مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية على المصارف التجارية السورية الخاصة
اسم الكاتب: د. سامر أحمد قاسم، أيهم يوسف ابراهيم
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5210
تاريخ الاسترداد: 2026/11/04 00:59 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (6) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (6) 2018

دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية
دراسة ميدانية على المصارف التجارية السورية الخاصة

الدكتور سامر أحمد قاسم [*]
أيهم يوسف إبراهيم [**]

(تاريخ الإيداع 20 / 9 / 2018. قُبِل للنشر في 29 / 11 / 2018)

□ ملخّص □

تشير اليقظة التكنولوجية إلى البحث عن المعلومة التكنولوجية ومراقبة دائمة للتغيرات التكنولوجية، والتنبؤ بها، والتحكم فيها بطريقة ذكية، قبل وصولها للمنافسين، والاستعلام عن سلوكيات المنافسين، والابتكارات التكنولوجية، ومراقبة الاستراتيجيات التجارية، ومعرفة الرغبات الجديدة للمستهلكين، بهدف تحقيق أهداف استراتيجية، وتنمية المزايا التنافسية من أجل الحصول على مركز تنافسي ريادي في بيئة معقدة وسريعة التغير، والتفوق على المنافسين.

ويهدف البحث إلى دراسة العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة والتي تتعلق بالأبعاد الآتية (التكلفة، المرونة، الجودة). ولتحقيق ذلك تمّ صياغة فرضية رئيسة يتفرع عنها ثلاث فرضيات فرعية، واستخدم الباحث أسلوب الاستبانة لجمع البيانات الّتي تمّ تحليلها باستخدام اختبارات إحصائيّة أهمّها: اختبار الوسط الحسابي One- Sample T. test، واختبار الارتباط الثّنائي Pearson Correlation. وقد توصل الباحث إلى عدّة نتائج أهمّها: وجود علاقة موجبة قوية بين اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

الكلمات المفتاحية: اليقظة التكنولوجية، الميزة التنافسية، التكلفة، المرونة، الجودة.

[*] **أستاذ – قسم إدارة الأعمال – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية.**
[**] **طالب ماجستير – قسم إدارة الأعمال – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية.**

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (40) العدد (6) 2018
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (40) No. (6) 2018

The Role Of Technological Vigilance In Achieving Competitive Advantage
Field Study On Syrian Private Commercial Banks

Dr. Samer Ahmad Kasem [*]
Ayham Ibrahim [**]

(Received 20 / 9 / 2018. Accepted 29 / 11 / 2018)

□ ABSTRACT □

Technological vigilance refers to the search for technological information, constant monitoring of technological changes, the prediction and intelligent control of them before they reach competitors, the questioning of competitors' behavior, technological innovations, the control of business strategies, the knowledge of new consumer desires, In order to have a competitive position in a complex and rapidly changing environment and superior to competitors.

The study aims to study the relationship between technological vigilance and competitive advantage in the Syrian private commercial banks, which relate to the following dimensions (cost, flexibility, quality). In order to achieve this, a basic hypothesis has been formulated, with three sub-hypotheses. The researcher used the questionnaire method to collect the data analyzed using statistical tests, the most important of which are the one-sample T. test and the Pearson Correlation. The researcher reached several results, the most important of which is: a strong positive relationship between technological vigilance and competitive advantage in Syrian private commercial banks.

Keywords: Technological Vigilance, Competitive Advantage, Cost, Flexibility, Quality.

[*]**Professor -Department Of Business Administration- Faculty Of Economics- Tishreen University- Lattakia- Syria.**
[**]**Postgraduate Student- Department Of Business Administration- Faculty Of Economics- Tishreen University- Lattakia- Syria.**

مقدّمة:

شهدت البيئة العالمية تطورات متسارعة في مجال المعلومات والاتصالات والتكنولوجيا، حيث تحولت اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة إلى اقتصاد المعرفة مع تنامي ظاهرة العولمة وارتفاع حدة المنافسة، مما فرض على المنظمات البحث الدائم عن ميزة تنافسية جديدة تستطيع بها الصمود أمام هذه التغيرات. وتعددت الدراسات عن مصادر الميزة التنافسية في نطاق السوق المستهدف، ومن بين أهم هذه المصادر اليقظة التكنولوجية باعتبارها نظام يجمع المعلومات التكنولوجية التي تمكن المنظمة من بناء استراتيجياتها على أساسها وفقاً للإشارات التي يرسلها هذا النظام. حيث تبرز أهمية هذا النظام من خلال قدرته على استكشاف الفرص الجديدة، والتهديدات المحتملة للبيئة الخارجية، ومراقبة أعمال المنافسين، حيث أن السرعة والمرونة والقدرة على التفاعل أصبحت أموراً ضروريةً للحصول على المركز التنافسي والحفاظ عليه.

ومن هذا المنطلق يتكرّس الدور الرئيس للمعلومة في المنظمة، باعتبارها الأساس الذي يعكس طبيعة العوامل الداخلية والخارجية، والجسر الواصل بين المنظمة والتغيرات الحاصلة، والتي تعد العصب المحرك لعملية اتخاذ القرار على مختلف المستويات الإدارية.

مشكلة البحث:

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة أصبحت المنظمة تواجه تحديات كبيرة لموقعها التنافسي في السوق ضمن بيئة شديدة التنافسية، ولأن البقاء والاستمرار والتفوق لا يمكن أن يتم إلا من خلال امتلاك المنظمة لمجموعة مزايا تنافسية خاصة بها تختلف عن ما يملكه المنافسون، لذلك لابد من دراسة البيئة ومعرفة متغيراتها وكيفية تأثيرها عليها؛ مما يفرض على المنظمات أن تتبنى نظام اليقظة الاستراتيجية بجميع أبعاده وبخاصة اليقظة التكنولوجية كنظام لتدعيم قراراتها ورفع تنافسيتها واكتسابها ميزة تنافسية؛ وفي ظل التحديات التي تواجهها المصارف السورية ضمن بيئة اقتصادية غير مستقرة يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال التساؤل الرئيس الآتي:

–ما هي العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة؟

أهميّة البحث وأهدافه:

تتجسد أهميّة البحث من خلال الأهمية المتزايدة اليقظة التكنولوجية كنظام يساعد على اتخاذ القرارات من خلال ملاحظة وتحليل بيئة المنظمة، والآثار الاقتصادية الحالية والمستقبلية من أجل استخراج الفرص والتهديدات، كما أنها تركز أساساً على تزويد المنظمة بالمعلومات الاستراتيجية التي تمكنها من مواجهة المنافسة بشكل أفضل، بالاعتماد على أسس ومقاييس عملية؛ وبالتالي تعد بمثابة المفتاح الأساسي للتنافس، حيث أنها ترتبط بتسيير موارد المعلومات لتجعل المنظمة أكثر ذكاء وتنافسية.

ويهدف البحث إلى دراسة العلاقة بين اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة والتي تتعلق بالأبعاد الآتية (التكلفة، المرونة، الجودة).

فرضيات البحث:

يقوم البحث على الفرضيّة الرئيسة الآتية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة؛ ويتفرع عنها الفرضيات الآتية:

أ- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين التكلفة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

ب- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين المرونة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

ت- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الجودة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

منهجيّة البحث:

اعتمدت الدّراسة المقاربة الاستنباطيّة، وتمّ استخدام المنهج الوصفي التّحليلي لتوصيف متغيّرات الدراسة، كما اعتمدت الدّراسة الميدانية الاستبانة الّتي تمّ توزيعها على عينة الدراسة لجمع البيانات الأوليّة المتعلّقة بمتغيّرات الدّراسة.

