما تم تتوله في الجانب النظري على الدراسة التطبيقية وذلك بتقديم استبيان موجه إلى الموظفين لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وقد احتوى على محورين تجيب على التساؤلات الدراسية التطبيقية.

المبحث الأول: الإطار العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفي

من إفرازات إصلاح النظام المالي الجزائري بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي يسعى إلى التأقلم مع التغيرات التي شهدتها الساحة المصرفية الجزائرية نتيجة انفتاحها على السوق المصرفية العالمية، وذلك من أجل المحافظة على مكانته فيها عن طريق توسيع وتنويع مجالات تدخله، وسنعالج هذا المبحث في ثلاث مطالب أساسية، حيث سنتطرق في المطلب الأول إلى نشأة بنك الفلاحة ومراحل تطوره، أما في المطلب الثاني فسنتناول أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وأما في المطلب الثالث فسنتناول لمحة عن المجمع الجهوي.

المطلب الأول: لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية

أولاً: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية¹

أنشئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار سياسة إعادة الهيكلة التي تبنتها الدولة بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بموجب مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982. وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته، ودعم نشاطات الصناعات التقليدية والحرفية والمحافظة على التوازن الجهوي، وفي هذا الإطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي، مزارع الدولة والمجموعات التعاونية وكذلك المستفيدين الفرديين للثورة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات، والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية إلى جانب قطاع الصيد البحري.

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 دج للسهم الواحد. ليرتفع في بداية سنة 2000 إلى 33 مليار جزائري موزع على 33000 سهم مكتتبه كلها من طرف الدولة.

ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 14/04/1990 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغى من خلاله نظام التخصيص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية، ولتحقيق أهدافه والاستعداد للمرحلة الراهنة وضع البنك إستراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 300 وكالة ومؤطرة بأكثر من 7000 موظف، والقيام بتنويع

¹ - المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

✓ الحصول على أكبر حصة من السوق؛

✓ تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق أقصى قدر من الربحية.

وبغية تحقيق تلك الأهداف قام البنك بتهيئة الشروط للانطلاق في المرحلة الجديدة التي تتميز بتحويلات هامة نتيجة انفتاح السوق المصرفية أمام البنوك الخاصة المحلية والأجنبية، حيث قام البنك بتوفير شبكات جديدة ووضع وسائل تقنية حديثة وأجهزة وأنظمة معلوماتية، كما بذل القائمون على البنك مجهودات كبيرة لتأهيل موارده البشرية، وترقية الاتصال داخل وخارج البنك، مع إدخال تعديلات على التنظيمات والهياكل الداخلية للبنك تتوافق مع المحيط المصرفي الوطني واحتياجات السوق، كما سعى البنك إلى التقرب أكثر من العملاء وهذا بتوفير مصالح تتكفل بمطالبهم وانشغالاتهم والحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة باحتياجاتهم. وكان البنك يسعى إلى تحقيق هذه الأهداف بفضل قيامه بـ:

✓ رفع حجم الموارد بأقل التكاليف؛

✓ توسيع نشاطات البنك فيما يخص التعاملات؛

✓ تسير صارم لخزينة البنك بالدينار والعملة الصعبة.

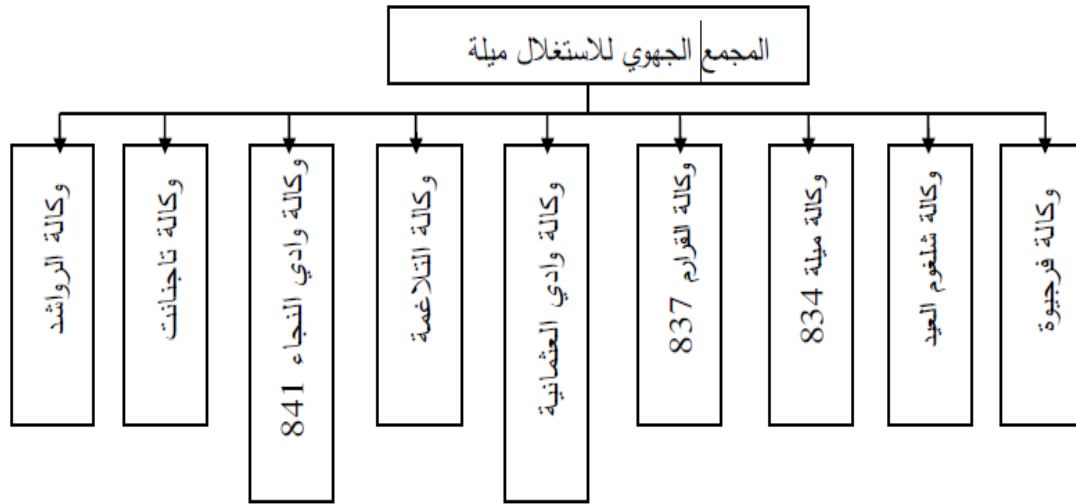
المطلب الثاني: تعريف وهيكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

أولاً: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-¹

فتح المجمع الجهوي للاستغلال ميلة أبوابه سنة 2003، هو عبارة عن مركز مسؤولية هيكلين يتمتع باستقلاله للتفاوض فيما يخص وسائل العمل والأهداف المسطرة ويتمثل دوره الأساسي في دعم الوكالات التابعة له، والتنسيق بينهما وبين المديرية العامة للبنك، كما أنه يعمل على تقديم الدعم اللوجستي والتقني للوكالات التابعة له، يشرف المجمع على (09) وكالات موزعة على مستوى الولاية والموضحة في الشكل التالي:

¹ - معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

الشكل رقم(02) المجمع الجهوي للاستغلال -ميلة-

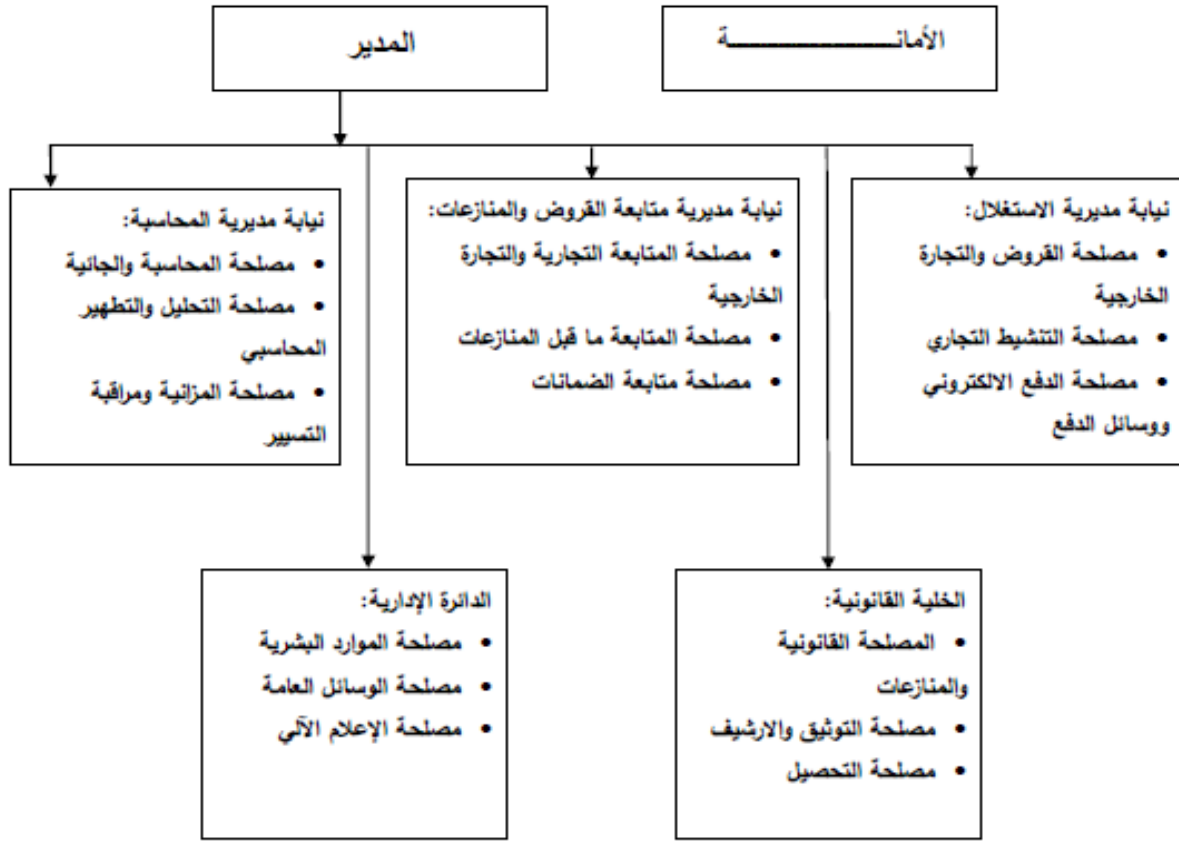


المصدر: من إعداد الطالبان بناء على معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للاستغلال -ميلة- نيابة المديرية للاستغلال

ثانيا: هيكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للاستغلال

اعتمد المجمع الجهوي للاستغلال هيكل تنظيمي يتماشى مع التطورات التي شهدتها المنظومة البنكية الجزائرية في ظل التكنولوجيا ومتطلبات العالم المعاصر والشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي المعتمد منذ 2004 إلى الآن ويتلخص الشكل فيما يلي:

الشكل رقم (03) الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للاستغلال -ميلة-



المصدر: معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للاستغلال - ميلة-

المطلب الثالث: دور ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-

أولاً: دوره

يكمن الدور الرئيسي للمجمع فيما يلي:

- ✓ يعتبر وسيط بين المديرية العامة لبنك بدر بالجزائر العاصمة والوكالات المحلية للاستغلال؛
- ✓ يقدم الدعم التطبيقي واللوجستيكي للوكالات التي يشرف عليها؛
- ✓ يقوم بعملية التنسيق بين مختلف الوكالات؛
- ✓ الرقابة والمتابعة لضمان تطبيق القوانين والتعليمات التي تحكم العمل البنكي على مستوى الوكالة التابعة له.

ثانياً: مهامه

باعتبار بنك الفلاحة والتنمية مؤسسة عمومية اقتصادية، فإن الدور الأساسي المنوط به هو:

- ✓ تقديم خدمات للزبائن بما فيلك تسهيل التعامل عن طريق فتح حسابات جارية؛

- ✓ إجراء عمليات الإيداع والسحب أي تنفيذ العمليات المصرفية والاعتمادات المالية الخاصة بقروض الصرف والخزينة التي لها صلة بأعماله قصد تسيير أمواله أدونها؛
- ✓ يتولى تلقي الودائع المالية بجميع أنواعها سواء كانت بفائدة أو بدونها؛
- ✓ إعادة استثمار مبالغ الودائع بشكل قروض فلاحية أو تجارية تسمح للقطاعين العام والخاص سواء بالعملة الوطنية أو الصعبة، سحب إستراتيجية المشروعات الممولة؛
- ✓ يكتب في جميع السندات العمومية التي تصدرها الدولة أو تضمنها؛
- ✓ تأمين الترقيات الخاصة بالنشاطات الفلاحين وما يتعلق بها؛
- ✓ سعي البنك أثناء أداء مهامه إلى تحقيق الأهداف المرجوة وذلك من خلال استخدام وسائله الخاصة والوسائل التي تزوده بها الدولة؛
- ✓ المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي والقطاعات الأخرى؛
- ✓ يقوم بدور الوسيط بين البنوك؛
- ✓ يقوم بقبول العمليات كالاستيراد والتصدير.

المبحث الثاني: تقديم الإطار النظري للدراسة الميدانية

سنتناول في هذا المبحث إلى اختيار مجتمع وعينة الدراسة وفقا لطبيعة موضوع البحث وسنقوم بتحديد الأدوات المستعملة، بالإضافة إلى معرفة أداة الدراسة والبرامج والأدوات الإحصائية المستخدمة في معالجة المعطيات.

