

2022

The Effect of Innovation Management on Innovative Climate in State of Kuwait and Bahrain Kingdom

Fawwaz Al-Hammad
FawwazHammad@yahoo.com

Affaf Bogoua
AffafBogoua@yahoo.com

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jpu>



Part of the [Arts and Humanities Commons](#), and the [Social and Behavioral Sciences Commons](#)

Recommended Citation

Al-Hammad, Fawwaz and Bogoua, Affaf (2022) "The Effect of Innovation Management on Innovative Climate in State of Kuwait and Bahrain Kingdom," *Jerash for Research and Studies Journal* مجلة جرش للبحوث والدراسات: Vol. 23: Iss. 1, Article 59.
Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jpu/vol23/iss1/59>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Jerash for Research and Studies Journal مجلة جرش للبحوث والدراسات by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aarj.edu.jo, marah@aarj.edu.jo, u.murad@aarj.edu.jo.

أثر إدارة الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية دراسة مقارنة البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين

فواز الحماد* وعفاف بوغوي**

تاريخ الاستلام 2021/5/30

تاريخ القبول 2021/12/12

ملخص

هدفت الدراسة الى الكشف عن أثر إدارة الابتكار على المناخ الابتكاري من خلال دراسة مقارنة البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لجمع المعلومات من المصادر الرئيسة من الأدبيات المتعلقة بموضوع المناخ الابتكاري وأثره في تحقيق رضا العملاء، كذلك جمع البيانات من المصادر الأولية من خلال تطوير مقياس يخدم أهداف الدراسة، تم توزيعه على أفراد عينة الدراسة، والمتمثلة في (5) بنوك في دولة الكويت وكذلك في مملكة البحرين، وبعد تحليل بيانات الدراسة تم التوصل الى: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الابتكار على المناخ الابتكاري، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين إدارة الابتكار والمناخ الابتكاري في دولة الكويت ومملكة البحرين على حد سواء، كما وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر المنطقة في جميع المجالات وفي الدرجة الكلية وجاءت الفروق لصالح البحرين، واوصت الدراسة بضرورة البحث عن برنامج تدريبية لتطوير موظفيها للقيام بأعمالهم على أكمل وجه، وبتقديم طرق وتكنولوجيا جديدة لتسهيل تقديم الخدمة للعملاء، وكذلك استفادة البنوك التجارية في دولة الكويت من عمل البنوك التجارية في مملكة البحرين، وأخيرا ضرورة استفادة البنوك التجارية في دولة الكويت من عمل البنوك التجارية في مملكة البحرين لتحقيق درجات ممارسة أعلى فيما يخص إدارة الابتكار لما هو متوقع انعكاسه على المناخ الابتكار في العمل والذي سيؤثر على أداء العمل ككل.

الكلمات المفتاحية: إدارة الابتكار، المناخ الابتكاري، البنوك التجارية، دولة الكويت، مملكة البحرين.

© جميع الحقوق محفوظة لجامعة جرش 2022.

* مكتب وزير الدولة لشئون مجلس الوزراء، الكويت.

** جامعة الخليج العربي، مملكة البحرين.

The Effect of Innovation Management on Innovative Climate in State of Kuwait and Bahrain Kingdom

Fawwaz Al-Hammad, *Office of the Minister of State for Cabinet Affairs, Kuwait.*

Affaf Bogoua, *Arabian Gulf University, Kingdom of Bahrain.*

Abstract

The study aimed to explain the innovation management effect on innovative climate in commercial Kuwaiti and Bahraini banks, the study had used the analytical survey descriptive method that help collected the data from resources through questionnaire distributed on population study. The sample study represented in (5) Kuwaiti banks, same Bahraini banks, after analysis the data the study achieved to:

There is effect for innovation management on innovative climate, meaning correlation between the the study variable, also there are statistically significant differences refer to the region in all study fields favor to Bahrain kingdom. so the study recommended the importance searching about training program to develop the employees, and enhancing new technology tools to Provide service facilitate to customers, finally leaning Commercial banks in the State of Kuwait from the work of commercial banks in the Kingdom of Bahrain to achieve higher levels of practice of innovation management, which is expected to reflect on the innovation climate at work, which will affect the performance of the work as a whole.

Keywords: Innovation management, Innovative climate, Commercial Banks State of Kuwait, Bahrain kingdom.