تصميم البحث

تعدّ هذه الدّراسة دراسة ميدانية لعلاقة اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية باستخدام أسلوب الاستبانة الّتي تمّ تصميمها بالاعتماد على الدراسات السابقة التي استخدمت أدوات محكمة تتميز بالصدق والثبات. ولتحقيق أهداف الدّراسة تمّ استخدام الأساليب الإحصائيّة الآتية:

1 – المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

2-اختبار One-Sample Test .

2- اختبار الارتباط الثنائي باستخدام معامل الارتباط بيرسون Pearson Correlation.

وتمّ تطبيق الدّراسة وجمع البيانات باستخدام الاستبانة خلال شهر آب 2018.

مجتمع وعيّنة الدّراسة

يتألف مجتمع الدّراسة من العاملين في المصارف التجارية السورية الخاصة وتشمل: بنك بيمو السعودي الفرنسي، المصرف الدولي للتجارة والتمويل، بنك سورية والمهجر، بنك العربي، بنك قطر الوطني، بنك الأردن –سورية، بنك سورية والخليج، فرنسبنك، بنك الشرق، وبنك عودة، وبنك بيبلوس؛ وبلغ مجموع عدد العاملين في محافظة اللاذقية 120 موظفاً باستثناء بنك الشرق عودة وبيبلوس التي رفضت التعاون مع الباحث.

وبلغ عدد الاستبانات الموزعة 100 استبانة، تم استرداد 86 استبانة صالحة للتحليل وبنسبة استجابة 86%؛ وتمّ استخدام المصادر الثانويّة للبيانات بالاعتماد على الكتب والمقالات العلميّة وغيرها من المراجع المحكّمة.

الدّراسات السابقة:

1- دراسة أمينة (2018): دور اليقظة الاستراتيجية في خلق ميزة تنافسية

هدفت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين كل من اليقظة التكنولوجية والتجارية التنافسية وبين قدرة المنظمة في خلق ميزة تنافسية في السوق المستهدف، واعتمدت الدراسة أسلوب الاستبانة حيث تم توزيعها على العاملين في شركة تيليكوم الجزائر للاتصالات.

وتوصلت الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بنظام اليقظة الاستراتيجية بمحاورها الثلاث: التجارية والتنافسية والتكنولوجية حتى تتمكن المنظمة من خلق ميزة تنافسية في السوق الجزائري للاتصالات، كما يجب دعمها بنظام معلومات دقيق يجمع بين مصالح المنظمة وترسيخ المفاهيم الأساسية لليقظة لدى العاملين.

2- دراسة محمود (2017): اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى أنواع اليقظة الاستراتيجية المتوافرة في شركة الفارس العامة في وزارة الصناعة العراقية، ودراسة العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والنجاح التنظيمي؛ واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي وشملت عينة الدراسة 71 مفردة من العاملين في المنظمة محل الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن اليقظة التكنولوجية هي أفضل أنواع اليقظة الاستراتيجية، كما يتوجب على المنظمات عدم التركيز على نوع واحد من أنواع اليقظة الاستراتيجية، بل لا بد من التنويع في استخدام كافة أنواع اليقظة (البيئية والتكنولوجية والتجارية والتنافسية) وفي كافة المستويات الإدارية، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين اليقظة الاستراتيجية بكافة أنواعها والنجاح التنظيمي في المنظمة محل الدراسة.

3- دراسة سهيلة (2008): أهمية اليقظة التكنولوجية في تنمية تنافسية المؤسسة

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية اليقظة التكنولوجية كمحور أساسي من محاور اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في تنمية الميزة التنافسية للمنظمة، واستخدمت الدراسة أسلوب الاستبانة التي تم توزيعها العاملين في مؤسسة موبيليس في الجزائر، حيث هدفت الدراسة إلى توضيح أساليب تطبيق اليقظة التكنولوجية في هذه المؤسسة.

وتوصلت الدراسة إلى وجود خلية لليقظة التكنولوجية في المؤسسة تقوم بأداء مهامها في رصد ومتابعة التطورات التكنولوجية الحاصلة في بيئة المؤسسة لاتخاذ القرار الاستراتيجي مما يزيد من حدة تنافسية هذه المؤسسة.

4- دراسة Dawood and Abbas (2018): The Role of Strategic Vigilance in the Operational Performance of the Banking Sector: Field Research in a Sample of Private Banks

دور اليقظة الاستراتيجية في الأداء التشغيلي في القطاع المصرفي: دراسة ميدانية على عينة من البنوك الخاصة

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور اليقظة الاستراتيجية بأبعادها التكنولوجية والتنافسية والبيئية والتسويقية في الأداء التشغيلي في القطاع المصرفي بأبعاده التي تشمل التكلفة والوقت والمرونة، ويهدف إلى تقييم اليقظة الاستراتيجية في المصارف المدروسة وتأثيرها على الأداء التشغيلي ودراسة العلاقة بينهما، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي على عينة من مديري الإدارات والأقسام في المصارف المدروسة البالغ عددهم 37 مدير.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين اليقظة الاستراتيجية والأداء التشغيلي في المصارف المدروسة، وتسعى هذه المصارف إلى رصد التغيرات والأحداث في بيئة عمل المصارف، وبناء ميزتها التنافسية بالاعتماد على استراتيجية منخفضة التكلفة.

5- دراسة Hadi and Ebrahimpour (2015): investigation the relationship between technology intelligence and business performance

دراسة العلاقة بين الذكاء التكنولوجي وأداء منظمات الأعمال

هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين الذكاء التكنولوجي وأداء منظمات الأعمال في الشركات الإيرانية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وأسلوب الاستبانة في جمع البيانات من المدراء والمهندسين في الشركات الإيرانية.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة جيدة بين الذكاء التكنولوجي وأداء الشركات الإيرانية، كما أشارت النتائج إلى أن التغيرات التكنولوجية التي تنتج عن الابتكارات المنتظمة تؤثر بشكل إيجابي على أداء الشركات، كما أن المنظمات الذكية تسعى لاستباق واقع التغيير من خلال دقة مراقبة التغيرات البيئية واستغلال الفرص من خلال الابتكارات الجديدة.

مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة

توصلت أغلب الدراسات السابقة إلى وجود علاقة إيجابية بين اليقظة التكنولوجية والميزة التنافسية، واختلف الباحثون في مؤشرات الميزة التنافسية التي تم دراسة العلاقة التي تربطها بنظم اليقظة المختلفة؛ كما أكد الباحثون على ضرورة تبني نظم اليقظة في المنظمات واعتبروا أن نظام اليقظة التكنولوجية هو النظام الأكثر أهمية نظراً للتطورات التكنولوجية المتسارعة، وسيتم اختبار هذه العلاقة في المصارف التجارية السورية الخاصة، من خلال دراسة علاقة اليقظة التكنولوجية بمؤشرات الميزة التنافسية المتعلقة بالتكلفة، والمرونة، والجودة.

9- الجانب النّظري للبحث

أولاً: مفهوم اليقظة التكنولوجية

اليقظة التكنولوجية هي جهد منهجي ومنظم للمنظمة لمراقبة وتلقي وتحليل ونشر المعلومات واسترجاعها في الوقت المحدد، حول أحداث معينة في التقنية والمعلومات الاقتصادية والاجتماعية أو الأعمال التجارية المهمة، لأنها يمكن أن تنطوي على فرصة أو تهديد. كما أنها تساعد على زيادة القدرة التنافسية في السوق من خلال فهم أفضل للبيئة التنافسية للمنظمة (داود وإبراهيم، 2017).

كما تشير اليقظة التكنولوجية إلى الجهود المبذولة من طرف المنظمة، والوسائل المسخرة، والإجراءات المتخذة بهدف الكشف عن كل التطورات والمستجدات، والتي تهم المنظمة حالياً أو مستقبلاً (سحنون وثلايجية، 2018).