المطلب الأول: اختيار مجتمع وعينة الدراسة ومصادر جمع المعلومات

أولاً: مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين على اختلاف مستوياتهم والموجودين داخل الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-

ثانياً: عينة الدراسة

تعرف العينة على أنها "ذلك الجزء من مفردات الظاهرة موضوع الدراسة والذي يختاره الباحث وفق شروط معينة لتمثل المجتمع الأصلي" وفي دراستنا هذه قمنا بالمسح الشامل على 31 مفردة، حيث قمنا بتوزيع 31 استمارة على هؤلاء الأفراد واسترجعنا 31 استمارة قابلة للدراسة بعد عملية الفرز والمعاينة.

المطلب الثاني: أداة جمع البيانات

سننتظر من خلال هذا المطلب إلى بيان الأداة الرئيسية التي تم من خلالها جمع البيانات الضرورية والمعلومات الخاصة بموضوع البحث كما سننتظر أيضا إلى توضيح أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات ونختبر إضافة إلى ذلك صدق وثبات الدراسة.

أولاً: الأداة الرئيسية لجمع بيانات الدراسة الميدانية

بناءا على طبيعة البيانات التي يراد جمعها والوقت والإمكانات المتاحة، ارتأينا أن الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف الدراسة هي "الاستمارة" لما للاستمارة من أهمية كبيرة في توفير الوقت والجهد علينا، وذلك لعدم توفر البيانات الأساسية المرتبطة بالموضوع كالبيانات المستورة إضافة إلى صعوبة الحصول عليها بالطرق الأخرى ، كالمقابلات والملاحظات الشخصية... الخ، ويقصد بالاستمارة (الاستبيان) مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يقوم المبحوث بالإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث العلمي. وعليه فقد تم تصميم أداة الدراسة على شكل استبيان ليتم توجيهه إلى الموظفين العاملين على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة- للوقوف على مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية.

ولقد تم بناء وتطوير الاستمارة بالاعتماد على الإطار النظري للدراسة وعلى ضوء المراجعة الشاملة للدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع كما تم الاستعانة بأراء بعض الأساتذة الجامعيين وبعض الموظفين في البنك، وقد تم تقسيم الاستبيان إلى محورين بالشكل التالي:

المحور الأول: يتكون من البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ويحتوي على (4) أسئلة تمثلت في الجنس، السن، الخبرة، والمستوى التعليمي.

المحور الثاني: نتناول فيه أراء أفراد عينة الدراسة اتجاه مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وقد تم تقسيمه إلى مجموعتين كما يلي:

المجموعة 1: تتكون من (24) عبارة تتعلق بإجابات أفراد العينة حول محددات الإبداع التكنولوجي الداخلية والخارجية مقسمة على (04) أبعاد وهي:

- ✓ محيط وثقافة المؤسسة؛
- ✓ طلب وانفتاح المؤسسة على الخارج؛
- ✓ القيادة وإستراتيجية المؤسسة؛
- ✓ إدارة المعرفة و أنشطة البحث؛

المجموعة 2: تتكون من (08) أسئلة عبارات تتعلق بإجابات أفراد العينة حول مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية.

ثانيا: اختيار مقياس أداة الدراسة

لقد تم اختيار مقياس ليكارت الخماسي كمقياس لأداة الدراسة والسبب في ذلك يرجع إلى أنه من أكثر المقاييس استخداما لقياس أراء المبحوثين ولسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد العينة الخاضعة للاختبار عن مدى موافقتهم على كل عبارة من العبارات التي يتكون منها مقياس الاتجاه المقترح وقد ترجمت الاستجابات على النحو التالي:

الجدول رقم (02) مقياس الإجابة على الفقرات أو العبارات

التصنيف (الرأي)	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن (الدرجة)	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على : محفوظ جودة : التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام ،spss، دار وائل، عمان، 2008 ، ص28

ومن أجل تحديد فترة مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدمة في الدراسة تم حساب المدى وهو الفرق بين أعلى وأقل درجة بالمقياس (5-1=4) ثم تم تقسيمه على عدد فترات المقياس الخمسة للحصول على طول فترة أي (4/5=0.8) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل في المقياس (وهو الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى للفترة الأولى، وهكذا دواليك يتم إضافة طول الفترة (0.8) للحد الأعلى للفترة السابقة للحصول على الحد الأعلى للفترة الموالية

والجدول رقم (03) يوضح أطول الفترات كما يلي :

الجدول رقم (03): أطول فترات المقياس

التصنيف	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الفترة	(8 .1-1)	(2.6-1.8)	(3.4-2.6)	(4.2-3.4)	(5.0-4.2)

المصدر: من إعداد الطالبتان.

ثالثا: اختبار بيانات الدراسة

من أجل اختبار صدق وثبات بيانات الدراسة تم استخدام مجموعة الاختبارات التالية:

- ✓ **اختبار التوزيع الطبيعي:** وذلك لاختبار اعتدالية التوزيع ومعرفة ما إذا كانت بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.
- ✓ **معامل الارتباط بيرسون:** استخدم هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (الاتساق الداخلي لأداة الدراسة).
- ✓ **اختبار الفا كروباخ:** وذلك لقياس ثبات عبارات أداة الدراسة (الاستبيان).

رابعا: أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة

تختلف أساليب التحليل الإحصائي من حيث شمولها وعمقها وتعقيدها باختلاف الهدف من إجراءاتها، ومن أجل الوصول إلى مؤشرات معتمدة ذات دلالات ومعنى، تدعم موضوع الدراسة وتحقق أهدافها وفرضياتها، فقد تم فحص البيانات ثم تفرغها وتبويبها وجدولتها ليسهل التعامل معها ، ومعالجة البيانات لفرض اختبار فرضيات الدراسة، حيث تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية إصدار "statistical package for social science" والذي يرمز له بالرمز "spss" وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تندرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل: التكرارات المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية..الخ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معدلات الارتباط والتباين الأحادي وذلك لتحليل بيانات الاستمارة والحصول على مخرجات لجميع عباراتها ومعرفة مدى

موافقة أفراد العينة المدروسة على عبارات ومحاور الاستبيان المختلفة، وللإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية:

- ✓ **التكرارات والنسب المئوية:** تمت الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وكذا تحديد استجابة أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستثمار.
- ✓ **المتوسط الحسابي:** وهو مجموع قيم المشاهدات مقسوما على عددها.

ويعتبر المتوسط الحسابي المقياس الأوسع استخداما من مقاييس النزعة المركزية وقد استخدم لمعرفة أين تتمركز إجابات أفراد العينة ومدى أهميتها بالنسبة لهم.

- ✓ **الانحراف المعياري:** وهو مقياس من مقاييس التشتت وتستخدم لقياس ومعرفة مدى انحراف وتشتت إجابات أفراد العينة لكل عبارة من العبارات عن متوسطها الحسابي، ويكون هناك اتفاق بين أفراد العينة على عبارة أو عبارات معينة إذا كان انحرافها المعياري منخفضا.

- ✓ **تحليل التباين الأحادي:** يستخدم هذا الخيار للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الأفراد المبحوثين حول موضوع الدراسة باختلاف متغيراتهم الشخصية بمعنى اختبار معنوية آراء أفراد العينة لاختبار فرضيات الدراسة.
- ✓ **تحليل الانحدار البسيط:** لاختبار الفرضيات الموضوعة للدراسة.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة:

تم اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان) وفق الخطوات التالية:

أولاً: الصدق الظاهري للاستثمار

يعد الصدق من الأمور المطلوب توافرها في الأداة وذلك لبيان مدى قدرة كل عبارة من عباراتها على قياس ما وضعت لقياسه، بما يحقق أهداف الدراسة ويجب على أسئلتها وفرضياتها ، وللتحقق من صدق الاستثمار الظاهري ومعرفة مدى صلاحية استخدامها قمنا بعرض الاستثمار في صورتها الأولية والتي تهدف إلى التعرف على مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية على الأستاذ المشرف والذي كان لتوجيهاته دور كبير في تعديلها وصياغتها بالشكل النهائي.

ثم تم عرض الاستمارة بعد ذلك في شكل نسخ أولية مطبوعة على عدد أو مجموعة من المحكمين من الأساتذة الجامعيين بمعهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف-ميلة- من ذوي الخبرة والاختصاص والمعرفة في مجال البحث العلمي وموضوع الدراسة لإبداء رأيهم في مدى ثقة ووضوح العبارات لتغطية كل مجموعة أو كل محور من محور أو مجموعة الدراسة، وقد تم إجراء أهم التعديلات المطلوبة على ضوء الآراء والملاحظات التي طرحها الأساتذة المحكمين والذي بلغ عددهم (04) محكمين، حيث تمثلت آرائهم وملاحظاتهم فيما يلي كما يوضحه الجدول رقم (04)

الجدول رقم(04): آراء وملاحظات الأساتذة المحكمين للاستمارة

الرقم	إسم الأستاذ المحكم	الملاحظات
1	زيد جابر	إعادة ضبط بعض العبارات ومراجعتها نظرا لوجود أخطاء.
2	ساسبي فاطمة	حذف بعض العبارات وإضافة عبارات جديدة.
3	عيساوي سهام	وجود عبارات متشابهة وإعادة صياغة وإضافة عبارات جديدة.
4	حريز هشام	إختصار بعض العبارات وتجنب التكرار وإعادة صياغتها.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على ملاحظات الأساتذة المحكمين

وقد استجابتا الطالبتان لآراء الأساتذة المحكمين في ظل التوجيهات والملاحظات التي أبدوها وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في عبارات محاور الاستبيان بشكل دقيق ليتحقق التوازن بين مضامين الاستمارة وذلك في ضوء مقترحاتهم، وبعد إجراء التعديلات المقترحة تم التوصل إلى الاستمارة في صورتها أو شكلها النهائي.

وقمنا بتوزيع الاستمارة على عينة استطلاعية مكونة من (31) موظف من مجتمع الدراسة وتم التأكد من فهمهم واستيعابهم لعبارات محاور الاستمارة، بحيث أصبح بمقدورنا توزيع الاستمارة النهائية على أفراد العينة لجمع بيانات الدراسة الميدانية.

ثانيا: صدق الاتساق الداخلي للأداة

بعد أن تم التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، قمنا بالتأكد من الاتساق الداخلي والذي يقصد به مدى ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه العبارة حيث تم حساب معامل

الارتباط (بيرسون) وذلك لمعرفة درجة الارتباط بين كل عبارة من عبارة الاستمارة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، كما هو موضح من خلال الجداول التالية:

الجدول رقم (05): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (محيط وثقافة المؤسسة) بالدرجة الكلية للبعد

رقم العبارة	درجة الارتباط بالبعد	Sig
1	0.749**	0.000
2	0.568*	0.042
3	0.667**	0.000
4	0.696**	0.000
5	0.517**	0.003
6	0.591	0.004

** عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل * عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج 75spss

الجدول رقم (06) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (طلب وانفتاح المؤسسة على الخارج) بالدرجة الكلية للبعد

رقم العبارة	درجة الارتباط بالبعد	Sig
1	0.694**	0.000
2	0.443*	0.013
3	0.565**	0.001
4	0.674 **	0.000
5	0.792**	0.000
6	0.523*	0.01

** عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل. * عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (07) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (القيادة واستراتيجية المؤسسة) بالدرجة الكلية للبعد

رقم العبارة	درجة الارتباط بالبعد	Sig
1	0.518**	0.003
2	0.527**	0.002
3	0.046**	0.004
4	0.512**	0.003
5	0.562**	0.001
6	0.604*	0.000

** عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل. * دال عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (08) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (إدارة المعرفة وأنشطة البحث) بالدرجة الكلية للبعد

رقم العبارة	درجة الارتباط بالبعد	Sig
1	0.548**	0.001
2	0.188**	0.010
3	0.459**	0.009
4	0.642**	0.000
5	0.660**	0.000
6	0.614*	0.000

** عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل. * عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (09) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات البعد (مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات البنكية) بالدرجة الكلية للبعد

رقم العبارة	درجة الارتباط بالبعد	Sig
1	0.883**	0.000
2	0.904**	0.000
3	0.849**	0.000
4	0.849**	0.000
5	0.902**	0.000
6	0.872**	0.000
7	0.865**	0.000
8	0.836**	0.000

** عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجداول السابقة أعلاه يتضح لنا أن قيمة معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع محورها هي موجبة ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل، أو عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل مما يدل على صدق اتساق العبارات مع محاورها، وبذلك تعتبر فقرات أو عبارات الاستمارة ككل صادقة لما وضعت لقياسه.