المقدمة:

نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة التي شهدتها الاقتصاديات المعاصرة، تغيرت أسس الحكم الخاصة بنجاح المنظمات، بحيث أصبحت المنظمات بشتى أنواعها تسعى لاكتساب أكبر قدر ممكن من المعرفة التي تقودها إلى الابتكار والتميز في قطاعها، ويعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات الاقتصادية الساعية للتميز عبر سعيها الحثيث للحصول على المعرفة والابتكار⁽¹⁾، ففي بيئة الأعمال المتسمة بالديناميكية والتنافسية المستمرة اليوم، تتعرض المنظمات لتحديات شديدة في سعيها لتلبية احتياجات السوق والعملاء وتحقيق أهدافها، وفي هذا الصدد يكتسب الابتكار أهمية بارزة، كوسيلة للتعامل مع هذه البيئة والحفاظ على الأداء والنمو، حيث يعتبر الابتكار مفتاحاً هاماً للمنظمة من أجل ضمان بقائها ونموها على المدى الطويل⁽²⁾.

حيث يُشير الابتكار إلى تجسيد أو دمج أو توليف المعرفة في المنتجات أو العمليات أو الخدمات الأصلية للحصول على أمور جديدة⁽³⁾، إذ لا يُشير الابتكار إلى الإتيان بما لم يُسبق إليه حصراً، وإنما يتسع ليشمل أي عمل يبرز فيه الجهد الذهني أو الطابع الشخصي للمبتكر، فالابتكار قدرة عقلية يحاول فيها الإنسان أن يُنتج (فكرة، وسيلة، أداة، طريقة، منتج... الخ) لم تكن موجودة من قبل، أو تطوير رئيسي لما هو موجود من قبل، بما يُحقق نفعاً ما⁽⁴⁾، وبحسب⁽⁵⁾ (Naveed, Akhtar & Cheema)، فإن الابتكار أو الإبداع ما هما إلا إنتاج منتج جديد أو إنشاء وتنفيذ عملية جديدة من خلال أفكار جديدة، تحقق منفعة أو الحصول على ميزة تنافسية أو قدرة مستدامة أو تحسين كفاءة المنظمة، وكذلك الحصول على رضا العملاء.

تُعد إدارة الابتكار أو ما تُعرف بالابتكار الإداري أحد أنواع الابتكار، إذ أن للابتكار أنواع عدة بحسب الزاوية أو المنظار الذي يُنظر من خلاله إلى الابتكار. تستدعي الحاجة بداية إلى التعريف بهذه الأنواع، وصولاً إلى التعريف بالابتكار الإداري. فمن المنظور الفردي-الجماعي فإن، للابتكار ثلاثة أصناف هي:

- الابتكار الفردي: هو الذي يتوصل إليه الفرد، حيث تتوفر القدرات الإبداعية- الابتكارية لدى عدد من الأفراد، لكن التعبير عنها في سلوك ابتكاري ينحصر في قلة عددية وهذه المسألة تتوقف على شروط نفسية واجتماعية معينة ومتداخلة كمستوى الذكاء والشخصية والسياس الاجتماعي الذي يشمل الأسرة والمدرسة والجماعة غير الرسمية، والنظام القيمي والقاعدة الثقافية وغيرها من العوامل التي تؤثر على الفرد لتحفزه وتدفعه للتعبير عن ابتكاره.
- الابتكار الجماعي: هو الذي يتم التوصل إليه من قبل الجماعة -قسم، دائرة، لجنة- واعتماداً على خاصية التدافع، فإن هذا الابتكار الجماعي يفوق كثيراً مجموعة الابتكارات الفردية لأعضاء وذلك نتيجة التفاعل فيما بينهم وتبادل الرأي والخبرة ومساعدة بعضهم البعض.
- الابتكار المنظمي: وهو أسلوب العمل الدائم والمستمر للمنظمات الذي تتبعه للبقاء والازدهار من خلال الابتكار، والذي يتحقق بتوافر عدد من الشروط منها ضرورة إدراك أن الابتكار والريادة تحتاج إلى أشخاص ذوي تفكير عميق، وضرورة تعلم حل المشكلات بصورة ابتكارية، وضرورة تنمية المهارات والقدرات الإبداعية في إيجاد وحل المشكلات، وضرورة تنمية المهارات الإبداعية بشكل عام⁽⁶⁾.