وتهتم اليقظة التكنولوجية بجمع المعلومات التي تمكن المنظمة من تحقيق سبق في مجال الإبداعات التكنولوجية، وينصب اهتمامها على التطورات التكنولوجية والتقنية والاكتشافات العلمية والتجديد التكنولوجي وتحسين خطوات الصناعة والبحوث والتقارير وبراءات الاختراع (محمود، 2017).

وتتعلق اليقظة التكنولوجية بالبحث عن الآتي: (أمينة، 2018؛ عباس وخليفة، 2017)

1- الدراية التامة بالمستجدات العلمية من نماذج نظرية وتجارب.

2- معرفة سيرورة الإنتاج الحالية وإمكانيات تعديلها وتطويرها من حيث التكاليف، ونوعية المواد الأولية وشروط الكفاءة.

3- رصد المعدات الجديدة التي لا تملكها المنظمة، وترقب أول استعمالاتها.

4- تتبع التطورات التي تحدث في مجال أنظمة المعلومات والاتصال.

5- جمع المعلومات العلمية، التقنية، والتكنولوجية لاستغلالها في الإبداعات التكنولوجية.

6- تحديد التقنيات أو التكنولوجية المتبعة من طرف المنافسين.

7- التقليل من المفاجآت المتعلقة بالتطورات التكنولوجية والمنافسين الجدد الذين سيدخلون القطاع.

8- الاهتمام بالتطور التكنولوجي بما فيه من: الاكتشافات العلمية، الإبداع في السلع والخدمات، التطور في طرق وأساليب الصنع، ظهور مواد ومفاهيم جديدة.

9- التحليل المستمر والمنتظم لبراءات الاختراع في قطاع النشاط.

10- التدقيق التكنولوجي للقطاع الذي تنشط فيه المنظمة.

11- دراسة السوق التكنولوجي من خلال تحديد الداخلين والخارجين منه والتغيرات التي تطرأ عليه.

12- البحث عن الفرص التكنولوجية واستغلالها والاستفادة من مراكز البحث والتطوير.

13- التقييم التكنولوجي للاستثمار من خلال تفعيل اتفاقيات التعاون في المشاريع المشتركة وبيع التراخيص.

ثانياً: مصادر اليقظة التكنولوجية

تستمد اليقظة التكنولوجية مصادرها من الآتي: (عمر ولمين، 2017)

1- هيئات البحث العلمي والجامعات، من خلال الاتصالات المستمرة، والمشاركة في الملتقيات.

2- المعاهد ومؤسسات البحث التطبيقي والهندسة.

3- الدراسة الدورية لكل البراءات التي لها علاقة بالنشاط.

4- بنوك المعلومات.

5- المشاركة في الملتقيات ودراسة المنشورات ذات الطابع المهني.

6- التحليل الدقيق لمنتجات المنافسة.

ثالثاً: مفهوم الميزة التنافسية

يعني مصطلح الميزة التنافسية السعي الى تحقيق التميز بأعلى العوائد، والعمل على المحافظة على القدرات التنافسية الحالية، وتعزيز القدرات المستقبلية باستمرار. وهي عبارة عن تكوين نظام يمتلك مزايا منفردة ومتميزة عن باقي المنافسين، وإن الفكرة الرئيسية هي الكفاءة في خلق قيمة للعميل بطريقة مناسبة (حريز، 2014). وبالتالي هي قدرة المنظمة على إيجاد نظام له ميزة عن المنافسين ويحقق منفعة كبيرة لدى العملاء ويعظم ربحية المنظمة بتخفيض التكاليف وزيادة الحصة السوقية وتطوير أسواق جديدة (Heizer, 2006).

ويعرف (Heene & Sanchez, 2010) الميزة التنافسية على أنها: الاختلاف والتميز الذي يسمح للمنظمة بتقديم خدمات وسلع تتميز بها عن سواها، مما يحقق للمنظمة المزيد من المنافع أو القيم التي تميزها عن المنافسين من وجهة نظر عملائها.

وعرفها (Woodside & Quaddus, 2015) بأنها: المنافع المميزة التي يحصل عليها العملاء من المنظمة من خلال مجموعة من الميزات كالسعر والجودة، إذ ما تم مقارنتها بالمنظمات المنافسة.

كما عرفها (Ning& Tanriverdi , 2017) على أنها: مهارة أو تقنية أو مورد متميز، يمكن المنظمة من تقديم خدمة أو سلعة أو منافع متميزة عما يقدمه المنافسون داخل القطاع ذاته ،مما يؤكد تميز واختلاف المنظمة عن منافسيها من وجهة نظر العملاء. ويعد مفهوم الميزة التنافسية ثورة حقيقية في عالم إدارة الأعمال، حيث ينظر إلى الإدارة كعملية ديناميكية مستمرة تستهدف معالجة الكثير من الانحرافات الداخلية والخارجية، لتحقيق التفوق المستمر للمنظمة على المنظمات الأخرى المنافسة لها، سواء كانوا موردين أو مشترين، أو أي طرف آخر تتعامل معه المنظمة، وأيضاً يرى أن الميزة التنافسية هي استغلال المنظمة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها، بحيث تخلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسون تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم (عبد الحميد، 2018).

رابعاً: مصادر الميزة التنافسية

اختلف الباحثون في تحديد مصادر الميزة التنافسية، ويمكن حصر أهم المصادر وفقاً للآتي: (حمداوي، 2009 ؛ مختارية وأمينة، 2017 ؛ Ramraika et al, 2018؛ Nuryakin, 2018؛ Wang et al, 2018)

1- الابتكار:

لم يعد الابتكار مقتصراً على المنظمات الكبيرة في ظل الظروف التنافسية، بل تعدى ذلك إلى المنظمات الصغيرة والمتوسطة، والتي تنظر إلى الابتكار بمفهوم التحسين. وبالتالي فإن نمو المنظمة وتطورها وقدرتها على التنافس يرتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرتها على البحث والابتكار.

2- الزمن:

ويمكن التعبير عن الوقت كبعد تنافسي من خلال عدة نقاط أهمها: (Enarson, 2006)

1 – اختصار الوقت ما بين استلام المواد الأولية وإخراجها بشكل منتج نهائي، بشكل يسمح بتقليص جملة من التكاليف مرتبطة بتخزين المواد الأولية أو المنتجات النهائية.

2 – اختصار الوقت الفاصل ما بين طلبات العميل وتلبية طلبه، وهو ما يسمح بكسب ثقة العميل، والقدرة على التكيف مع رغبات وأذواق المستهلكين.

3 –تخفيض زمن المنتجات الجديدة للأسواق، وذلك من خلال اختصار دورة حياة المنتج على مستوى مرحلة تقديمه للأسواق وتحقيق الأسبقية على هذا المستوى.

4- سرعة تطوير المنتج والمقصود بها الفترة المرتبطة بابتكار وتطوير المنتجات وتقليصها ما أمكن، والعمل على تحقيق أسبقية على هذا المستوى خدمةً لتنافسية المنظمة.

3- المعرفة:

هي حصيلة خبرة ورصيد ومعلومات وتجارب ودراسات مطبقة على فرد أو مجموعة من الأفراد أو مجتمع معين في وقت محدد.

4- إدخال التكنولوجيا الحديثة:

تعد التكنولوجيا من أهم العناصر التي يمكن إدخالها إلى المنظمات لتحقيق الجودة كميزة تنافسية، عبر تصميم منتجات جديدة تعتمد على تكنولوجيا جديدة، وتساعد التكنولوجيا على القيام بالعمليات التالية:

1- تسهيل العمليات الإنتاجية وتقليل الأخطاء.

2- تدفق التغذية العكسية، وتقييم النتائج، وتحسين القدرة على البحث والتطوير ،ومساعدة المنظمة على خلق وإبداع منتجات جديدة أو تطوير المنتجات الحالية.

3-القيام بدراسات السوق لمعرفة احتياجات ومتطلبات العملاء.

4-تجديد العمليات والمهام المختلفة.