ثالثا: ثبات أداة الدراسة:

يقصد بثبات الاستمارة أن تعطي هذه الاستمارة نفس النتيجة فيما لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى إن ثبات الاستمارة يعني الإستقرار في نتائجها وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة المبحوثة عدة مرات وخلال فترة زمنية معينة.

وقد تحققنا من ثبات استمارة الدراسة من خلال استعمال طريقة معامل الفا كرونباخ

حيث كلما كان هذا المعامل يساوي 0.67 فأكثر كلما دل ذلك على ثبات أو تجانس أداة الدراسة، وقد أسفرت قيمة معامل الثبات لأداة الدراسة في النتائج التي يلخصها الجدول رقم (10) أدناه.

الجدول رقم(10): قيمة معامل الفا كرونباخ لثبات لأداة الدراسة

الأبعاد	عدد العبارات	معامل الثبات(كرونباخ ألفا)
محيط وثقافة المؤسسة	06	0.891
طلب المؤسسة وانفتاحها على الخارج	06	0.924
القيادة وإستراتيجية المؤسسة	06	0.948
إدارة المعرفة وأنشطة البحث	06	0.931
مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية	08	0.831

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن معاملات الثبات لجميع أبعاد الدراسة هي مقبولة وتغوق **0.67** حيث نجد أن قيمة معامل الثبات للبعد الأول (محيط وثقافة المؤسسة) قد بلغت **0.891**، في حين قدرت قيمة معامل الثبات للبعد الثاني (طلب المؤسسة وانفتاحها على الخارج) ب **0.924** أما البعد الثالث (القيادة وإستراتيجية المؤسسة) فقد قدر معامل ثباته ب**0.948** في حين حقق البعد الرابع (إدارة المعرفة وأنشطة البحث)معامل ثبات قدره **0.831**.

أما البعد الخامس والأخير فقد بلغ معامل ثباته **0.931** وهي قيم ثبات واستقرار مرتفعة كما أنها أعلى بكثير من النسبة المقبولة **0.67** وهو ما يشير أيضا إلى إمكانية ثبات وصدق النتائج التي يمكن أن تفسر عنها الدراسة.

رابعا: اختبار التوزيع الطبيعي:

تتمثل اعتدالية التوزيع في إتباع بيانات التوزيع الطبيعي، ولقيام بهذا الإختبار تم استعمال اختبار كولموجروف _ سمرنوف والذي يعد من من الاختبارات المعلمية للتوزيع الطبيعي.

والجدول الموالي رقم (11) يوضح النتائج التي أسفر عنها هذا الاختبار:

الجدول رقم (11) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

البعد	عدد العبارات	Zقيمة	Sig
محيط وثقافة المؤسسة	06	0.108	0.200
طلب المؤسسة وانفتاحها على الخارج	06	0.077	0.061
القيادة وإستراتيجية المؤسسة	06	0.106	0.190
إدارة المعرفة وأنشطة البحث	06	0.114	0.131
مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية	06	0.133	0.101

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج spss

اعتمادا على الجدول رقم (11) أعلاه والذي يبين نتائج الاختبار (sampl k_s) للتوزيع الطبيعي يتضح أن نتيجة الاختبار للبعد الأول (محيط وثقافة المؤسسة) تقدر ب 0.2 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، أما نتيجة البعد الثاني (طلب وانفتاح المؤسسة على الخارج) فقد قدرت ب 0.061 وهي بدورها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، في حين قدرت نتيجة البعد الثالث (القيادة وإستراتيجية المؤسسة) ب 0.190 وهي أيضا بدورها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، أما بالنسبة للبعد الرابع (إدارة المعرفة وأنشطة البحث) فقد قدرت نتيجته ب 0.131 وهي أكبر بكثير من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 أما فيما يخص البعد الخامس و الأخير (مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية) فقد حقق نتيجة قدرها 0.101 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 وهذا يشير إلى أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي وبالتالي يمكن استخدام الإختبارات المعملية لاختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بالخصائص الوظيفية والشخصية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في (الجنس، العمر، الخبرة، المستوى التعليمي)، بالإضافة إلى المتغير المستقل (الإبداع التكنولوجي)، وفي ضوء هذه المتغيرات يمكن وصف عينة الدراسة وتحليل البيانات واختبار الفرضيات من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: وصف عينة الدراسة

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى عينة الدراسة والنتائج المتعلقة بوصف خصائص عينة الدراسة كالتالي:

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

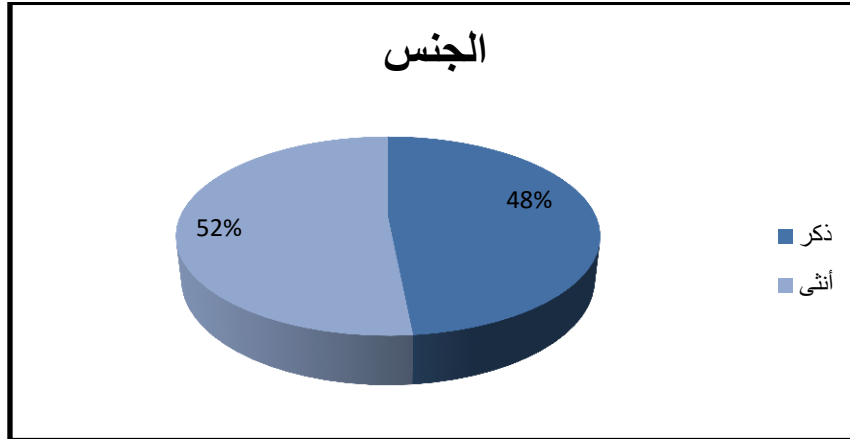
سنوضح ذلك من خلال ما يلي:

الجدول رقم(12): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	15	48.4%
أنثى	16	52.6%
المجموع	31	100%

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على برنامج spss

الشكل رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (04) زيادة عدد الإناث عن عدد الذكور بشكل طفيف حيث بلغ عدد الإناث 16 أي بنسبة 51.6%، في حين بلغ عدد الذكور 15 فرد أي بنسبة 48.4% من إجمالي العينة، وهذا يعني أن البنك يعطي نفس الحظوظ لكلا الجنسين.

ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب العمر

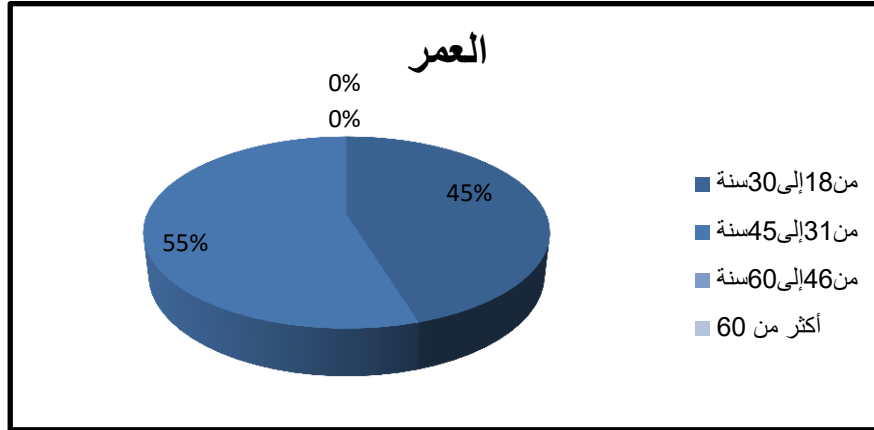
سنوضح ذلك من خلال ما يلي:

الجدول رقم(13): توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	العدد	النسب المئوية
من 18 إلى 30 سنة	14	45.2%
من 31 إلى 45 سنة	17	54.8%
من 46 إلى 60 سنة	0	0.00%
أكثر من 60 سنة	0	0.00%
المجموع	31	100%

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

يتضح لنا من خلال ما جاء في الجدول رقم (13) والشكل رقم (05) أن 17 من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31 إلى 45 سنة يمثلون ما نسبته 54.8% من إجمالي العينة، في حين كان عدد الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 30 سنة 14 بنسبة 45.2% بينما عدد الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 60 و 46 سنة والأفراد الأكثر من 60 سنة معدوم، وهذا يعني أن البنك المبحوث يعتمد على الطاقة الشبانية إلى حد كبير جدا.

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

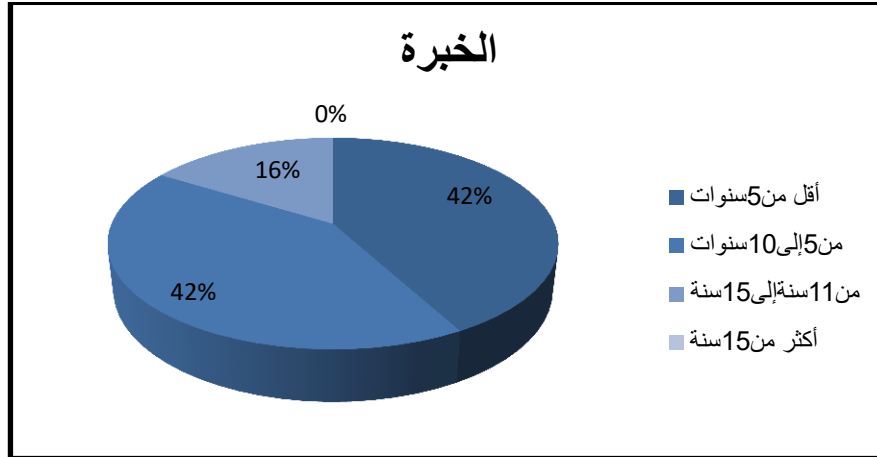
سنوضح ذلك من خلال ما يلي:

الجدول رقم(14): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

الخبرة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	13	41.9%
من 5 إلى 10 سنوات	13	41.9%
من 11 إلى 15 سنة	5	16.1%
أكثر من 15 سنة	0	0.00%
المجموع	31	100%

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

الشكل رقم(06): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج spss

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (14) والشكل رقم (06) أن 26 من أفراد العينة أي ما نسبته 83.8% تقل خبرتهم عن 11 سنة، في حين أن 5 أفراد فقط من العينة المبحوثة تتراوح خبرتهم بين 11 و 15 سنة، وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة لا تتوفر لديهم الخبرة الكافية في مجال عملهم.

رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

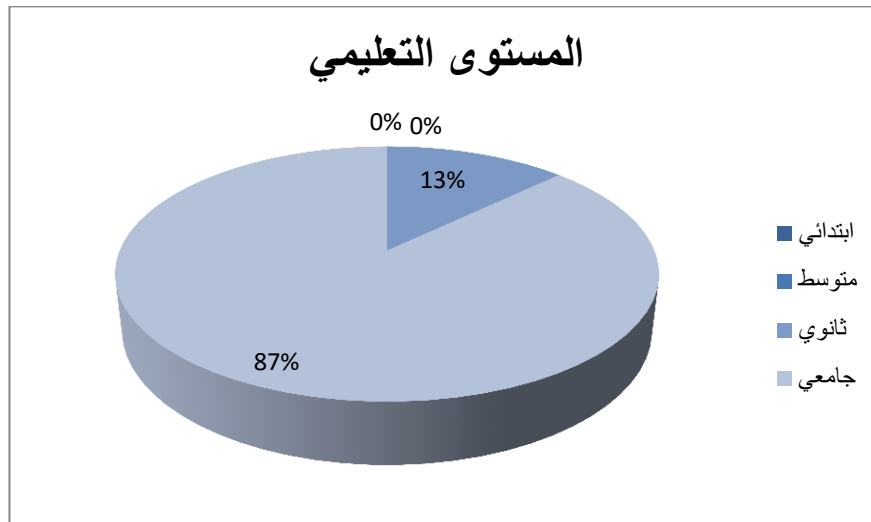
سنوضح ذلك من خلال ما يلي:

الجدول رقم(15): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
ابتدائي	0	%0.00
متوسط	0	%0.00
ثانوي	4	%12.9
جامعي	27	%87.1
المجموع	31	%100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج spss

الشكل رقم(07): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج spss

يتبين من خلال الجدول رقم (15) والشكل رقم (04) أن لديهم مستوى جامعي يمثلون العدد الأكبر بـ 27 فرد بما نسبته 87.1%، في حين يمثل من لديهم مستوى ثانوي 4 أفراد بنسبة 12.9%، وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي جيد وثقافة جيدة وهذا أمر إيجابي إذا تعلق الأمر بالإبداع.