وان الابتكار فانه يحتاج للمناخ الابتكاري للحصول على مناخ داعم ومحفز للابتكار ويكون قادر على ابتكار منتجات او خدمات تتفق مع حاجة العملاء وسياسات المنظمة التي تسعى الى تحقيقها، فوجود المناخ الابتكاري بدون مقومات تضمن استمراريته يكون عمل قصير المدى وغير قابل للإستدامة، وان المناخ الموجود هو العامل المهم في تحفيز العاملون على العمل فيجب

ان تنعكس السياسة العامة في المنظمة الى تبني مناخ ابتكاري قائم على تحفيز الابتكار الموجود في المنظمة الذي مصدره هو العاملين بغض النظر عن وجودهم كافراد مستقلين او فرق العمل، وهناك عدة ابعاد للحصول على مناخ داعم ومحفز للابتكار ويكون قادر على ابتكار منتجات او خدمات تتفق مع حاجة العملاء وسياسات المنظمة التي تسعى الى تحقيقها، فوجود المناخ الابتكاري بدون مقومات تضمن استمراريته يكون عمل قصير المدى وغير قابل للاستدامة وحتى لن يكون قادر على خلق ابتكار يتفق مع الاعمال المرجوة داخل المنظمة خصوصا بعيدة المدى، والتالي هي أهم مقومات المناخ الابتكاري: الرؤية. المشاركة الآمنة. توجيه المهمة. دعم الابتكار⁽⁷⁾.

ولذلك يجب أن يكون المناخ الابتكاري شامل لكل جوانب المنظمة من افراد وقيادة، ذلك لان المناخ التنظيمي موجود بكل اطراف المنظمة وان وجوده هو انعكاس للواقع الموجود، وهو قادر على ان يخلق ما تم وضعه لاجله، والمناخ التنظيمي لفرق العمل موازي للمناخ التنظيمي للأفراد فيجب ان يقوم بتوجيه فرق العمل نحو الابتكار وتحقيقه من خلال ممارسة فرق العمل لآعمالهم من خلال هامش حركة ومقومات خلق الابتكار في عملهم، وان دور القيادة في المناخ الابتكاري تقوم على تشجيع الابتكار من خلال رؤية مشتركة تكون تم تعريفها بشكل واضح وتزود العاملين بتشجيع نحو العمل، وان تكون هنالك حرية في المشاركة في القرارات دون الخوف من الوقوع في الاحراجات نتيجة وجود ممارسات عنصرية تضر بالافكار التي من الممكن إبداءها، وتوجيه مهمات الأفراد بما يتناسب مع طبيعة المرحلة الابتكارية ومع ما يتطلبه عمل المنظمة، وأخيرا من خلال تقديم الدعم من قبل قيادة المنظمة للعاملين ولفرق العمل لتقديم وتطوير اساليب جديدة للقيام بالاعمال، ويمكن الاضافة من خلال ان هنالك بعض المؤلفين اعتمدوا ثلاث مؤشرات للمناخ الابتكاري من خلال القيادة وفرق العمل والثقافة الموجودة، الا انه ويمكن القول ان كل المؤشرات سواء باعتماد العاملين او الثقافة ان الامر مرهون في قيام العاملين بالتوجه نحو الابتكار وابتكار اساليب جديدة لتطوير العمل سواء من خلال قيامهم بشكل فردي او من خلال مجموعات وفرق العمل⁽⁸⁾، لما تقدم ان الدراسة تقوم على التعرف على أثر إدارة الابتكار على المناخ الابتكاري كدراسة مقارنة بين دولة الكويت ومملكة البحرين.

مشكلة الدراسة:

إن البنوك كغيرها من منظمات الأعمال دائمة السعي لتقديم خدمات قادرة على تحقيق رضا العملاء، بغية استمراريته وقدرتها على المنافسة بما يُعظم حصتها السوقية، في بيئة أعمال سُمّتها المعرفة على النحو الذي بات متعارف عليه بين جمهور رجال الأعمال والباحثين، بأن العصر الذي نعيشه اليوم هو عصر المعرفة، بمعنى أن المعرفة هي المرتكز الأساسي للاستمرار والتقدم لمنظمات الأعمال، إلا أن المعرفة بحد ذاتها غير كافية.