5-تراكم الخبرة في التكنولوجيا مما يؤدي الى زيادة حجم العمليات الإنتاجية وتحسين نوعيتها.

5- الضغط على التكاليف:

يعرف شومبيتر Schoumpeter التطور على أنه مزج عناصر الإنتاج بطريقة مختلفة، وذلك بواسطة الإبداع؛ حيث يمكن تحقيق التمايز عبر تقليل أو ضغط تكاليف الإنتاج والتكاليف الأخرى المباشرة وغير المباشرة من خلال القيام بمختلف المهام اليومية، ويمكن تحقيق ذلك عبر:

1-الإنتاج بأدنى تكلفة من خلال تنظيم المهام وتوزيعها بطريقة متناسقة وملائمة.

2-تحسين نوعية العمليات عبر تبسيطها ونزع التكرار فيها.

3-تحقيق أعلى إنتاجية عمل عبر تحفيز العاملين.

4-الاهتمام بالمهام التي لها صلة مباشرة بالعملاء.

6- إدخال التقنيات الحديثة في التسويق:

حيث يمكن تحقيق الميزة التنافسية انطلاقاً من أهداف التسويق الآتية:

1- دقة الاستجابات لمتطلبات العميل.

2- الاستجابة السريعة والملائمة للعملاء.

3- تسعير المنتجات المتاحة بالشكل الملائم.

4- إدخال منتجات جديدة وخلق الطلب عليها.

5- تسهيل إمكانية اتصال العميل بالمنظمة.

7-تطوير الموارد البشرية:

تعد من أهم العوامل التي تمكن المنظمات من تحقيق الميزة التنافسية من خلال التدريب المستمر للموارد البشرية وتفيز الإبداع والابتكار وروح العمل الجماعية والتعاون فيما بينهم.

8-تطوير القدرات التنظيمية والإدارية:

إن تطوير الهياكل التنظيمية المناسبة، والأساليب الإدارية الملائمة، ووضع النظم التي تنسق المعلومات والمعارف لا يكفي لإدخال التغيير الجذري المناسب؛ فاختيار القيادة التي تمتلك القدرات اللازمة لإحداث التغيير يعد أمراً ضرورياً.

9- وفورات الحجم الاقتصادية:

وتصنف ضمن المؤشرات الاقتصادية التي تعكس الميزة التنافسية الناتجة عن تخفيض تكلفة الوحدة الواحدة وتعظيم المخرجات بوجود تكاليف ثابتة داخل منحنى تكلفة العمل.

10- شبكات الموزعين والموردين الخضراء:

حيث تفرض متطلبات الاستراتيجيات الخضراء العاجلة من العملاء والحكومة والمنظمات في ظل ارتفاع التلوث والصناعات ذات الاستهلاك العالي للموارد، أن تحدث تغييرات هيكلية وتبني حقيقي لاستراتيجيات خضراء لتطوير وبيع المنتجات الخضراء لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

خامساً: أبعاد الميزة التنافسية

اختلف الباحثون في تحديد أبعاد الميزة التنافسية، حيث توجد العديد منها وفيما يأتي شرح لبعض من هذه الأبعاد:

1 - التكلفة:

وتعني قدرة المنظمة على تصميم، تصنيع، وتسويق منتجات بأقل تكلفة مقارنة مع منافسيها، فالتكلفة المنخفضة تهيأ فرص البيع بأسعار تنافسية؛ حيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المنظمة ميزة التكلفة الأقل (اللوش وكورتل، 2018).

ويرى الباحث أن هذا البعد يمكن تحقيقه في المصارف من خلال تطبيق استراتيجيات الاندماج المصرفي التي تسهم في تحقيق اقتصاديات الحجم، والوصول بالوحدة المصرفية إلى حجم اقتصادي معين يتيح لها زيادة الكفاءة من خلال تخفيض التكاليف وتعظيم الربح، حيث تتجه المصارف العالمية إلى الاندماج بهدف تعزيز موقعها القيادي في السوق، بينما تجسد ذلك خلال الأزمة السورية بشكل بسيط كشراء بنك بيمو السعودي الفرنسي لحصة ضخمة من بنك سورية الخليج في عام 2017.

2- الجودة

وتعني قدرة المنظمة على تقديم منتج متميز أو فريد أو له قيمة كبيرة من وجهة نظر المستهلك (جودة أعلى، خصائص خاصة بالمنتج، خدمات ما بعد البيع) (شعشاعة، 2004).

ويرى الباحث أن هذا البعد يمكن تحقيقه في المصارف من خلال استراتيجية تطوير الخدمات ومواكبة التطورات التكنولوجية واستخدامها في المجال المصرفي، والتي تضمن تقديم خدمات عالية الجودة للعملاء والتي تؤسس ثقة العميل على المدى طويل الأجل، حيث لابد أن تتبنى المصارف فلسفة الجودة الشاملة التي من شأنها تمكين المصارف من اكتساب ميزات تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في ظل هذه المتغيرات.

3-التميز:

ويعني تحقيق الميزة التنافسية من خلال عرض سلعة أو خدمة لا يستطيع المنافسون تقليدها، أو صنع نسخة منها، وهنالك لتحقيق ذلك ومن أهمها: الموارد البشرية، والمالية، والمادية، والإمكانيات التنظيمية (عبد الحميد، 2018).

ويرى الباحث أن تحقيق التميز في القطاع المصرفي ضرورة حتمية لاستمرار المصارف في السوق، ويمكن تحقيق ذلك من خلال الموارد البشرية كنواة رئيسة للإبداع التي تسخر جميع الإمكانات المالية والمادية والتنظيمية وغيرها في ترجمة الأفكار الإبداعية إلى منتجات مبتكرة تحقق التميز وتكسب المصرف ميزة تنافسية متجددة.

4-المرونة:

وتعرف المرونة بأنها: الاستجابة السريعة للتغير في طلب العميل، فضلاً عن زيادة رضا العميل عن التسليم السريع للمنتج (Vonderembse, White, 2004).

ويرى الباحث بأن بُعد المرونة يحقق ميزة تنافسية في غاية الأهمية للمصارف السورية في ظل الأزمة الراهنة، حيث أن المصارف التي استطاعت العامل بمرونة مع المتغيرات والتهديدات التي أفرزتها البيئة الاقتصادية غير المستقرة التي سببتها الحرب، هي المصارف التي حققت ميزة تنافسية عززت ثقة عملائها بها، ونجحت في الاحتفاظ بهم خلال الأزمة وتقليل الخسائر ما أمكن.

5- الكفاءة:

ويتمثل أبسط مقياس للكفاءة في مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، كما تظهر الكفاءة بالتحسين المستمر لموقع المنظمة في السوق، وتلبية رغبات المستهلك وحاجاته بالشكل الأمثل، ومن ثم ضمان رضاه وولائه. (بخوش، 2013).

ويرى الباحث أن بعد الكفاءة يمكن تحقيقه من خلال استراتيجية التنويع في مصادر التمويل، والحصول على أكبر مستوى من الدخل وتوظيفه من خلال منح القروض إلى جميع القطاعات الاقتصادية، كما تعمل هذه الاستراتيجية على تقديم كافة الخدمات المتعلقة بتداول الأصول المالية، وإدارة شركات المساهمة؛ فهي تجمع بين وظائف المصارف التجارية، والمصارف المتخصصة، ومصارف الاستثمار والأعمال، ومن هنا يتحدد دورها ويتبلور من كونها مصارفاً تقوم بأعمال جميع أنواع المصارف في وقت واحد؛ وبالتالي تستطيع المصارف تعظيم مدخلاتها واستثمارها بالشكل الذي يحقق لها مخرجات عالية الجودة تسهم في تعظيم الكفاءة والتفوق على المنافسين من خلال الميزة التنافسية القائمة على الكفاءة.