المطلب الثاني: تفريغ وتحليل البيانات

في هذا المطلب سنقوم بدراسة وتحليل الاستبيان المقدم لأفراد العينة والمتمثل في مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية وذلك من خلال المجموعات الأساسية للأسئلة:

أولاً: تحليل فقرات المجموعة الأولى:

1. تحليل الفقرات المتعلقة بثقافة ومحيط المؤسسة: تمثل فيما يلي:

الجدول رقم (16): استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (بثقافة ومحيط المؤسسة) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة:

رقم العبارة	العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	اتجاه العبارة
1	تعتبر الدولة محدد الإبداع من خلال تدخلاتها المختلفة	تكرار	0	4	10	16	3.45	0.768	5	موافق
		نسبة	%0	%12.9	%32.3	51.6 %				
2	البنوك التي تقدم إبداعات تكنولوجية لها ثقافة إبداعية	تكرار	0	0	4	24	3.97	0.482	1	موافق
		نسبة	%0	%0	%12.9	77.4 %				
3	البنوك التي لديها ثقافة محافظة لا تتوافق أفكارها مع الإبداع	تكرار	0	4	7	16	3.65	0.877	2	موافق
		نسبة	%0	%12.9	%22.6	51.6 %				
4	تتدخل الدولة من خلال الإمتيازات المقدمة في معدلات الفائدة المرتبطة بشروط تمويل أنشطة الإبداع	تكرار	0	4	8	18	3.52	0.769	4	موافق
		نسبة	%0	%12.9	%25.8	58.1 %				
5	تعمل البنوك على تحسين الوعي النوعي للأفراد العاملين لديها باستمرار	تكرار	6	6	6	6	3.06	1.459	6	موافق
		نسبة	19.4 %	%19.4	%19.4	19.4 %				
6	تسعى البنوك إلى بناء علاقات إيجابية مع بنوك مختلفة	تكرار	3	2	8	11	3.55	1.207	3	موافق
		نسبة	%9.7	%6.5	%25.8	33.5 %				
	البعد الإجمالي									
							3.5323	0.47613	-	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن البعد الأول "ثقافة ومحيط المؤسسة" قد حقق وسطا حسابيا قدره (3.5323) وانحراف معياري قدره (0.47613)، حيث جاءت المرتبة الأولى العبارة رقم (2) "البنوك التي تقدم إبداعات تكنولوجية لها ثقافة إبداعية" بوسط حسابي قدره (3.97) وانحراف معياري (0.480) وهذا يعني أن أفراد العينة يوافقون على الثقافة جزء لا يتجزأ عن الإبداع وأن للثقافة مكانة مهمة داخل البنك، أما في المرتبة الثانية فتأتي العبارة رقم (3) "البنوك التي لديها ثقافة محافظة لا تتوافق أفكارها مع الإبداع" بوسط حسابي قدره (3.65) وانحراف معياري (0.877)، وتليها في المرتبة الثالثة العبارة رقم (6) "تسعى البنوك إلى بناء علاقات ايجابية مع بنوك مختلفة" بوسط حسابي قدره (3.55) وانحراف معياري قدره (1.207)، أما في المرتبة الرابعة فجاءت العبارة رقم (4) "تتدخل الدولة من خلال الامتيازات المقدمة في معدلات الفائدة المرتبطة بشروط تمويل أنشطة الإبداع" بوسط حسابي قدره (3.52) وانحراف معياري قدره (0.769) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن الدولة محدّد هام للإبداع من خلال التحفيز التي تقدمها سواء كانت مادية أو معنوية. وتليها في المرتبة الخامسة مباشرة العبارة رقم (1) "تعتبر الدولة محدّد للإبداع من خلال تدخلاتها المختلفة" بوسط حسابي قدره (3.45) وانحراف معياري قدره (0.768)، أما في المرتبة السادسة والأخيرة جاءت العبارة رقم (6) "تعمل البنوك على تحسين الوعي النوعي للأفراد العاملين لديها باستمرار بوسط حسابي (3.06) وانحراف معياري قدره (1.459) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على أن تعمل على التوعية والتحسين بالنسبة للأفراد العاملين لديها.

ومما سبق نستخلص أن أفراد العينة يوافقون على أن هذا البعد "ثقافة ومحيط المؤسسة" يعتبر محددا ضروريا للإبداع التكنولوجي.

2. تحليل فقرات بعد الطلب والانفتاح على الخارج: تمثل فيما يلي:

الجدول رقم (17): استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (الطلب والانفتاح على الخارج) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة:

رقم العبارة	العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	اتجاه العبارة
7	يولد انفتاح السوق المحلية على المنافسة الخارجية ضغطا على البنوك المحلية التي تنشط لأجل للإبداع	تكرار	3	2	2	19	5	3.68	4	موافق
		نسبة	%9.7	%6.5	%6.5	%61.3	%16.1			
8	تتعاون البنوك مع خبراء واستشاريين خارجيين من أجل تقديم خدمات جديدة	تكرار	7	4	8	6	6	3.00	6	محايد
		نسبة	%22.6	%12.9	%25.8	%19.4	%19.4			
9	توجد علاقة بين توجيه الأرباح للأنشطة الإبداعية للبنوك وبين تطور الخدمات	تكرار	0	1	4	25	1	3.84	2	موافق
		نسبة	%0	%3.2	%12.9	%80.6	%3.2			
10	إلزام البنوك بالمعايير الدولية يشكل ضغطا نحو توجه البنوك المحلية للإبداع	تكرار	2	3	3	17	6	3.71	3	موافق
		نسبة	%6.5	%9.7	%9.7	%54.8	%19.4			
11	توفر البنوك خدمات أحسن عندما تكون في تواصل مع زبائنها	تكرار	0	0	3	20	8	4.16	1	موافق
		نسبة	%0	%0	%9.7	%64.5	%25.8			
12	تعمل البنوك على تطوير خدماتها اعتمادا على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنهم	تكرار	6	5	9	3	8	3.06	5	محايد
		نسبة	%19.4	%16.1	%29.0	%9.7	%25.8			
							3.5753	0.53201	-	موافق

البعد الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن البعد الثاني "الطلب والانفتاح على الخارج" قد حقق وسطا حسابيا قدره (3.5753) وانحراف معياري قدره (0.53201)، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (11) "توفر البنوك خدمات أحسن عندما تكون في تواصل مع زبائنهم" بوسط حسابي قدره (4.16) وانحراف معياري قدره (0.583) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أنه كلما كان هناك تواصل جيد ودائم بين البنك وزبائنه كلما ساعد ذلك في تحسين خدماته، وتليها مباشرة العبارة رقم (9) في المرتبة الثانية "توجد علاقة بين توجيه الأرباح للأنشطة الإبداعية للبنوك وبين تطور الخدمات" بوسط حسابي قدره (3.84) وانحراف معياري قدره (0.523)، واحتلت المرتبة الثالثة العبارة رقم (10) "إلزام البنوك بالمعايير الدولية يشكل ضغطا نحو توجه البنوك المحلية للإبداع" بوسط حسابي قدره (3.71) وانحراف معياري قدره (1.101) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن تقييد البنوك بالمعايير الدولية يحد من أو يشكل عائقا أمام توجه البنوك المحلية للإبداع، لتأتي في المرتبة الرابعة العبارة رقم (7) "يولد انفتاح السوق المحلية على المنافسة ضغطا على البنوك المحلية التي تنشط لأجل الإبداع" بوسط حسابي قدره (3.68) وانحراف معياري قدره (1.137)، في حين جاءت في المرتبة الخامسة العبارة رقم (12) "تعمل البنوك على تطوير خدماتها اعتمادا على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنهم" بوسط حسابي قدره (3.06) وانحراف معياري قدره (1.459)، بينما جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة العبارة رقم (8) "تتعاون البنوك مع خبراء واستشاريين خارجيين من أجل تقديم خدمات جديدة" بوسط حسابي قدره (3.00) وانحراف معياري قدره (1.438) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على تعاون البنوك مع خبراء واستشاريين خارجيين بهدف تقديم خدمات جديدة ومتطورة.

مما سبق نستنتج أن أفراد العينة يوافقون على أن الطلب والانفتاح على الخارج محدد هام للإبداع التكنولوجي

3. تحليل فقرات بعد القيادة وإستراتيجية المؤسسة: تتمثل فيما يلي:

الجدول رقم (18): استجابات أفراد العينة لعبارات بعدد (القيادة وإستراتيجية المؤسسة) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة:

رقم العبارة	العبارة		غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	اتجاه العبارة
13	الإبداع أحد أبعاد الأداء الاستراتيجي للبنك	تكرار	00	00	05	21	05	4.00	0.577	2	موافق
		نسبة	0.00 %	0.00 %	16.1 %	67.7 %	16.1 %				
14	أصحاب القيادة المحافظة يرون أن الإبداع التكنولوجي هو الذي يهدد نظام البنك	تكرار	00	09	10	08	04	3.23	1.023	4	محايد
		نسبة	0.00 %	29.0 %	32.3 %	25.8 %	12.9 %				
15	ثقة المسؤول بالعمال تدفعهم إلى الإبداع التكنولوجي	تكرار	06	08	02	07	08	3.10	1.535	5	موافق
		نسبة	19.4 %	25.8 %	6.5 %	22.6 %	25.8 %				
16	القيادة محدّد هام للإبداع التكنولوجي	تكرار	0	2	10	14	5	3.71	0.824	3	موافق
		نسبة	0 %	6.5 %	32.3 %	45.2 %	16.1 %				
17	الإبداع مصدر للميزة في السوق	تكرار	0	0	8	13	10	4.06	0.772	1	موافق
		نسبة	0 %	0 %	25.8 %	41.9 %	32.3 %				
18	لدى البنك سياسة واضحة وموثقة للإبداع التكنولوجي	تكرار	6	9	2	7	7	3.00	1.506	6	محايد
		نسبة	19.4 %	29.0 %	6.5 %	22.6 %	22.6 %				
البعد الإجمالي											
								3.5161	0.44588	–	موافق

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن البعد الثالث "القيادة وإستراتيجية المؤسسة" قد حقق متوسطا حسابيا قدره (3.5161) وانحراف معياري قدره (0.44588)، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (17) "الإبداع مصدر للميزة في السوق" بوسط حسابي قدره (4.06) وانحراف معياري (0.772) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون أن الإبداع يحقق للبنك ميزة في السوق، واحتلت المرتبة الثانية العبارة رقم (13) "الإبداع أحد أبعاد الأداء الاستراتيجي للبنك" بوسط حسابي قدره (4.00) وانحراف معياري قدره (0.577)، بينما العبارة رقم (16) "القيادة محدد هام للإبداع التكنولوجي" فاحتلت المرتبة الثالثة بوسط حسابي قدره (3.71) وانحراف معياري قدره (0.824) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن القيادة عامل مهم ومحدد ضروري للإبداع التكنولوجي، في حين احتلت المرتبة الرابعة العبارة رقم (14) "أصحاب القيادة المحافظة يرون أن الإبداع التكنولوجي هو الذي يهدد نظام البنك" بوسط حسابي قدره (3.23) وانحراف معياري قدره (1.023)، بينما احتلت المرتبة الخامسة العبارة رقم (15) "ثقة المسؤول بالعمال تدفعهم للإبداع التكنولوجي" بوسط حسابي قدره (3.10) وانحراف معياري قدره (1.535) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على وجود علاقة بين ثقة المسؤول بالعمال وقدرتهم على الإبداع، أما في المرتبة السادسة والأخيرة فجاءت العبارة رقم (18) "لدى البنك سياسة واضحة وموثقة للإبداع التكنولوجي" بوسط حسابي قدره (3.00) وانحراف معياري قدره (1.506) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة بل يوافقون على وجود سياسة واضحة تتعلق بالإبداع التكنولوجي.