إلا أن إشكالية الدراسة الحالية تظهر من خلال غياب الدراسات العلمية المختصة التي تختص في قياس أثر إدارة الابتكار في المناخ الابتكاري في القطاع المصرفي، حيث أن هناك بعض الدراسات التي سعت إلى اختبار أثر الابتكار على متغيرات أخرى غير المناخ الابتكاري، كمتغير الميزة التنافسية، كدراسة⁽⁹⁾ (الفريحات، 2013) التي أثبتت وجود مستوى متوسط من اهتمام البنوك التجارية بالابتكار، مع وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الابتكار وتحقيق رضا العملاء، ودراسة⁽¹⁰⁾ (محمد، 2013) التي أظهرت وجود أثر إيجابي للمناخ الابتكاري التسويقي على رضا العملاء عن جودة الخدمة المصرفية، ودراسة⁽¹¹⁾ (رقيق، 2016) التي بينت وجود أثر إيجابي للابتكار التسويقي على جودة الخدمات المصرفية.

فجميع تلك الدراسات أثبتت أهمية عنصر الابتكار في تحقيق جملة من الأهداف، كالميزة التنافسية، ورضا العملاء، في عدد من قطاعات الأعمال، وهو الأمر الذي أثار حفيظة الباحث للسعي إلى البحث عن مدى تكريس وتطبيق قطاع البنوك لإدارة الابتكار، ومن ثم البحث عن مدى وجود أثر لتلك الإدارة على خلق مناخ ابتكاري للتميز في الخدمات التي يقدمها قطاع البنوك، وذلك لأهمية عنصر الابتكار في تحقيق أهداف تلك المنظمات الذي يمكن أن ينتجها المناخ الابتكاري،

وعليه تكمن مشكلة الدراسة في مدى تطبيق إدارة الابتكار وقدرتها في التأثير على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية بدراسة مقارنة بين دولة الكويت ومملكة البحرين، ولذا تصاغ مشكلة الدراسة بصيغة السؤال الرئيس الآتي: هل يوجد أثر لإدارة الابتكار في المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \geq 0.05$)

لإدارة الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة

البحرين؟ ويتفرع منها الفرضيات التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \geq 0.05$) للأفراد

المبتكرون على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \geq 0.05$) للابتكار

التقني على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \geq 0.05$) لأثر

لعمليات الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) للخدمة المبتكرة على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أوجه شبه وخلاف ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟

أهمية الدراسة:

تقدم الدراسة مادة علمية منظمة توضيح ماهية الابتكار وتميزه عن بعض المصطلحات المشابهة، كالتجديد، والتطوير، والإبداع، كما تبين الدراسة ماهية إدارة الابتكار وعناصرها، حيث أن هناك جدل أكاديمي حول تحديد مفهوم الابتكار للدرجة التي ينعتها البعض بالإبداع، كما وهناك شبه عدم اتفاق على تحديد عناصر إدارة الابتكار نتيجة الخلط بين الابتكار والإبداع، كما أشار إلى ذلك كل من (قنديل، 2010)⁽¹²⁾ و(خصاونة، 2011)⁽¹³⁾، ومن ناحية أخرى توضح الدراسة ماهية المناخ الابتكاري وأهميته للمنظمات، لاسيما للمنظمات المصرفية كالبنوك.

تكشف الدراسة الحالية لجميع المعنيين من باحثين ومختصين وإداريين وعاملين في مؤسسات مجتمع الدراسة، وصناع القرار الاقتصادي، مستويات تطبيق البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، لإدارة الابتكار بعناصرها المختلفة، ومن ثم تكشف عن أثر إدارة الابتكار المناخ الابتكاري، لتكون نتائج الدراسة أكثر دقة وموضوعية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة الأهداف الآتية:

1. التعرف على مستوى تطبيق إدارة الابتكار (الأفراد المبتكرون، الابتكار التقني، عمليات الابتكار، والخدمة المبتكرة) في البنوك التجارية بدولة الكويت ومملكة البحرين.
2. الكشف عن أثر إدارة الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين.
3. الكشف عن أوجه شبه والخلاف بين البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

- الابتكار: نمط من التفكير الذي يهدف دائماً إلى التطوير والتجديد، للتوصل إلى شيء جديد أو فكرة جديدة أو ممارسة جديدة أو نظرية أو مزج بين عناصر موجودة بطريقة

جديدة لتكوين نسق جديد منها، شريطة أن يكون ذلك ذو نفع⁽¹⁴⁾، وإجرائياً يُعرف الابتكار بأنه جملة التجديدات والتطورات التي تستحدثها البنوك التجارية لخدماتها.