6- التجديد:

يقصد به كل شيء جديد أو حديث يتعلق بطريقة إدارة المنظمة أو المنتجات التي تنتجها، ويشتمل التجديد على أي تقدم يطرأ على أنواع المنتجات، وعمليات الإنتاج، ونظم الإدارة، والهياكل التنظيمية، والاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمة. (بخوش، 2013).

ويرى الباحث أن التطورات المتلاحقة والمتسارعة في كافة المجالات تجعل هذا البعد ضرورة حتمية لا يمكن تجاهلها، فعندما يكون المصرف غير قابل للتجديد المستمر فإنه حتماً سيخرج من السوق.

7- الاستجابة للعملاء

تشير الاستجابة إلى الاستعداد الدائم لمقدمي الخدمة لخدمة عملائهم وعلى قدرتهم لأداء الخدمة لهم عند احتياجهم إليها. ويتوجب على المنظمة أن تكون قادرة على تحديد احتياجات عملائها والاستجابة لها بالسرعة المناسبة، وبالجودة المناسبة، وبشكل أفضل من المنافسين (بخوش، 2013).

ويرى الباحث أن الأزمات تفرض على المصارف تحقيق هذا البعد، لأن تكلفة التأخير في الاستجابة لمتطلبات العملاء ستكون باهظة، وتكبد المصرف خسائر كبيرة وخاصة مع كبار العملاء.

8- عملية الإبداع

تحتاج عملية الإبداع للتعاون والمشاركة بين عدد من الأنشطة المتداخلة في المنظمة، من أجل استخدام وتبني الأفكار الجديدة، والتطورات التقنية، واعتماد أساليب علمية بهدف تقديم سلعة أو خدمة جديدة بالنسبة للمنظمة، أو تحسينها، أو تصميم عملية إنتاج جديدة، أو تحسينها من أجل تحقيق أهداف المنظمة في البقاء والنمو وجعلها أكثر قدرة على المنافسة (عبد الحميد، 2018).

ويرى الباحث ان هذا البعد يرتبط ارتباطاً وثيقاً ببعد التجديد، حيث أن أصبح الإبداع ضرورة حتمية للتجديد، حيث يمكن المصارف من الربط بين مختلف الأنشطة التسويقية والعمليات الإنتاجية بطريقة تضمن للمصرف استغلال الموارد الإبداعية المتاحة بالشكل الأمثل.

9- القيمة المدركة لدى العميل

وهي قيام المنظمات باستغلال الإمكانيات المختلفة في تحسين القيمة التي يدركها العميل للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المنظمات، مما يسهم في بناء الميزة التنافسية لها، حيث تتضمن مفهوم القيمة المدركة: السعر، والجودة، ومدى الاقتناع بالمنتج وخدمات ما بعد البيع (عبد الحميد، 2018).

ويرى الباحث أنه يتوجب على المصارف الهادفة إلى تعزيز القيمة المدركة لعملائها تعزيز هذا البعد بالحملات الترويجية المدروسة بشكل دقيق استناداً إلى البيانات التي تتعلق بخصائص العملاء وطريقة التأثير في قرارهم الشرائي.

وبناءاً على ما سبق سيركز الباحث في الدراسة الميدانية على أربعة أبعاد رئيسة للميزة التنافسية تكتسب أهميتها في ظل ظروف الأزمة الراهنة وهذه الأبعاد هي: التكلفة، الجودة، المرونة، والاستجابة.

سادساً: دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة

إن الواقع السريع للأحداث في عصر المعلومات، والضغط الهائل لقوى السوق والمنافسة، والحركة الدائمة للأسواق والمستهلكين، والتطورات الكبيرة والابتكارات غير المسبوقة للتكنولوجيا في جمع المجالات، جعل الكثير من المنظمات تجد صعوبة في مواكبة هذه التطورات السريعة، ولهذا فاليقظة التكنولوجية تقرب المنظمة من محيطها، وتعرفها عليه وتساعدها في تحليله، ويكمن توضيح ذلك في النقاط الآتية: (نصيرة، 2015؛ خديجة، 2015)

1-تربط المنظمة بالمحيط التكنولوجي والعلمي والتغيرات التي تحصل فيه، من خلال رصدها لأحدث التكنولوجيات والتقنيات المتجددة، فتكون سباقة في خلق مزايا جديدة وتتفادى بذلك تقليد المنظمات المنافسة لها.

2- توفر للمنظمة المعلومات المتعلقة بمنتجات المنافسين من حيث الجودة، والنوعية والسعر، وهذا ما يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية بالتفرد في إنتاج منتج معين، والسيطرة على السوق، ومواجهة المنافسة، بحيث لا يمكن للمنافسين محاكاتها أو تقليدها، فتتمكن بذلك من تحقيق مركز تنافسي.

3- تمكن المنظمة من تحقيق التميز بمساعدتها على ممارسة الأنشطة المنتجة للقيمة بشكل أفضل، انطلاقاً من تزويدها بالمعلومات المرتبطة بأنشطة المنافسين على جميع الأصعدة، وتمكينها من التنسيق الجيد بين أنشطتها.

4- تحسين الوضعية التنافسية للمنظمة في السوق من خلال مساعدتها على القيام بمناورات استراتيجية، تستند على أساليب مختلفة كالمنافسة على أساس الأسعار، أو إدخال منتجات جديدة، أو السعي لتحسين الخدمات وزيادة الضمانات المقدمة للعملاء

5- توفر للمنظمة معارف فنية، وعملية تمكنها من تطوير مختلف الصناعات، والقطاعات، والخدمات، والنشاطات الاقتصادية وغيرها، فتولد بذلك أثر ايجابي يتمثل في إيجاد الحلول الناجحة للمشاكل المختلفة والتي تجابه بها المنافسة بالمحافظة على مستوى معين من الإنتاجية، وتحسينها، وتسهيل انتقال المعلومة بسرعة، وتدقيق الحسابات، وبالتالي تسهم في اتخاذ القرار الاقتصادي المناسب في الوقت المناسب.

6- توفر للمنظمة المعلومات المرتبطة بالبيئة التنافسية، فتساعدها على تحقيق كفاءة تخطيط الموارد، واستخدامها، وتشجيع الإبداع والابتكار، مما يؤدي إلى تحسين الإنتاجية، والارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج، ورفع مستوى الأداء.

7- تساعد المنظمة على توسيع حصتها السوقية والتي تعد هدفاً استراتيجياً تسعى غالبية المنظمات جاهدة لبلوغه، حيث تعد أحد المؤشرات الهامة المعززة لمركزها التنافسي؛ فالمنظمة التي تملك الحصة الأعلى تكون ذات مركز تنافسي أقوى.

8- توفير المعلومات التي تعد مورداً استراتيجياً في دعم الاستراتيجية العامة للمنظمة، فتساعدها على تخفيض تكلفة العمل الإداري بنسبة عالية وتعزيز مقومات المنافسة، فيتحسن بذلك الأداء التنافسي.

النتائج والمناقشة:

الدّراسة الإحصائيّة

1-مقياس معامل الثّبات Reliability Coeffcient

بلغت قيم معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha كالآتي:

الجدول (1) اختبار ثبات أداة البحثReliability Statistics

اختبار ثبات الاستبانة	N of Items	Cronbach's Alpha
معامل الثبات لعبارات محور اليقظة التكنولوجية	5	.858
معامل الثبات لعبارات محور التكلفة	5	.841
معامل الثبات لعبارات محور المرونة	5	.964
معامل الثبات لعبارات محور الجودة	5	.821
معامل الثبات لجميع بنود الاستبانة	20	.970

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يتبيّن من خلال الجدول (1) أنّ قيم معاملات الثّبات لكلّ محور من محاور الاستبانة ولجميع عبارات الاستبانة تقع ضمن المجال [821. – 970.]، وهي معاملات ثبات مقبولة.