من خلال ما سبق من تحليلات نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن بعد "القيادة وإستراتيجية المؤسسة" عامل مهم وضروري للإبداع التكنولوجي ومحدد لمحدداته.

4. تحليل فقرات بعد إدارة المعرفة وأنشطة البحث: تمثل فيما يلي:

الجدول رقم (19): استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (إدارة المعرفة وأنشطة البحث) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة:

رقم العبارة	العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	اتجاه العبارة
19	تعتبر آليات تعلم الإبداع جد معقدة	0	8	5	15	3	3.42	0.992	4	موافق
		%0	%25.8	%16.1	%48.4	%9.7				
20	أنشطة البحث والتطوير ليست الوظيفة الوحيدة للإبداع	0	2	4	22	3	3.84	0.688	3	موافق
		%0	%6.5	%12.9	%71.0	%9.7				
21	تخصص البنوك مبالغ جيدة لجهود البحث والتطوير لتطويع خدماتها	7	2	11	7	4	2.97	1.329	6	محايد
		%22.6	%6.5	%35.5	%22.6	%12.9				
22	ينبغي على البنك الحصول على المعرفة لتحويلها إلى إبداعات ملموسة	0	1	2	21	7	4.10	0.651	1	موافق
		%0	%3.2	%6.5	%67.7	%22.6				
23	يسعى البنك إلى إتباع أساليب علمية جديدة في تحسين الخدمات	5	5	8	7	6	3.13	1.360	5	محايد
		%16.1	%16.1	%25.8	%22.6	%19.4				

موافق	2	0.700	3.90	4	22	3	2	0	تكرار	تعتبر أنشطة البحث والتطوير من أهم محددات الإبداع التكنولوجي	24
				%12.9	%71.0	%9.7	%6.5	%0	نسبة		
موافق	–	0.50470	3.5591	البعد الإجمالي							

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

من خلال أعلاه يتضح أن البعد الرابع "إدارة المعرفة وأنشطة البحث" قد حقق وسطا حسابيا قدره (3.5591) وانحراف معياري قدره (0.50470)، احتلت العبارة رقم (22) المرتبة الأولى "ينبغي على البنك الحصول على المعرفة لتحويلها إلى إبداعات ملموسة" قدر وسطه الحسابي ب (4.10) قدر انحرافه المعياري ب (0.651) وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على فكرة أن المعرفة ضرورية للإبداع في أي بنك كان فبدون معرفة لا يمكن أن يكون هناك إبداع، فهذا الأخير نتيجة أفكار ومعارف متراكمة جاءت العبارة رقم (24) "تعتبر أنشطة البحث والتطوير من أهم محددات الإبداع التكنولوجي" بمتوسط حسابي قدره (3.90) وانحراف معياري قدره (0.700) أما العبارة رقم (20) "أنشطة البحث والتطوير ليست الوظيفة الوحيدة للإبداع" جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (3.84) وانحراف معياري قدره (0.688) هذا يعني أن أغلب أفراد العينة المدروسة يرون أن هناك أخرى غير المذكورة سلفا للإبداع التكنولوجي، بينما كانت العبارة رقم (19) في المرتبة الرابعة "تعتبر آليات تعلم الإبداع جد معقدة" بوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري قدره (0.992) وهذا يعني أن أفراد الدراسة موافقون على أن تقنيات وطرق التعلم بالنسبة للإبداع جد صعبة وليست بالأمر السهل والهيلن تعلمه تأتي العبارة رقم (23) "يسعى البنك إلى إتباع الأساليب العلمية الجديدة في تحسين خدماته" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدر ب (3.13) وانحراف معياري قدر ب (1.360) وهذا يعني أن أفراد الدراسة يرجحون أن التكنولوجيا هي العامل الأساسي والأكثر أهمية لتحسين جودة الخدمات في البنك، وأخيرا وليس تأتي العبارة رقم (23) "تخصص البنوك مبالغ جيدة لجهود البحث والتطوير لتطوير خدماتها" في المرتبة الأخيرة المرتبة السادسة، حيث حققت متوسطا حسابيا قدر ب (2.97) وانحرافا معياريا قدر ب (1.329).

ومما سبق من مختلف التحليلات نستخلص أن أغلب أفراد العينة المدروسة يرون وموافقون على أن إدارة المعرفة وأنشطة البحث من أهم المحددات الداخلية للإبداع التكنولوجي في البنك.

ثانيا: تحليل فقرات المجموعة الثانية

تحليل فقرات بعد مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية:

تمثل فيما يلي:

الجدول رقم (20): استجابات أفراد العينة لعبارات بعد (مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية) مرتبة حسب المتوسطات الموافقة:

رقم العبارة	العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محاييد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	اتجاه العبارة
25	يساهم الإبداع التكنولوجي في تحسين جودة خدمات البنك	1	0	1	19	10	4.19	0.792	2	موافق
		3.2 %	%0	3.2 %	61.3 %	32.3 %				
26	يساعد الإبداع على مواجهة المنافسة المحلية والعالمية داخل البنك	1	0	1	17	12	4.26	0.815	1	موافق بشدة
		3.2 %	%0	3.2 %	54.8 %	38.7 %				
27	يعمل الإبداع التكنولوجي على تحسين التنظيم الإداري في البنك	1	0	3	15	12	4.19	0.837	2	موافق
		3.2 %	%0	9.7 %	48.4 %	38.7 %				
28	الاهتمام بعمليات الإبداع التكنولوجي يؤدي إلى تقديم خدمات جديدة تلبي حاجات ورغبات الزبائن	1	0	2	19	9	4.13	0.806	4	موافق
		3.2 %	%0	6.5 %	61.3 %	29.0 %				
29	يؤدي الإبداع إلى تحقيق أهداف إستراتيجية البنك في التميز والبقاء والنمو	1	0	3	21	6	4.00	0.775	6	موافق
		3.2 %	%0	9.7 %	%67.7	19.4 %				
30	يساهم البنك في زيادة تنافسية البنك اتجاه البنوك الأخرى	1	0	2	19	9	4.15	0.606	3	موافق
		3.2 %	%0	6.5 %	61.3 %	29.0 %				

موافق	7	0.885	3.87	7	15	8	0	1	تكرار	يلجأ البنك إلى الإبداع التكنولوجي بهدف الزيادة من الربحية	31
				22.6 %	% 48.4	25.8 %	%0	3.2 %	نسبة		
موافق	5	0.795	4.03	7	20	3	0	1	تكرار	يستلزم الإبداع التكنولوجي وجود خبرة فنية ومستوى مهارة عالي في البنك	32
				% 22.6	64.5 %	9.7 %	%0	3.2 %	نسبة		
موافق	-	0.70962	4.1008	البعد الإجمالي							

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن بعد "مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية" قد حقق وسطا حسابيا قدره (4.1008) وانحراف معياري قدر ب(0.70962)، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (26) "يساعد الإبداع على مواجهة المنافسة المحلية والعالمية داخل البنك" بوسط حسابي قدره (4.26) وانحراف معياري قدره (0.815)، وهذا يعني أن أغلب افراد العينة يوافقون بشدة على أن الإبداع يعزز القدرة التنافسية للبنك مما يجعله قادرا على مواجهة البنوك الأخرى سواء كانت محلية أو عالمية، وفي المرتبة الموالية تأتي العبارتان (25)، (27) " يساهم الإبداع التكنولوجي في تحسين جودة خدمات البنك"، " يعمل الإبداع التكنولوجي على تحسين التنظيم الإداري في البنك" على التوالي فقد تساوت متوسطاتها الحسابية التي بلغت (4.19) وانحراف معياري قدره (0.873)، (0.792) على التوالي، تليهما في المرتبة الثالثة العبارة رقم (30) " يساهم البنك في زيادة تنافسية البنك اتجاه البنوك الأخرى" بوسط حسابي قدره (4.15) وانحراف معياري قدر ب(0.606)، تأتي في المرتبة الرابعة العبارة رقم (28) "الاهتمام بعمليات الإبداع التكنولوجي يؤدي إلى تقديم خدمات جديدة تلبي حاجات ورغبات الزبائن" بوسط حسابي قدره (4.13) وانحراف معياري قدره (0.806)، وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن اهتمام البنك بعمليات الإبداع التكنولوجي يساعد على تطوير وتحسين الخدمات بما يتوافق مع حاجات ورغبات الزبائن، أما في المرتبة الخامسة فكانت العبارة رقم (32) " يستلزم الإبداع التكنولوجي وجود خبرة فنية ومستوى مهارة عالي في البنك" بوسط حسابي قدره (4.03) وانحراف معياري قدره (0.70962)، وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن الخبرة الفنية والمهارة عاملان مهمان في مختلف آليات وعمليات الإبداع التكنولوجي، واحتلت العبارة رقم (29) "يؤدي الإبداع إلى تحقيق أهداف إستراتيجية البنك في التميز والبقاء والنمو" بوسط حسابي قدر ب(4.00) وانحراف معياري قدر ب(0.775)، أما أخيرا فجاءت العبارة رقم (31) "يلجأ البنك إلى الإبداع التكنولوجي بهدف الزيادة من الربحية" بوسط حسابي قدره

(3.87) وانحراف معياري قدره (0.885)، وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن الهدف الأساسي من لجوء البنك إلى الإبداع التكنولوجي هو تحقيق أو زيادة الربحية. مما يدل على أن العينة المدروسة تؤكد أن هناك مكانة للإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

سيتم من خلال هذا المطلب الأخير اختبار فرضيات الدراسة، والتي تمت صياغتها على ضوء إشكالية الدراسة وأسئلتها، حيث يتم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط، وذلك لتحديد مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروقات في تصورات المبحوثين للمتغير المستقل (الإبداع التكنولوجي) وذلك كما يلي:

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

القائلة بأنه توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ومحيط المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

H0: لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ومحيط المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

H1: توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ومحيط المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

ولغرض اختبار هذه الفرضية تم استخدام "أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط" (بالاعتماد على الدراسات السابقة) وذلك لتحديد ما إذا كانت هناك لثقافة ومحيط المؤسسة مكانة في المؤسسات المالية أم لا وبعد معالجة البيانات باستخدام برنامج "Spss" تم الحصول على النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (21):

الجدول رقم (21) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لثقافة ومحيط المؤسسة في المؤسسات المالية

المعاملات	معامل الارتباط الثنائي "R"	معامل التحديد - R Deux	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) *
القيم	0.51	0.260	23.26	*0.000
*ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج Spss

التعليق: يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي الواردة في الجدول رقم (21) أعلاه ما يلي :

- ✓ توجد علاقة ارتباط موجبة (طردية) وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغير ثقافة ومحيط المؤسسة ومتغير المؤسسات المالية حيث بلغ معامل الارتباط ($R=0.51$) بين المتغيرين، و تشير قيمة هذا الارتباط إلى أن التغير في قيمة المتغير المستقل "محيط وثقافة المؤسسة" بوحدة واحدة يقابله تغير بمقدار 51% في المتغير التابع "المؤسسات المالية".
- ✓ تشير قيمة معامل التحديد والبالغة ($R^2=0.260$) بأن متغير "ثقافة ومحيط المؤسسة" يفسر ما نسبته 26% من التغيرات التي تطرأ في المتغير "المؤسسات المالية".
- ✓ تقدر قيمة اختبار (F) المحسوبة ($F=23.26$) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة
- ✓ ($\alpha \leq 0.05$) كما أن مستوى الدلالة الإحصائية للاختبار ($\text{Sig}= 0.000$) ، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \leq 0.05$) ، مما يقتضي رفض الفرضية الصفرية H_0 التي نصت على أنه : لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ومحيط المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية.

وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه:

توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ومحيط المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - ميلة-

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

القائلة بأنه توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لطلب وانفتاح المؤسسة على الخارج في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- حيث أن :

H0: لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لطلب وانفتاح المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

H1: توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لطلب وانفتاح المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

ولغرض اختبار هذه الفرضية تم استخدام "أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط " (بالاعتماد على الدراسات السابقة) وذلك لتحديد ما إذا كانت هناك لطلب وانفتاح المؤسسة على الخارج مكانة في المؤسسات المالية أم لا وبعد معالجة البيانات باستخدام برنامج "Spss" تم الحصول على النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (22):

الجدول رقم(22) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للطلب والانفتاح على الخارج في المؤسسات المالية

المعاملات	معامل الارتباط الثنائي "R"	معامل التحديد R-Deux	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig)*
القيم	0.58	0.336	12.36	*0.00
*ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج Spss

التعليق: يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي الواردة في الجدول رقم (22) أعلاه ما يلي :

✓ توجد علاقة ارتباط موجبة (طردية) وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغير طلب وانفتاح المؤسسة على الخارج وبين متغير المؤسسات المالية حيث بلغ معامل الارتباط ($R=0.58$) بين المتغيرين، و تشير قيمة هذا الارتباط إلى أن التغير في قيمة المتغير

المستقل " طلب وانفتاح المؤسسة على الخارج " بوحدة واحدة يقابله تغير بمقدار 58% في المتغير التابع "المؤسسات المالية".

✓ تشير قيمة معامل التحديد والبالغة ($R^2=0.336$) بأن متغير " طلب وانفتاح المؤسسة على الخارج" يفسر ما نسبته 33.6% من التغيرات التي تطرأ في المتغير "المؤسسات المالية".

✓ تقدر قيمة اختبار (F) المحسوبة ($F=12.36$) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) كما أن مستوى الدلالة الإحصائية للاختبار ($\text{Sig}= 0.000$) ، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) ، مما يقتضي رفض الفرضية الصفرية H_0 التي نصت على أنه : لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لطلب وانفتاح المؤسسة على الخارج في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه:

توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لطلب وانفتاح المؤسسة على الخارج في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

القائلة بأنه توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للقيادة وإستراتيجية المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- حيث أن :

H_0 : لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للقيادة وإستراتيجية المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

H_1 : توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للقيادة وإستراتيجية المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

وبغرض اختبار هذه الفرضية تم استخدام "أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط " (بالاعتماد على الدراسات السابقة) وذلك لتحديد ما إذا كان للقيادة وإستراتيجية المؤسسة مكانة في المؤسسات المالية أم لا وبعد معالجة البيانات باستخدام برنامج "Spss" تم الحصول على النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (23):

الجدول رقم (23) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للقيادة وإستراتيجية المؤسسة في المؤسسات المالية

المعاملات	معامل الارتباط الثنائي "R"	معامل التحديد - R Deux	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig)*
القيم	0.68	0.463	15.48	*0.00
*ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج Spss

التعليق: يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي الواردة في الجدول رقم (23) أعلاه ما يلي :

✓ توجد علاقة ارتباط موجبة (طردية) وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغير القيادة وإستراتيجية المؤسسة وبين متغير المؤسسات المالية حيث بلغ معامل الارتباط ($R=0.68$) بين المتغيرين، و تشير قيمة هذا الارتباط إلى أن التغير في قيمة المتغير المستقل " القيادة وإستراتيجيه المؤسسة " بوحدة واحدة يقابله تغير بمقدار 68% في المتغير التابع "المؤسسات المالية".

✓ تشير قيمة معامل التحديد والبالغة ($R^2=0.463$) بأن متغير " القيادة وإستراتيجية المؤسسة " يفسر ما نسبته 46.3% من التغيرات التي تطرأ في المتغير "المؤسسات المالية".

✓ تقدر قيمة اختبار (F) (المحسوبة ($F=15.48$) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) كما أن مستوى الدلالة الإحصائية للاختبار ($\text{Sig}= 0.000$) ، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \leq 0.05$) ، مما يقتضي رفض الفرضية الصفرية H_0 التي نصت على أنه : لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لقيادة وإستراتيجيه المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه:

توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لقيادة وإستراتيجية المؤسسة في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

القائلة بأنه توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- حيث أن :

H0: لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

H1: توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

وبغرض اختبار هذه الفرضية تم استخدام "أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط " (بالاعتماد على الدراسات السابقة) وذلك لتحديد ما إذا كان لإدارة المعرفة وأنشطة البحث مكانة في المؤسسات المالية أم لا وبعد معالجة البيانات باستخدام برنامج "Spss" تم الحصول على النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (24):

الجدول رقم(24) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في المؤسسات المالية

المعاملات	معامل الارتباط الثنائي "R"	معامل التحديد R- Deux	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig)*
القيم	0.79	0.624	14.22	*0.00
*ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج Spss

التعليق : يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي الواردة في الجدول رقم (24) أعلاه ما يلي :

✓ توجد علاقة ارتباط موجبة (طردية) وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغير إدارة المعرفة وأنشطة البحث وبين متغير المؤسسات المالية حيث بلغ معامل الارتباط ($R=0.79$) بين المتغيرين، وتشير قيمة هذا الارتباط إلى أن التغير في قيمة المتغير المستقل " إدارة المعرفة وأنشطة البحث " بوحدة واحدة يقابله تغير بمقدار 79% في المتغير التابع "المؤسسات المالية".

✓ تشير قيمة معامل التحديد والبالغة ($R^2=0.624$) بأن متغير " إدارة المعرفة وأنشطة البحث " يفسر ما نسبته 62.4% من التغيرات التي تطرأ في المتغير "المؤسسات المالية".

✓ تقدر قيمة اختبار (F) المحسوبة ($F=14.22$) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) كما أن مستوى الدلالة الإحصائية للاختبار ($\text{Sig}= 0.000$) ، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \leq 0.05$) ،

✓ مما يقتضي رفض الفرضية الصفرية H_0 التي نصت على أنه : لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه:

توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

خامسا: اختبار صحة الفرضية الرئيسية

القائلة بأنه توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة- حيث أن :

H0: لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

H1: توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

وبغرض اختبار هذه الفرضية تم استخدام "أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط " (بالاعتماد على الدراسات السابقة) وذلك لتحديد ما إذا كانت هناك مكانة لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية أم لا وبعد معالجة البيانات باستخدام برنامج "Spss" تم الحصول على النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (24)

الجدول رقم (25) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية

المعاملات	معامل الارتباط الثنائي "R"	معامل التحديد - R Deux	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig)*
القيم	0.67	0.449	9.23	*0.00
*ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج مخرجات برنامج Spss

التعليق: يتضح من خلال نتائج التحليل الإحصائي الواردة في الجدول رقم (24) أعلاه ما يلي :

✓ توجد علاقة ارتباط موجبة (طردية) وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متغير محددات الإبداع التكنولوجي وبين متغير المؤسسات المالية حيث بلغ معامل الارتباط (R=0.67) بين المتغيرين، وتشير قيمة هذا الارتباط إلى أن التغير في قيمة المتغير المستقل " الإبداع التكنولوجي " بوحدة واحدة يقابله تغير بمقدار 67% في المتغير التابع "المؤسسات المالية".

✓ تشير قيمة معامل التحديد والبالغة ($R^2=0.449$) بأن متغير " محددات الإبداع التكنولوجي " يفسر ما نسبته 44.9% من التغيرات التي تطرأ في المتغير "المؤسسات المالية".

✓ تقدر قيمة اختيار (F) المحسوبة (F=9.23) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) كما أن مستوى الدلالة الإحصائية للاختبار (Sig= 0.000) ، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \leq 0.05$) ، مما يقتضي رفض الفرضية الصفرية H0 التي نصت على أنه : لا توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية وقبول الفرضية البديلة H1 القائلة بأنه:

توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمحددات الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال الفصل والذي خصصناه للدراسة الميدانية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة- التعرف على مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية ، وقد تم الاستعانة بالاستمارة كأداة لجمع البيانات ، حيث تم توزيعها على عينة الدراسة والتي تكونت من جميع الموظفين العاملين في هذه المؤسسة وتم استخدام بعض الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل ومعالجة البيانات وذلك بعد تفريغها بالاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية Spss الإصدار 22.

ومن أجل عرض خصائص أفراد عينة الدراسة تم الاستعانة بالنسب المئوية والتكرارات، وبهدف تحليل فقرات أو عبارات محاور أداة الدراسة تم استخدام المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري وذلك لبيان اتجاهات أفراد العينة و التأكد من انسجام إجاباتهم وعدم تشتتها ، وقد بينت نتائج التحليل أن أفراد عينة الدراسة كانوا موافقين على أغلب فقرات أو عبارات الدراسة.

وأخيرا تم اختبار صحة الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية التي تمت صياغتها للدراسة وذلك باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

خاتمة

خاتمة

تواجه المؤسسات المالية تحديات كبيرة نظرا للتغيرات التي يشهدها العالم، خاصة التحولات التكنولوجية منها. ولذلك أصبح لزاما على هذه المؤسسات مواكبة هذه التغيرات المتسارعة في هذا المحيط من أجل البقاء والاستمرار، وذلك من خلال التنبؤ بمتطلبات الزبائن وسبق الأحداث، وتقديم ما لم يفكر فيه الآخرون. وذلك من خلال إتباع استراتيجيات تساهم في تحقيق أهدافها، حيث أصبحت أهداف المؤسسات هي كيفية الحفاظ على مكانتها في السوق وليس الدخول إليه.

كما تبين لنا أن الإبداع التكنولوجي هو عملية تحدث نتيجة تفاعل مجموعة من العوامل والمؤثرات في بيئة المؤسسة الداخلية مع العوامل والمؤثرات في بيئة المؤسسة الخارجية، إضافة إلى قواعد المعرفة والخبرة المتراكمة التي اكتسبتها مع الزمن، التي تمكنها من إدارة الإبداع التكنولوجي. كما أن نجاح المؤسسة في عملية الإبداع التكنولوجي يعتمد على أمرين أساسيين أولهما نشاط البحث والتطوير الذي يعتبر المصدر الرئيسي للإبداع التكنولوجي لهذا وجب على المؤسسات المالية الاهتمام بهذا النشاط من خلال تخصيص ميزانيات معتبرة وثانيهما حماية إبداعاتها التكنولوجية من التقليد من خلال وسائل الحماية القانونية وأهمها براءات الاختراع.

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أن الإبداع التكنولوجي تلجأ إليه المؤسسات المالية للتكيف في ظل ظروف البيئة المتغيرة وتغير ظروف السوق وحاجات ورغبات العملاء، كما أن الإبداع التكنولوجي يعطي المؤسسة القدرة على تقديم خدمات جديدة تستطيع بها كسب حصص سوقية إضافية.

كما توصلنا أيضا من خلال الدراسة إلى أن استخدام الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية هو أمر ممكن لكنه جد معقد، لأنه لكلا المفهومين خصائص متعددة الأبعاد لهذا توجد مجموعة من المعايير والعناصر التي تدفع المؤسسة بالقيام بعملية الإبداع التكنولوجي المتلائم معها وحسب نوعية قطاعها.

ولقد سلطت الدراسة التطبيقية الضوء على مكانة الإبداع التكنولوجي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-

- نتائج الدراسة

- ✓ الإبداع التكنولوجي هو الخيار الإستراتيجي الأكثر ضمانا للمؤسسات في مواجهة مختلف الإضطرابات المحتملة في المحيط وأحد أهم الركائز الأساسية في بناء المزايا التنافسية للمؤسسة.
- ✓ يساهم الإبداع التكنولوجي في زيادة القدرة الإنتاجية للمؤسسة من خلال تفعيل البحث والتطوير واستخدام تقنيات متطورة مما يعمل على تحقيق الكفاءة والفعالية.