- **إدارة الابتكار:** هي مجموعة الأنشطة أو العمليات الإدارية التي تحقق مِيز للمنظمة تجعلها قادرة على تحقيق تنافسياتها وأهدافها⁽¹⁵⁾، وإجرائياً تعرف إدارة الابتكار بأنها جملة عمليات إدارة الابتكار التي تطبقها البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، وتشمل:

- **الفرد المبتكر:** هو الشخص الذي يتميز بخصائص فريدة من أهمها قبول التحديات- الاستمتاع بمواقف عدم التأكد والتعقد، أي المواقف الغامضة والانفتاح عليها، وقبول الأفكار من الغير وحب الاستكشاف والاستطلاع والقدرة على رؤية الموضوعات من زوايا ووجهات نظر مختلفة، إلى جانب المرونة أي القدرة على التنوع⁽¹⁶⁾، وإجرائياً يُمكن تعريف الفرد المبتكر بأنه الفرد العامل في البنوك التجارية الذي يتميز بخصائص ما تجعله قادراً على الابتكار.

- **الابتكار التقني:** هي مجموعة الأدوات والمعدات والبرمجيات التقنية، وجملة طرائق ومنهجيات التفكير والبحث المستخدمة من قبل المبتكرين، لتمكنهم من الوصول إلى أفكار ابتكارية وتحويلها إلى واقع ملموس⁽¹⁷⁾، وإجرائياً يمكن تعريف الابتكار التقني بأنها جملة الأساليب والتكنولوجيا المستخدمة في عمليات إدارة الابتكار، المُطبقة في البنوك التجارية بدولة الكويت ومملكة البحرين.

- **المناخ الابتكاري:** هي البيئة المحيطة بالفرد المُبتكر التي تحفزه للابتكار وتجعل منه فرداً مبتكراً⁽¹⁸⁾، وإجرائياً يمكن تعريف المناخ الابتكاري بأنه جو أو بيئة العمل الابتكارية التي توفرها البنوك التجارية لموظفيها المبتكرين.

- **عمليات الابتكار:** هي مجموعة الأنشطة التنظيمية والعملية التي تمارسها المنظمات لتنفيذ الأفكار الابتكارية إلى منتجات أو خدمات مُبتكرة، فهي مجموعة الأنشطة التي تقوم باستقبال ومعالجة وتشغيل المدخلات الابتكارية (الأفكار) لتحويلها إلى مخرجات مبتكرة (منتجات أو خدمات)⁽¹⁹⁾، وتعرف إجرائياً بأنه جملة الأنشطة التي تنتهجها البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين لتحويل الأفكار الابتكارية إلى خدمات مُبتكرة.

- **المنتج أو الخدمة الابتكارية:** هي مخرجات النظام الابتكاري والمتمثلة بشكل منتج أو خدمة يتحقق فيها معنى الابتكار⁽²⁰⁾. وتعرف إجرائياً بأنها الخدمات المبتكرة التي تبتكرها البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين.

الدراسات السابقة:

جاءت دراسة (Sanchez, Lago, Ferras & Ribera, 2011)⁽²¹⁾ هدفت للتعرف على علاقة ممارسات إدارة الابتكار بتحقيق النمو والربحية لمنظمات صناعة الالكترونيات عالية التقنية في اسبانيا والبرتغال، ومن ثم جرى تتبع القيم الكمية لمؤشرات النمو والربحية لتلك المنظمات لسبعة سنوات خلال الفترة (1999-2006)، ومقابلة عدد من الاستشاريين في تلك الشركات، وبعد تحليل البيانات، أظهرت النتائج عدم وجود أثر لممارسات إدارة الابتكار على نمو وربحية الشركات على المدى الطويل، أما على المدى المتوسط فقد تبين وجود أثر ايجابي لممارسات إدارة الابتكار على تعزيز نمو وربحية الشركات، وعلى ضوء ذلك توصي الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات إدارة الابتكار في تلك الشركات، بالإضافة إلى إجراء الدراسات المسحية في هذا الشأن.