1-تحليل إجابات أفراد العينة على محور اليقظة التكنولوجية

فيمايلي الإحصائيّات الوصفيّة الخاصّة بكلّ بند من بنود الاستبانة المتعلقة بمحور اليقظة التكنولوجية

الجدول(2) الإحصائيّات الوصفيّة لبنود الاستبانة الخاصّة بمحور اليقظة التكنولوجية

بنود الاستبانة	N	Mean	Std. Deviation	Sig
1. يراقب المصرف المستجدات التكنولوجية من نماذج ونظريات وتجارب.	86	4.00	1.029	.000
2. يستخدم المصرف تقنيات تكنولوجية حديثة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء.	86	4.10	1.063	.000
3. تحرص إدارة المصرف على التدريب المستمر للموظفين على التكنولوجيا الحديثة.	86	4.06	1.044	.000
4. يقوم المصرف بجمع المعلومات التكنولوجية لاستغلالها في إبداعات تكنولوجية.	86	4.06	1.056	.000
5. يسعى المصرف للحصول على أحدث التقنيات المصرفية.	86	4.02	1.062	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يبيّن الجدول (2) أن قيم المتوسّطات الحسابيّة لإجابات أفراد العيّنة على بنود الاستبانة المتعلقة بمحور اليقظة التكنولوجية تقع ضمن المجال (4.00 – 4.10) وبفرق معنوي؛ وتقابل تقييم جيد لتوافر مؤشرات اليقظة التكنولوجية في المصارف المدروسة والمتعلقة برصد المستجدات التكنولوجية من نماذج ونظريات وتجارب، واستخدامها تقنيات تكنولوجية حديثة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء، وسعيها الدائم للحصول عليها، وحرصها على التدريب المستمر للموظفين على التكنولوجيا الحديثة، وقيامها بجمع المعلومات التكنولوجية لاستغلالها في إبداعات تكنولوجية.

2- تحليل إجابات أفراد العينة على محور الميزة التنافسية

أ-تحليل إجابات أفراد العينة على محور التكلفة:

فيمايلي الإحصائيّات الوصفيّة الخاصّة بكلّ بند من بنود الاستبانة المتعلقة بمحور التكلفة:

الجدول(3) الإحصائيّات الوصفيّة لبنود الاستبانة الخاصّة بمحور التكلفة

بنود الاستبانة	N	Mean	Std. Deviation	الدلالة
6. يسيطر المصرف على جميع الإجراءات والعمليات للتحكم بمكونات التكلفة.	86	4.12	1.078	.000
7. هيكل تكلفة المصرف أدنى مقارنة بمنافسيه.	86	4.07	1.049	.000
8. يحقق المصرف وفورات بتكلفة التصميم.	86	4.02	1.062	.000
9. يحقق المصرف وفورات بتكلفة الإنتاج.	86	4.02	1.029	.000
10. يحقق المصرف وفورات بتكلفة التسويق.	86	4.03	1.045	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يبيّن الجدول (3) أن قيم المتوسّطات الحسابيّة لإجابات أفراد العيّنة على بنود الاستبانة المتعلقة بمحور التكلفة تقع ضمن المجال(4.02– 4.12) وبفرق معنوي وتقابل تقييم جيد لسيطرة المصارف المدروسة على جميع الإجراءات والعمليات للتحكم بمكونات التكلفة، وتحقيق ميزة تنافسية تتعلق بهيكل التكلفة؛ وتحقيقها وفورات تتعلق بتكلفة التصميم والإنتاج والتسويق.

ب– تحليل إجابات أفراد العينة على محور المرونة

فيمايلي الإحصائيّات الوصفيّة الخاصّة بكلّ بند من بنود الاستبانة المتعلقة بمحور المرونة:

الجدول(4) الإحصائيّات الوصفيّة لبنود الاستبانة الخاصّة بمحور المرونة

بنود الاستبانة	N	Mean	Std. Deviation	الدلالة
11. تتوافر القدرة لدى إدارة المصرف على الاستجابة السريعة للتغير في طلب العملاء.	86	4.24	1.105	.000
12. تهتم إدارة المصرف بدراسة السوق للتكيف مع التغيرات في الطلب على الخدمات المصرفية.	86	3.99	1.012	.000
13. تتوافر القدرة لدى إدارة المصرف على تقديم خدمات جديدة تلبي حاجات العملاء الجديدة.	86	4.27	1.045	.000
14. يتم تعديل العمليات التشغيلية المصرفية بسرعة تتلاءم مع التغيرات في الطلب.	86	4.20	1.072	.000
15. يهدف المصرف إلى تحقيق رضا عملائه من خلال تحقيق السرعة في الاستجابة لتغيرات الطلب.	86	4.03	1.111	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يبيّن الجدول (4) أن قيم المتوسّطات الحسابيّة لإجابات أفراد العيّنة على بنود الاستبانة المتعلقة بمحور المرونة تقع ضمن المجال (3.99، 4.20)، وبفرق معنوي؛ وتقابل تقييم جيد لاهتمام المصارف المدروسة بدراسة السوق للتكيف مع التغيرات في الطلب على الخدمات المصرفية، وتعديل العمليات التشغيلية المصرفية بسرعة تتلاءم مع التغيرات في الطلب، وقدرتها على تحقيق رضا عملائها من خلال السرعة في الاستجابة لتغيرات الطلب؛ وتقييم جيد جداً لقدرة المصارف المدروسة على الاستجابة السريعة للتغير في طلب العملاء، وتقديم خدمات جديدة تلبي حاجاتهم الجديدة؛ حيث بلغت قيم المتوسطات المتعلقة بهاذين البندين (4.24، 4.27) على الترتيب، وبفرق معنوي.

ب– تحليل إجابات أفراد العينة على محور الجودة

فيما يلي الإحصائيّات الوصفيّة الخاصّة بكلّ بند من بنود الاستبانة المتعلقة بمحور الجودة:

الجدول(5) الإحصائيّات الوصفيّة لبنود الاستبانة الخاصّة بمحور الجودة

بنود الاستبانة	N	Mean	Std. Deviation	الدلالة
16. تهتم إدارة المصرف بضمان الجودة للخدمات المصرفية وفق أسس ومعايير واضحة وموثوقة.	86	4.06	1.099	.000
17. تتبع إدارة المصرف إجراءات وعمليات رقابية للتشديد على تحقيق الجودة.	86	4.13	1.093	.000
18. يقدم المصرف الخدمات المصرفية عالية الجودة تلبي رغبات العملاء وحاجاتهم.	86	3.97	1.152	.000
19. يسعى المصرف إلى شراء التكنولوجيا المصرفية التي تسهم في تحسين الجودة في الأداء.	86	4.00	1.148	.000

20. يتم تطوير أداء العاملين في المصرف بشكل مستمر لضمان الجودة في التعاملات المباشرة مع العملاء.	86	3.99	1.046	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يبيّن الجدول (5) أن قيم المتوسّطات الحسابيّة لإجابات أفراد العيّنة على بنود الاستبانة المتعلقة بمحور الجودة تقع ضمن المجال (3.97، 4.13)، وبفرق معنوي؛ وتقابل تقييم جيد لاهتمام إدارة المصارف المدروسة بضمان جودة الخدمات المصرفية وفق أسس ومعايير واضحة وموثوقة، واتباعها إجراءات وعمليات رقابية للتشديد على تحقيق الجودة، وتقديمها خدمات مصرفية عالية الجودة تلبي رغبات العملاء وحاجاتهم، وسعيها الدائم إلى شراء التكنولوجيا المصرفية التي تسهم في تحسين الجودة في الأداء، وتطوير أداء العاملين في المصرف بشكل مستمر لضمان الجودة في التعاملات المباشرة مع العملاء.