- ✓ يساهم الإبداع التكنولوجي في التحول من الإنتاج الواسع للخدمات والمنتجات النمطية إلى خدمات ومنتجات وفقا لطلبات الزبائن.
- ✓ يساهم الإبداع التكنولوجي في زيادة قدرة المؤسسة على مواكبة التطور التكنولوجي من خلال تكثيف نشاطات البحث والتطوير.
- ✓ يعزز الإبداع التكنولوجي وينشط أداء المؤسسة بشكل عام.
- ✓ توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ومحيط المؤسسة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.
- ✓ توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للطلب والإفتاح على الخارج في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.
- ✓ بأنه توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للقيادة وإستراتيجية المؤسسة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.
- ✓ بأنه توجد مكانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة وأنشطة البحث في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ميلة-.

- التوصيات والتوجيهات :

- ✓ على بنك الفلاحة والتنمية الريفية الاهتمام أكثر بالإبداع التكنولوجي لما له من أثار إيجابية من أجل تقديم خدمة جيدة للزبائن لأجل كسب ثقتهم وبالتالي زيادة ولائه؛
- ✓ الوقوف على مواقع القصور في نشاطات البنوك الخاصة بعمليات الإبداع التكنولوجي والعمل على حلها وإرضاء الزبون؛
- ✓ العمل على تدريب وتطوير مهارات الموظفين خصوصا منهم الذين يملكون أفكارا جيدة تخدم مصلحة البنوك وتزيد من مستوى الإبداع فيه؛
- ✓ العمل على تسريع تقديم الخدمات المصرفية وذلك من خلال الحث أكثر على الإبداع وتوعية الموظفين به أكثر وإعطائهم فرص وبعض الصلاحيات التي تساعد على تسريع الخدمة؛
- ✓ العمل على ابتكار أساليب جديدة للإبداع تتلاءم ومتطلبات الزبائن اليومية؛
- ✓ العمل على خلق المناخ المناسب للإبداع داخل البنك وضرورة توسيع أنشطة البحث و التطوير وإدارة المعرفة؛
- ✓ قيام الدولة بتحفيز الموظفين عن طريق تقديم مبالغ مالية لأحسن فكرة إبداعية حتى لو كانت فكرة بسيطة.

- أفاق الدراسة :

- ✓ دور براءة الاختراع في تحسين أداء خدمات المؤسسات المالية؛
- ✓ دور البحث والتطوير في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة،
- ✓ أثر اليقظة التكنولوجية على أداء البنوك التجارية.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1- الكتب:

1. أنس البكري، وليد صافي، النقود والبنوك-بين النظرية والتطبيق-، ط1، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
2. أوكيل محمد سعيد، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
3. أوكيل محمد سعيد، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
4. برفين جوبتا، الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين، ط1، ترجمة: أحمد المغربي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008.
5. برايان برانش، ديفيد جريس، شبكة الجهات التنظيمية لدى الاتحاد الائتماني الدولي، دار النشر أميركان برنتج، أوزباكستان، 2007.
6. جميل السعودي، إدارة المؤسسات المالية المتخصصة، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
7. حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، التأمين وإدارة الخطر-النظرية والتطبيق-، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2010.
8. حسين محمد سمحان، أسس العمليات المصرفية الإسلامية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2013.
9. حسين محمد سمحان، إسماعيل يونس يامن، اقتصاديات النقود والمصارف، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
10. حمداوي وسيلة، الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، ديوان المطبوعات الجامعية، قالمة، الجزائر، 2009.
11. خليل محمد حسين الشماع، خيضر كاظم حمود، نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000.
12. روجر كلارك، اقتصاديات الصناعة، فريد بشير، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1994.
13. زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006.
14. سعيد يس عامر، الإدارة وتحديات التغيير، ط1، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.

15. صادق راشد الشمري، أساسيات الاستثمار في المصارف الإسلامية، ط1، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011.
16. طارق محمد السويدي، محمد أكرم العدلوني، مبادئ الإبداع، ط2، شركة الإبداع الخليجي للاستثمارات والتدريب، الكويت، 2002.
17. عبد الغفار حنفي، البورصات، أسهم، سندات، صناديق الاستثمار، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، بدون سنة نشر.
18. عبد الغفار حنفي، رسمية زكي قرياقص، البورصات والمؤسسات المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، القاهرة، 2002.
19. عبد الله الطاهر، موفق علي الخليل، النقود والبنوك والمؤسسات المالية، ط2، مركز يزيد للنشر، بدون بلد نشر، 2006.
20. عسكري أحمد شاكر، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
21. عصران جلال عصران، تقييم أداء صناديق الاستثمار في ظل متغيرات سوق الأوراق المالية مدخل مقارنة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2010.
22. علاء فرحان طالب وآخرون، إدارة المؤسسات المالية- مدخل فكري معاصر-، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
23. عوض محمد أحمد، الإدارة الاستراتيجية- الأصول والأسس العلمية-، الدار الجامعية، مصر، 1999.
24. فريد النجار، أسواق المال والمؤسسات المالية- محاور التمويل الاستراتيجي-، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009.
25. فريدريك م. شرر، نظرة جديدة إلى النمو الاقتصادي وتأثره بالابتكار التكنولوجي، ط1، ترجمة علي أبو عمشة، مكتبة العبيكان، السعودية، 2002.
26. قاسم نايف علوان، إدارة الاستثمار - بين النظرية والتطبيق-، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
27. اللامي غسان قاسم، إدارة التكنولوجيا- مفاهيم ومداخل، تقنيات، تطبيقات علمية-، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
28. مأمون نديم عكروش، سهير نديم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة- مدخل استراتيجي متكامل وعصري-، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2004.
29. متولي عبد القادر، الأسواق المالية والنقدية في عالم متغير، ط1، دار الفكر، عمان، 2010.

30. محمد صالح الحناوي، السيدة عبد الفتاح عبد السلام، المؤسسات المالية- البورصة والبنوك التجارية-، الدار الجامعية، بدون بلد نشر، 1998.
31. محمد يونس، عبد النعيم مبارك، مقدمة في أعمال البنوك والأسواق المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002-2003.
32. محمود حسين الوادي وآخرون، النقود والمصارف، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2010.
33. منير إبراهيم الهندي، صناديق الاستثمار في خدمة صغار وكبار المدخرين، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، 1999.
34. منير إبراهيم هندي، إدارة الأسواق والمنشآت المالية، توزيع دار المعارف الإسكندرية، 1999.
35. المهيري عبد الله، الإبداع طريقك نحو قيادة المستقبل، دار المعارف، القاهرة، 2003.
36. نجم عبود نجم، إدارة الابتكار المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، ط2، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.

2- المذكرات والأطروحات:

37. بلبلولة إيمان، المؤثرات البيئية على الإبداع التكنولوجي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 2006.
38. بن عزوز عبد الرحمن، دور الوساطة المالية في تنشيط سوق الأوراق المالية- مع الإشارة لحالة بورصة تونس-، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، فرع إدارة مالية، جامعة منتوري قسنطينة الجزائر، 2011-2012.
39. بن نذير نصر الدين، دراسة استراتيجية للإبداع التكنولوجي في تكوين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2012.
40. بوزناق عبد الغني، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية- دراسة حالة مؤسسة كوندور ببرج بوعريريج-، مذكرة شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2012-2013.
41. دويس محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2002.
42. السامرائي سلوى هاني عبد الجبار، الإبداع التقني وبعض العوامل المؤثرة فيه، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد، بغداد، العراق، 1999.

43. شايب محمد، تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع بنوك ونقود، جامعة فرحات عباس سطيف، 2006-2007.
44. طبائبية سليمة، دور محاسبة شركات التأمين في اتخاذ القرارات وفق معايير الإبلاغ المالي الدولية- دراسة حالة الشركات الجزائرية للتأمين-، رسالة دكتوراه العلوم، كلية، العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، سطيف، الجزائر.
45. العابي إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006-2007.
46. عبد الرؤوف حجاج، دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية- دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور ببرج بوعريج، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014-2015.
47. هاني نوال، البحث والتطوير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2010-2011.

3- الندوات والملتقيات:

48. زايدي عبد السلام، مقرن يزيد، الإبداع التكنولوجي كخيار استراتيجي لدعم القدرة التنافسية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، يومي 09-10 أفريل 2010.
49. طرطار أحمد، حلومي سارة، الإقتصاد المعرفي كآلية لتفعيل الإبداع التكنولوجي في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديث- دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية -، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 18-19 ماي 2011.
50. مختار أحمد حمودة، صناديق الاستثمار ودورها في تفعيل برنامج توسيع قاعدة الملكية وتنمية الأنشطة الاقتصادية، الندوة الوطنية الأولى حول التحديات التي تواجه القطاع المصرفي وآفاق تطويره، 2006، طرابلس، ليبيا.

4- المجلات:

51. بورنان إبراهيم، بورنان مصطفى، نشاطات الإبداع في منظمات الأعمال، مجلة دراسات، العدد 12، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2009.

52. الداوي الشيخ، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة، مجلة الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 17، جامعة الجزائر 3، 2008.

53. العامري صالح مهدي محسن، العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الإبداع التكنولوجي، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 21، العدد 2، 2005.

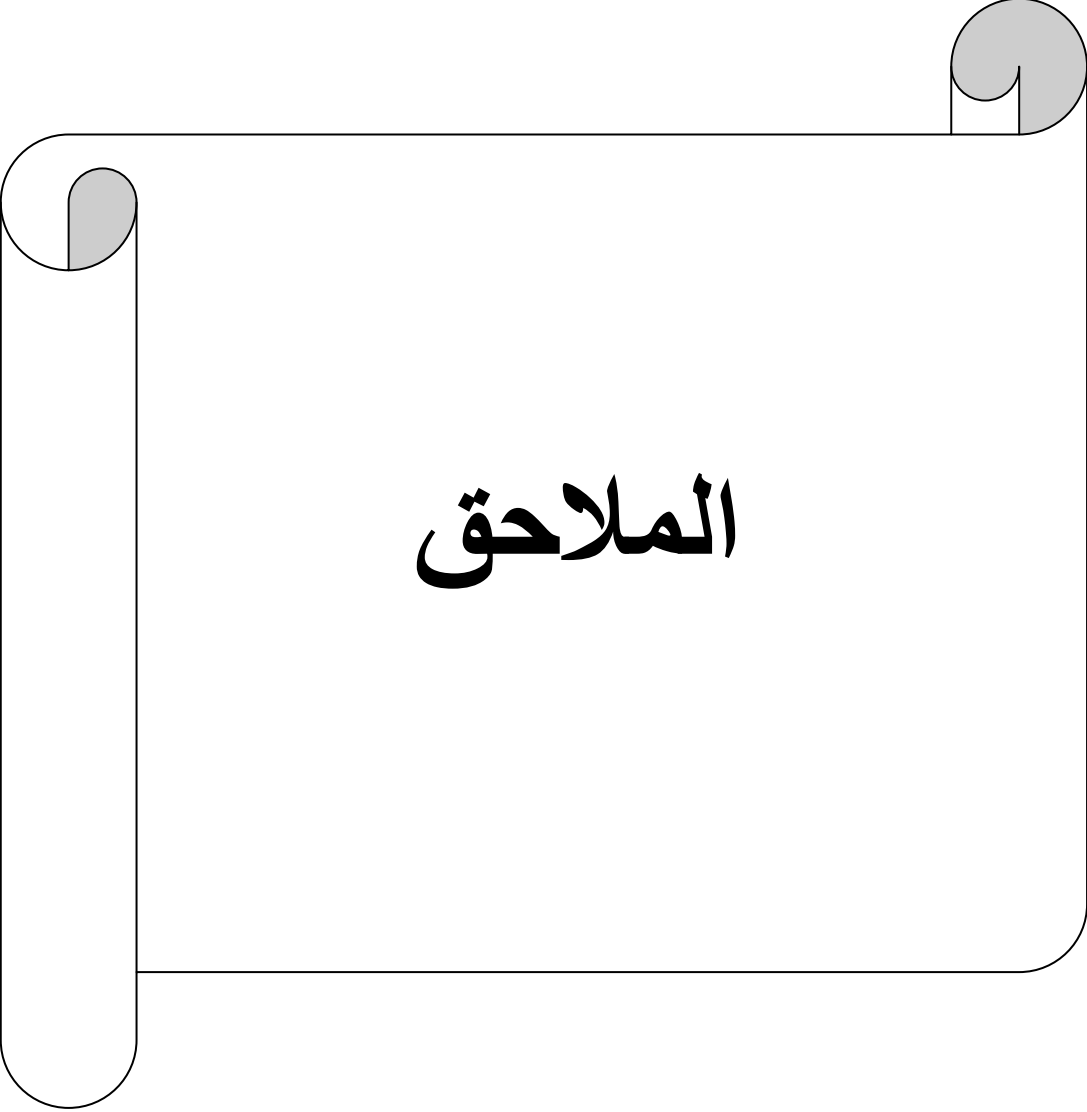
54. فردوس محمود عباس، أثر اعتماد الإبداع التقني في تحسين جودة المنتج لتحقيق الميزة التنافسية- دراسة حالة تطبيقية في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية-، مجلة كلية الجامعة المستنصرية، العراق، المجلد 1، العدد 4، 2010.