اما دراسة (Simon & Yaya, 2012)⁽²²⁾ هدفت للتعرف على ضرورات تحقيق الابتكار في الخدمة لتحقيق جودتها، وأثر ذلك على رضا العملاء لعدد من شركات قطاع المعلوماتية في اسبانيا، وبعد التحليل أظهرت النتائج أن الوصول إلى خدمة مبتكرة يستوجب التعرف على احتياجات وتوقعات العملاء، وتوفير أساليب وتكنولوجيات مناسبة، كما تبين وجود أثر للخدمة المبتكرة على تحقيق جودة الخدمات، وعليه توصي الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات الابتكار في منظمات الأعمال.

وان دراسة (Danjuma & Rasli, 2012)⁽²³⁾ هدفت للتعرف على الخدمة المبتكرة وآثارها على جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسية في سوق التعليم العالي في ماليزيا، حيث جرى مراجعة أبرز ما جاء في الأدبيات والدراسات السابقة حول هذا الموضوع، فأظهرت النتائج أن وجود الخدمة المبتكرة يعتمد على مدى قدرة الجامعات على إيجاد بيئة ابتكارية محفزة تتضمن أفراداً مبتكرين وتنمية ميولهم الابتكارية، كما تبين أن الابتكار يؤثر بشكل ايجابي على أبعاد جودة الخدمة، مما يؤدي إلى تحقيق رضا العملاء، وعلى ضوء ذلك توصي الدراسة بإجراء دراسات مسحية لقياس العلاقة بين الخدمة المبتكرة وقدرتها على تحقيق رضا العملاء.

وقد جاءت دراسة (الفريجات، 2013)⁽²⁴⁾ تهدف للتعرف على مستوى الابتكار في الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك التجارية الأردنية وعلاقته بتحقيق الميزة التنافسية، وبعد تحليل بيانات الدراسة أظهرت النتائج وجود مستوى متوسط من اهتمام البنوك التجارية بالابتكار، كما تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار والميزة التنافسية، وعلى ضوء ذلك أوصت الدراسة إلى ضرورة تعزيز مستويات الابتكار في البنوك التجارية.

كما وجاءت دراسة (Yaslioglu, Caliskan & Sap, 2013)⁽²⁵⁾ هدفت للتعرف على دور الابتكار في الخدمات والعمليات والممارسات الإدارية على قيم العملاء، وبعد تحليل الإجابات

أظهرت الدراسة أن للابتكار في الخدمات والعمليات والممارسات الإدارية دور إيجابي في رفع قيم العملاء الإيجابية نحو جملة الخدمات التي تقدمها الشركات، ولذلك أوصت الدراسة بضرورة العمل على تطوير ممارسات الابتكار في تلك الشركات.

في حين دراسة (Abdel Razek & Alsanad, 2015)⁽²⁶⁾ هدفت إلى تقييم إدارة الابتكار التقني في أحد البتروكيماويات في السعودية، وبعد التحليل أظهرت النتائج أن الشركة السعودية تتمتع بالالتزام والتأييد للابتكار من الإدارة العليا، كما تمتاز الشركة بمرونة نظام الابتكار، وتبين أن الشركة السعودية أفضل من شركة "جيزهو ويبي" الصينية في محور العمليات، وأفضل من شركة "أرينوس" البرازيلية في محاور الارتباط والتعليم.

وهدف دراسة (شيخي، 2016)⁽²⁷⁾ للتعرف على أهم التوجهات الحديثة للمصارف العربية في ظل الإبداع والابتكار المصرفي، مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، فأظهرت النتائج أن المستجدات والتطورات العالمية التي شهدتها البيئة المصرفية هي التي أجبرت المصارف لتبني استراتيجيات مصرفية جديدة منها استراتيجيات الابتكار، كما تبين أن الأنظمة المصرفية العربية وعلى وجه التحديد النظام المصرفي الجزائري، ما تزال تعاني من العديد من التحديات التي تشكل عقبات أمام أدائه وتبنيه لاستراتيجيات الابتكار.