ويوضح الجدول الآتي المتوسطات الحسابية لإجمالي كل محور من محاور الدراسة:

الجدول (6) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
اليقظة التكنولوجية	86	4.04	.83901	.09047
التكلفة	86	4.05	.82344	.08879
المرونة	86	4.14	1.00091	.10793
الجودة	86	4.02	.84640	.09127
الميزة التنافسية	86	4.07	.86839	.09364

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يبيّن الجدول (6) أنّ المتوسطات الحسابية لإجمالي كل محور من محاور الدراسة تقع ضمن المجال(4.02-4.14) وتقابل تقييم جيد لكل محور، وللتأكّد من أنّ النّتيجة مقبولة إحصائيّاً تمّ اختبار One-Sample Test وفقاً للجدول الآتي:

الجدول (7) One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
اليقظة التكنولوجية	11.59	85	.000	1.04884	.8690	1.2287
التكلفة	11.86	85	.000	1.05349	.8769	1.2300
المرونة	10.62	85	.000	1.14651	.9319	1.3611
الجودة	11.26	85	.000	1.02791	.8464	1.2094
الميزة التنافسية	11.49	85	.000	1.07597	.8898	1.2622

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يبيّن الجدول (7) أنّ قيمة Sig < 0.05 وبالتّالي يوجد فروق جوهريّة بين متوسّطات إجابات أفراد العيّنة المتعلّقة بكل محور من محاور الدراسة، وبين الوسط الحسابي الحيادي (3) الخاص بأداة القياس في مقياس ليكرت الخماسي، أي أن الإجابات معنوية ومقبولة إحصائياً.

اختبار الفرضيّات

يقوم البحث على الفرضيّة الرئيسة الآتية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة؛ ولاختبار هذه الفرضية لابد من اختبار الفرضيات الفرعية الآتية:

اختبار الفرضيّة الفرعية الأولى

الفرضيّة العدم: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين التكلفة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

الفرضيّة البديلة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين التكلفة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

ولاختبار صحة الفرضية قام الباحث باختبار الارتباط الثنائي بيرسون وفقاً للجدول الآتي:

الجدول (8)Correlations

		اليقظة التكنولوجية	التكلفة
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	1	.988**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
التكلفة	Pearson Correlation	.988**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

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

يتضح من خلال الجدول (8) أن معامل الارتباط البسيط المحسوب للعلاقة بين اليقظة التكنولوجية وبين التكلفة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة موجب ويبلغ (0.988) > (0.70) وهو يعبّر عن علاقة طرديّة جيدة وقوية بين المتغيّرين وقيمته معنويّة. وبالتّالي ونقبل الفرضيّة البديلة الّتي تقول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين التكلفة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

اختبار الفرضيّة الفرعية الثانيّة

الفرضيّة العدم: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين المرونة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

الفرضيّة البديلة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين المرونة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

ولاختبار صحة الفرضية قام الباحث باختبار الارتباط الثنائي بيرسون وفقاً للجدول الآتي:

الجدول (9) Correlations

		اليقظة التكنولوجية	المرونة
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	1	.915**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
المرونة	Pearson Correlation	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

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

يتضح من خلال الجدول (9) أن معامل الارتباط البسيط المحسوب للعلاقة بين اليقظة التكنولوجية وبين المرونة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة موجب ويبلغ (0.915) > (0.70) وهو يعبّر عن علاقة طرديّة جيدة وقوية بين المتغيّرين وقيمته معنويّة.

وبالتّالي نرفض الفرضية العدم للفرضية الفرعية الثانية ونقبل الفرضيّة البديلة الّتي تقول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين المرونة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

اختبار الفرضيّة الفرعية الثالثة

الفرضيّة العدم: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الجودة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

الفرضيّة البديلة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الجودة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

ولاختبار صحة الفرضية قام الباحث باختبار الارتباط الثنائي بيرسون وفقاً للجدول الآتي:

الجدول (10) Correlations

		اليقظة التكنولوجية	الجودة
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	1	.936**
	Sig. (2-tailed)		.000

	N	86	86
الجودة	Pearson Correlation	.936**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

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

يتضح من خلال الجدول (10) أن معامل الارتباط البسيط المحسوب للعلاقة بين اليقظة التكنولوجية وبين الجودة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة موجب ويبلغ (0.936) > (0.70) وهو يعبّر عن علاقة طرديّة جيدة وقوية بين المتغيّرين وقيمته معنويّة.

وبالتّالي نرفض الفرضية العدم للفرضية الفرعية الثانية ونقبل الفرضيّة البديلة الّتي تقول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الجودة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

اختبار الفرضيّة الرئيسة

الفرضيّة العدم: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

الفرضيّة البديلة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

ولاختبار صحة الفرضية قام الباحث باختبار الارتباط الثنائي بيرسون وفقاً للجدول الآتي:

الجدول (11)Correlations

		اليقظة التكنولوجية	الميزة التنافسية
اليقظة التكنولوجية	Pearson Correlation	1	.968**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
الميزة التنافسية	Pearson Correlation	.968**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

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

يتضح من خلال الجدول (11) أن معامل الارتباط البسيط المحسوب للعلاقة بين اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة موجب ويبلغ (0.968) > (0.70) وهو يعبّر عن علاقة طرديّة جيدة وقوية بين المتغيّرين وقيمته معنويّة.

وبالتّالي نرفض الفرضية العدم للفرضية الرئيسة ونقبل الفرضيّة البديلة الّتي تقول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

الاستنتاجات والتّوصيات:

الاستنتاجات

1-يوجد تقييم جيد لتوافر مؤشرات اليقظة التكنولوجية في المصارف المدروسة والمتعلقة برصد المستجدات التكنولوجية من نماذج ونظريات وتجارب، واستخدامها تقنيات تكنولوجية حديثة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء، وسعيها الدائم للحصول عليها، وحرصها على التدريب المستمر للموظفين على التكنولوجيا الحديثة، وقيامها بجمع المعلومات التكنولوجية لاستغلالها في إبداعات تكنولوجية.

2- يوجد تقييم جيد لسيطرة المصارف المدروسة على جميع الإجراءات والعمليات للتحكم بمكونات التكلفة، وتحقيق ميزة تنافسية تتعلق بهيكل التكلفة؛ وتحقيقها وفورات تتعلق بتكلفة التصميم والإنتاج والتسويق.

3- يوجد تقييم جيد لاهتمام المصارف المدروسة بدراسة السوق للتكيف مع التغيرات في الطلب على الخدمات المصرفية، وتعديل العمليات التشغيلية المصرفية بسرعة تتلاءم مع التغيرات في الطلب، وقدرتها على تحقيق رضا عملائها من خلال السرعة في الاستجابة لتغيرات الطلب؛ وتقييم جيد جداً لقدرة المصارف المدروسة على الاستجابة السريعة للتغير في طلب العملاء، وتقديم خدمات جديدة تلبي حاجاتهم الجديدة.

4- يوجد تقييم جيد لاهتمام إدارة المصارف المدروسة بضمان جودة الخدمات المصرفية وفق أسس ومعايير واضحة وموثوقة، واتباعها إجراءات وعمليات رقابية للتشديد على تحقيق الجودة، وتقديمها خدمات مصرفية عالية الجودة تلبي رغبات العملاء وحاجاتهم، وسعيها الدائم إلى شراء التكنولوجيا المصرفية التي تسهم في تحسين الجودة في الأداء، وتطوير أداء العاملين في المصرف بشكل مستمر لضمان الجودة في التعاملات المباشرة مع العملاء.

5-توجد علاقة موجبة وقوية بين اليقظة التكنولوجية وبين التكلفة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

6-توجد علاقة موجبة وقوية بين اليقظة التكنولوجية وبين المرونة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

7-توجد علاقة موجبة وقوية بين اليقظة التكنولوجية وبين الجودة كأحد مؤشرات الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

8-توجد علاقة موجبة وقوية بين اليقظة التكنولوجية وبين الميزة التنافسية في المصارف التجارية السورية الخاصة.