5- المواقع الالكترونية:

1. www.riyadcapital.com

6- المراجع باللغة الأجنبية:

2. Angelo Bonomi, George Haour, l'innovation Technologique et sa Promotion dans l'entreprise, Edition Daloz, Paris, 1999.
3. Jean Bernard, Maurice Catin, Les Condition Economiques du Changement Technologique, Edition l'harmattan, Paris, 1998.
4. Jean Claude Tarondeau, Recherche et Développement, édition vuibert, Paris, 1994
5. Joel Broustail, Frederic Frery, le Management Stratégique de l'innovation, édition Dalloz, Paris, 1993
6. Marie Camille Debourg, Joel Clavelin, Olivier Perrier, Pratique duMarketing, Berti édition, Alger, 2004



الملاحق



المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف - ميله -
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

استبيان بحث حول:

مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات المالية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR ميله تخصص مالية المؤسسة

أخي الموظف، أختي الموظفة

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان لإنجاز بحث علمي بغرض الحصول على شهادة
المستر في علوم التسيير تخصص مالية المؤسسة، وهذا حول موضوع مكانة الإبداع
التكنولوجي في المؤسسات المالية، ونظرا لأهمية مؤسستكم قمنا باختياركم كعينة لدراستنا
الميدانية أملين في أن تتفضلوا باستيفاء هذا الاستبيان للإجابة عن الأسئلة المطروحة
عليكم وهذا بوضع العلامة X على إجابتك ونحن على ثقة من أن إجابتكم تخدم الهدف
الأساسي من هذه الدراسة.
نحيطكم علما بأن كافة المعلومات التي ستقدمونها ستكون لأغراض الدراسة العلمية لا
غير وتحظى بالسرية التامة.

إشراف الأستاذ:

حريز هشام

الباحثان:

- بوشلوخ إيمان

- مخناش صباح

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

السن:

☐ من 18 إلى 30 سنة
☐ من 31 إلى 45 سنة
☐ من 46 إلى 60 سنة
☐ أكثر من 60 سنة

الخبرة:

☐ أقل من 5 سنوات
☐ من 5 إلى 10 سنوات
☐ من 11 إلى 15 سنة
☐ أكثر من 15 سنة

المستوى التعليمي:

☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي

المحور الثاني: بيانات الدراسة

1- المحددات الداخلية والخارجية للإبداع التكنولوجي:

الرقم	العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
محيط وثقافة المؤسسة						
01	تعتبر الدولة محدد الإبداع من خلال تدخلاتها المختلفة					
02	البنوك التي تقدم إبداعات تكنولوجية لها ثقافة إبداعية					
03	البنوك التي لديها ثقافة محافظة لا تتوافق أفكارها مع الإبداع					
04	تتدخل الدولة من خلال الامتيازات المقدمة في معدلات الفائدة المرتبطة بشروط تمويل أنشطة الإبداع					
05	تعمل البنوك على تحسين الوعي النوعي للأفراد العاملين لديها باستمرار					
06	تسعى البنوك إلى بناء علاقات إيجابية مع بنوك مختلفة					
الطلب و الانفتاح على الخارج						
07	يولد انفتاح السوق المحلية على المنافسة الخارجية ضغطا على البنوك المحلية التي تنتشط لأجل للإبداع					

					يتعاون البنك مع خبراء واستشاريين خارجيين من أجل تقديم خدمات جديدة	08
					توجد علاقة بين توجيه الأرباح للأنشطة الإبداعية للبنوك وبين تطور الخدمات	09
					إلزام البنوك بالمعايير الدولية يشكل ضغطا نحو توجه البنوك المحلية للإبداع	10
					توفر البنوك خدمات أحسن عندما تكون في تواصل مع زبائنهم	11
					تعمل البنوك على تطوير خدماتها اعتمادا على دراسات السوق وتحديد حاجات ورغبات زبائنهم	12
القيادة وإستراتيجية المؤسسة						
					الإبداع أحد أبعاد الأداء الاستراتيجي للبنك	13
					أصحاب القيادة المحافظة يرون أن الإبداع التكنولوجي هو الذي يهدد نظام البنك	14
					ثقة المسؤول بالعمال تدفعهم إلى الإبداع التكنولوجي	15
					القيادة محدد هام للإبداع التكنولوجي	16
					الإبداع مصدر للميزة في السوق	17
					لدى البنك سياسة واضحة وموثقة	18

					للإبداع التكنولوجي	
إدارة المعرفة وأنشطة البحث						
					تعتبر آليات تعلم الإبداع جد معقدة	19
					أنشطة البحث والتطوير ليست الوظيفة الوحيدة للإبداع	20
					تخصص البنوك مبالغ جيدة لجهود البحث والتطوير لتطوير خدماتها	21
					ينبغي على البنك الحصول على المعرفة لتحويلها إلى إبداعات ملموسة	22
					يسعى البنك إلى إتباع أساليب علمية جديدة في تحسين الخدمات	23
					تعتبر أنشطة البحث والتطوير من أهم محددات الإبداع التكنولوجي	24

2- مكانة الإبداع التكنولوجي في المؤسسات البنكية

الرقم	العبارة	غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق بشدة
25	يساهم الإبداع التكنولوجي في تحسين جودة خدمات البنك				
26	يساعد الإبداع على مواجهة المنافسة المحلية والعالمية داخل البنك				
27	يعمل الإبداع التكنولوجي على تحسين				

					التنظيم الإداري في البنك	
					الاهتمام بعمليات الإبداع التكنولوجي يؤدي إلى تقديم خدمات جديدة تلبي حاجات ورغبات الزبائن وتزيد من ربحية البنك	28
					يؤدي الإبداع إلى تحقيق أهداف إستراتيجية البنك في التميز والبقاء والنمو	29
					يساهم الإبداع في زيادة تنافسية البنك اتجاه البنوك الأخرى	30
					يلجأ البنك إلى الإبداع التكنولوجي بهدف الرفع من قدرتها المالية	31
					يستلزم الإبداع التكنولوجي وجود خبرة فنية ومستوى مهارة عالي في البنك	32

الملحق رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	الأستاذ المحكم
01	زيد جابر
02	ساسى فطيمة
03	عيساوي سهام
04	حريز هشام

الملحق رقم (03): اختبار التوزيع الطبيعي

Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon

		البعد الأول	البعد الثاني	البعد الثالث	البعد الرابع	البعد الخامس
N		31	31	31	31	31
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3,5323	3,5753	3,5161	3,5591	4,1008
	Ecart type	,47613	,53201	,44588	,50470	,70962
Différences les plus extrêmes	Absolue	,108	,153	,131	,165	,214
	Positif	,108	,077	,106	,114	,133
	Négatif	-,092	-,153	-,131	-,165	-,214
Statistiques de test		,108	,153	,131	,165	,214
Sig. asymptotique (bilatérale)		,200 ^{c,d}	,061 ^c	,190 ^c	,131 ^c	,101 ^c

a. La distribution du test est Normale.

b. Calculée à partir des données.

c. Correction de signification de Lilliefors.

d. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

الملحق رقم (04): توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس

		الجنس		
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide
Valide	ذكر	15	48,4	48,4
	أنثى	16	51,6	51,6
Total		31	100,0	100,0

الملحق رقم (05): توزيع أفراد الدراسة حسب العمر

		العمر		
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide
Valide	18_30	14	45,2	45,2
	31_45	17	54,8	54,8
Total		31	100,0	100,0

الملحق رقم (06): توزيع أفراد الدراسة حسب الخبرة

		الخبرة		
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide
Valide	<5	13	41,9	41,9
	5_10	13	41,9	41,9
	11_15	5	16,1	16,1
Total		31	100,0	100,0

الملحق رقم (07): توزيع أفراد الدراسة حسب المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ثانوي	4	12,9	12,9	12,9
جامعي	27	87,1	87,1	100,0
Total	31	100,0	100,0	

الملحق رقم (08): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة:

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
العبارة 01	31	2	5	3,45	,768
العبارة 02	31	3	5	3,97	,769
العبارة 03	31	1	5	3,65	,877
العبارة 04	31	1	5	3,52	,769
العبارة 05	31	1	5	3,06	1,459
العبارة 06	31	1	5	3,55	1,207
العبارة 07	31	2	5	3,68	1,137
العبارة 08	31	3	5	3,00	1,438
العبارة 09	31	1	5	3,84	,523
العبارة 10	31	3	5	3,71	1,101
العبارة 11	31	3	5	4,16	,583
العبارة 12	31	1	5	3,06	1,459
العبارة 13	31	2	5	4,00	,577
العبارة 14	31	2	5	3,23	1,023
العبارة 15	31	1	5	3,10	1,535
العبارة 16	31	3	5	3,71	,824
العبارة 17	31	2	5	4,06	,772
العبارة 18	31	1	5	3,00	1,506
العبارة 19	31	2	5	3,42	,992
العبارة 20	31	2	5	3,84	,688
العبارة 21	31	1	5	2,97	1,329
العبارة 22	31	2	5	4,10	,651
العبارة 23	31	2	5	3,13	1,360
العبارة 24	31	1	5	3,90	0,700
العبارة 25	31	1	5	4,19	,792
العبارة 26	31	1	5	4,26	,815
العبارة 27	31	1	5	4,19	,873
العبارة 28	31	1	5	4,13	,806
العبارة 29	31	1	5	4,00	,775
العبارة 30	31	1	5	4,15	,606

العبارة 31	31	1	5	3,87	,885
العبارة 32	31	1	5	4,03	,795
N valide (liste)	31				

الملحق رقم (09): إجمالي الأبعاد

Statistiques descriptives					
	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
البعد الأول	31	2,67	4,83	3,5323	,47613
البعد الثاني	31	2,00	4,33	3,5753	,53201
البعد الثالث	31	2,50	4,33	3,5161	,44588
البعد الرابع	31	1,83	4,17	3,5591	,50470
البعد الخامس	31	1,00	5,00	4,1008	,70962
N valide (liste)	31				

الملحق رقم (10): أسلوب الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات

المتغير التابع	R	R ²	t	Sig
B1	0.51	0.260	23.26	*0.00
المتغير التابع	R	R ²	t	Sig
B2	0.58	0.336	12.36	*0.00
المتغير التابع	R	R ²	T	Sig
B3	0.68	0.463	15.48	*0.00
المتغير التابع	R	R ²	T	Sig
B4	0.79	0.624	14.22	*0.00
المتغير التابع	R	R ²	T	Sig
B5	0.67	0.449	9.23	*0.00