كما وان دراسة (Foroudi, Jin, Gupta, Melewar & Foroudi, 2016)⁽²⁸⁾ هدفت للتعرف على تأثير القدرة على الابتكار وتجربة العملاء في إيجاد السمعة والولاء في بريطانيا، وبعد التحليل أظهرت النتائج أن القدرة على الابتكار تؤثر على سمعة المنظمة وولاء العميل اتجاهها، بحيث تزيد من ولاء العميل للمنظمة، ولذلك توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بعنصر الابتكار لتحقيق سمعة جيدة للمنظمة لدى العميل، ومن ثم كسب ولائه.

وهدف دراسة (Ashok, Day & Narula, 2017)⁽²⁹⁾ الدراسة للتعرف على أثر عمليات الابتكار على رضا العملاء لشركات خدمات تكنولوجيا المعلومات في بريطانيا، وأظهرت النتائج عدم وجود أثر لعمليات الابتكار على رضا العملاء، حيث يرتبط رضا العملاء بمتغيرات أخرى، كطريقة التعامل، وتقديم الخدمات، ومستوى استياء العملاء من تلك المعاملة، وأوصت الدراسة بضرورة إجراء دراسات مسحية للتعرف على أثر عمليات الابتكار على رضا العملاء، والعوامل الدخيلة التي تدخل في العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء.

في حين جاءت دراسة (Li, Ya, 2020)⁽³⁰⁾ والتي هدفت للتعرف على طريقة إدارة الابتكار في الفنادق بالمدن السياحية في الصين، وجاءت من خلال دراسة أنماط الابتكار التي يقوم بها المنتج، بتحليل مزايا وعيوب الفنادق الساحلية، وتحليل SWOT، وتوصلت إلى: أن الفنادق الساحلية تقوم على تحسين مستوى إدارة الفنادق وتقوية القدرة التنافسية الأساسية مع الابتكار

المُستمر لتلبية الإحتياجات المتنوعة للسياح إلى أقصى حد، لما سيحقق التطور المستقر والصحي للفندق، وأوصت الدراسة: بضرورة وضع منصة لإدارة رأس المال البشري في قسم الإستقبال للفنادق الساحلية من خلال بناء نموذج إداري مُبتكَر يُمكِن الفنادق من تعزيز قدرتها التنافسية الأساسية مثل: تحسين نظام الإدارة، تعزيز إدارة الموارد البشرية، وتحسين جودة الخدمة، والتي سوف تعزز التنمية المُستدامة للفندق.

واخيرا هدفت دراسة (Reshetnikova, Marina, 2020)⁽³¹⁾ لتحليل سوق رأس المال الإستثماري الصيني من خلال دراسة تحليلية تقوم على البيانات الكمية لدراسة الوضع الحالي وتقييم واقع السوق من خلال إدارة الابتكار بسبب ما يُعانيه السوق الإستثماري في الصين؛ بسبب سرعة النمو والذي يتوقع أن يتسبب بمشاكل تؤدي بأثر سلبي على البيئة الإستثمارية بالشكل العام، وتم الكشف على أن الابتكار السريع في الصين أدى إلى نمو إستثمارات رأس المال الإستثماري الذي بدأ في عام (2014)، وتوصلت الدراسة إلى: أن الابتكارات ساعدت في تقدم الإقتصاد الصيني ورافقه تحسُن في نوعية حياة الصينيين، وأوصت: بضرورة الإهتمام بإدارة الابتكار في كل مجالات الإستثمار في السوق الصيني.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- سعت بعض الدراسات للتعرف على بعض العوامل المؤثرة على إدارة الابتكار، كأثر الذكاء التسويقي على الابتكار وجودة الخدمات المصرفية، او أثر الابتكار التسويقي، كما جاءت دراسات سابقة للتعرف على أثر الابتكار على عدد من المتغيرات -غير المناخ الابتكاري- من خلال دراستها في منظمات غير مصرفية.
- في حين استخدمت الدراسات السابقة منهجيات مختلفة عن المنهجية التي تستخدمها الدراسة الحالية، في سعيها لتحقيق أهدافها، فمثلاً استخدمت بعض الدراسات المنهج الوصفي دون التحليلي في حين استخدمت دراسات أخرى المنهج الوصفي التحليلي الكمي وحتى الدراسات التي استخدمت المنهج التحليلي الوصفي فتختلف مع الدراسة الحالية في اختلاف مجتمع التطبيق.