التّوصيات

1- يتوجب على المصارف التجارية السورية الخاصة زيادة الاهتمام بتبني مفهوم اليقظة التكنولوجية من خلال تعزيز هذا المفهوم لدى جميع العاملين في جميع المستويات الإدارية، وتحفيزهم على رصد الإشارات الضعيفة المتعلقة بالتغيرات التكنولوجية المحيطة ببيئة عمل المصارف بحيث تتيح مثل هذه المعلومات الاستباقية استغلال الفرص وتجنب المخاطر والتهديدات الخارجية والتقليل من حالة عدم التأكد.

2- يتوجب على المصارف التجارية السورية الخاصة شراء واستخدام المزيد من التقنيات التكنولوجية الحديثة لتقديم خدمات مصرفية متطورة للعملاء، وحرصها على التدريب المستمر للموظفين على التكنولوجيا الحديثة؛ حيث بدأت المصارف العالمية بالتوجه نحو الخدمات المصرفية الذاتية التي تعتمد على تكنولوجيا عالية التقنية.

3- يتوجب على المصارف التجارية السورية الخاصة الاعتماد على التكنولوجية الحديثة لتعزيز قدرتها في السيطرة على تكلفة العمليات المصرفية إلى أدنى المستويات مع الاحتفاظ بمستوى عالي لجودتها، وهذا يعزز قدرتها على تحقيق ميزة تنافسية، وتحقيقها وفورات اقتصادية تنعكس إيجاباً على الأرباح.

4- يتوجب على المصارف التجارية السورية الخاصة عدم حصر اهتمامها بدراسة السوق المصرفية السورية للتكيف مع التغيرات في الطلب على الخدمات المصرفية؛ بل من المهم دراسة الأسواق العالمية في ظل انفتاح الأسواق وتطور شبكة الانترنت وتقنيات الاتصالات، وينتج عن ذلك ظهور حاجات ورغبات متجددة لدى العملاء القادرين بفضل سهولة الاتصالات اختيار المصارف التي تلبي رغباتهم وتوفر لهم خدمات سريعة وموثوقة بالاعتماد على تقنيات عالية الجودة.

5- يتوجب على المصارف التجارية السورية الخاصة الاهتمام بتطبيق معايير الجودة الشاملة، وتطبيق إجراءات رقابية مشددة على أداء التقنيات المصرفية والعاملين، وصيانة وتطوير التقنيات التكنولوجية لضمان الحفاظ على مستوى الجودة المحقق، والسعي الدائم لتطويره والارتقاء به إلى مستوى أعلى.

6- يتوجب على المصارف التجارية السورية الخاصة الاهتمام باليقظة التكنولوجية لخلق مزايا تنافسية متجددة من خلال رصد المحيط التكنولوجي والعلمي والتغيرات التي تحصل فيه وتحفيز الإبداع والابتكار لدى العاملين، وتتفادى بذلك تقليد المنظمات المنافسة لها.

7- يتوجب على المصارف التجارية السورية الخاصة الاهتمام باليقظة التكنولوجية لخلق مزايا تنافسية متجددة من خلال السيطرة على السوق، ومواجهة المنافسة بالاعتماد على المعلومات المتعلقة بالتكنولوجيا التي يستخدمها المنافسون من حيث الجودة، والنوعية، والسعر.

المراجع :

1- أمينة، بن علي (2018). *دور اليقظة الاستراتيجية في خلق ميزة تنافسية في السوق المستهدف لمؤسسة تيليكوم الجزائر*. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، العدد العاشر، المجلد الأول، 18-29.

2- اللوش، محمد؛ فريد كورتل (2018). *أثر جودة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج*. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 14، العدد 18، 225-242.

3- بخوش، مديحة (2013). *دور استراتيجيات التعويضات في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية للمصارف الجزائرية*. مجلة الباحث، جامعة تبسة ، العدد 12، 152-153.

4-حريز، هشام (2014). *التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية*. الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية: مصر، 111.

5- حمداوي، وسيلة (2009). *جودة الميزة التنافسية في البنوك التجارية*. مديرية النشر الجامعي، قالمة: الجزائر، 137-140.

5- خديجة، بوخريصة (2015). *اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية*. رسالة ماجستير، جامعة وهران: الجزائر، 104-105.

6- داود، فضيلة، حسين إبراهيم (2017). *اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحسين مستوى الخدمات التمريضية: بحث تطبيقي في مستشفى غازي الحريري*. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 96، المجلد 23، 47-65.

7- سحنون، هبة، نوة ثلايجية (2018). *أثر اليقظة الاستراتيجية في دعم الإبداع في المنظمات الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة المواد الدسمة (سيبوس- لابال عنابة)*. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد الثالث والأربعون (2)، 135 - 145.

8- سهيلة، مزيان(2008). *أهمية اليقظة التكنولوجية في تنمية تنافسية المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة موبيليس*. رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم إدارة الأعمال، جامعة الجزائر.

9- شعشاعة، حاتم غازي (2004) . *قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية: فلسطين، 40.

10- عباس، فرحات، أحمد بن خليفة (2017). *مساهمة اليقظة الاستراتيجية في تفعيل الميزة التنافسية في المنظمة الاقتصادية- دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع الوادي*. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، العدد الاقتصادي، 32(02)، 27-38.

11- عبد الحميد، أنس رفعت (2018). *أثر عناصر المزيج التسويقي على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في مصانع البلاستيك الصناعية في عمان*. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن، 36-42.

12- عمر ولد، علوطي لمين (2017). *آليات تطبيق اليقظة الاستراتيجية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية نموذج مقترح 13- دراسة تطبيقية بمؤسسة الإسمنت بالشلف*. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 17، 3-15.

14- محمود، زيد (2017). *اليقظة الاستراتيجية وتأثيرها في النجاح التنظيمي: بحث استطلاعي في شركة الفارس العامة*. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 96، المجلد 23، 203-225.

15- مختارية، علام، بلمقدام أمينة (2017). *الميزة التنافسية في البنوك التجارية: دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية*. رسالة ماجستير، جامعة د. مولاي الطاهر-سعيدة: الجزائر، 45-46.

16- نصيرة، علاوي (2015). *دور اليقظة الاستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة: دراسة حالة مجمع صيدال*. رسالة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد: الجزائر، 32-34.

المراجع الأجنبيّة

17−HADI,FATEMEH ,HABIB EBRAHIMPOUR (2014). *investigating the relationship between technology intelligence and business performance*. Singaporean journal of business economics, and management studies vol.2, no.11, 207-215.

18- DAWOOD, FADHIELA SALMAN, ALI FAKHRI ABBAS(2018). *The Role of Strategic Vigilance in the Operational Performance of the Banking Sector: Field Research in a Sample of Private Banks*. European Journal of Business and Management, Vol.10, No.21, 1-18.

19-ENARSON LIFE :(2006*).Future logistics challenges*. Ed. Compenhagen Busines School press, New York.

20-HEIZER, J.(2006*).operation management*. Six edition, by Pearson education, inc, upper saddle river,new jersey, 106.

21- NURYAKIN, YOGYAKARTA (2018). *competitive advantage and product innovation: key success of batik smes marketing performance in indonesia***.** Academy of Strategic Management Journal, Volume 17, Issue 2, 1-17.

22-RAMRAIKA, BAIJNATH, CFA AND PRASHANT K. TRIVEDI, CFA (2018). *How to Calibrate a Business' Competitive Advantage* Advisor Perspectives, Inc, 1-2

23-VONDEREMBSE. M ET WHITE. G: (2004) .*Operations Management: Concepts, Methods, Strategies.* 4émeEd. McGraw-Hill, USA, 31.

24-WANG, HAIFENG, PENGFEI HAN, WEISHU LIU (2018). *How to Improve Sustainable Competitive Advantage from the Distributor and the Supplier Networks: Evidence from the Paper-Making Industry in China.* Sustainability, 10, 2038; doi:10.3390. 1-13.