منهجية الدراسة:

حيث قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي المسحي لجمع المعلومات من المصادر الرئيسة من الأدبيات المتعلقة بموضوع المناخ الابتكاري وأثره في تحقيق رضا العملاء، كذلك جمع البيانات من المصادر الأولية من خلال تطوير مقياس يخدم أهداف الدراسة، تم توزيعه على أفراد مجتمع الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة: يتحدد مجتمع الدراسة الحالية بالبنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، وتمثلت عينة الدراسة بـ (5) بنوك في دولة الكويت بنسبة 28% وعدد (5) بنوك في مملكة البحرين بنسبة 25%، تم توزيعها في البنوك وهي لموظفي خدمة العملاء ولإدارة الموارد البشرية بشكل شامل. وتعتبر هذه النسبة ملائمة لغايات الدراسة.

الجدول (1): عينة الدراسة

البنوك التجارية من دولة الكويت	البنوك التجارية من مملكة البحرين
بنك الكويت الوطني	بنك المستقبل
بنك برقان	بنك البحرين والكويت
بنك التمويل الكويتي	البنك الاهلي المتحد
بنك بوبيان	بنك الخليج المتحد
بنك وره	بنك البركة

طرق جمع البيانات:

وسائل جمع البيانات الثانوية

تم الحصول على البيانات الثانوية من خلال مراجعة الباحث للأدبيات من الكتب والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

وسائل جمع البيانات الأولية

لقد قام الباحث بتطوير مقياس لإدارة الابتكار وأثره في المناخ الابتكاري.

وقد اشتمل مقياس الدراسة على محورين، وهي:

المحور الأول من المقياس فقرات إدارة الابتكار.

المحور الثاني من المقياس على فقرات المناخ الابتكاري.

صدق أداة الدراسة:

للتأكد من صدق الاستبانة تم عرضها على مجموعة من المحكمين، وذلك للتأكد من الصدق الظاهري لمقياس الدراسة وسلامة صياغته، وقد تم تعديله في ضوء ملاحظات المحكمين.

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات الأداة، تم حساب الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول أدناه يبين هذه المعاملات، واعتبرت هذه النسب مناسبة لغايات هذه الدراسة.

الجدول (2): معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا

المجالات	الاتساق الداخلي
الأفراد المبتكرون	0.71
الابتكار التقني	0.79
العمليات الابتكارية	0.75
المنتجات الابتكارية	0.73
إدارة الابتكار	0.93
قيادة المنظمة	0.73
ثقافة المنظمة	0.74
فرق العمل	0.77
المناخ الابتكاري	0.91

اختبار فرضيات الدراسة:

إختبار الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \geq 0.05$) لإدارة الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟

ولاختبار الفرضية الرئيسية، فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، لأثر إدارة الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (3): نتائج الانحدار الخطي البسيط لأثر إدارة الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig. t الدلالة الاحصائية	T المحسوبة	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig. F الدلالة الاحصائية	درجات الحرية DF	F المحسوبة	2R معامل التحديد	R معامل الارتباط	
.000	35.187	.027	.950	إدارة الابتكار	.000	1	1238.129	.874	.935	المناخ الابتكاري

وتشير النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الابتكار على المناخ الابتكاري، حيث بلغ معامل الارتباط $R (0.935)$ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين إدارة الابتكار والمناخ الابتكاري وقد ظهر أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغ (0.874) مما يشير إلى أن إدارة الابتكار فسرت ما نسبته 87.4% من التباين الحاصل في المناخ الابتكاري، كما بلغت قيمة $F 1238.129$ عند مستوى ثقة تساوي 0.000 وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى دلالة $(\alpha < 0.05)$.

ويظهر من جدول المعاملات أن قيم (B) لإدارة الابتكار قد بلغت (0.95) وأن قيمة (t) كانت (35.187) وبدلالة إحصائية بلغت (0.000) مما يشير إلى أن هذا الأثر معنوي.

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ للأفراد المبتكرون على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟.

ولاختبار الفرضية الفرعية الأولى، فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، لأثر الأفراد المبتكرون على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (4): نتائج الانحدار الخطي البسيط لأثر الأفراد المبتكرون على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig. t الدلالة الاحصائية	T المحسوبة	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig. F الدلالة الاحصائية	درجات الحرية DF	F المحسوبة	2R معامل التحديد	R معامل الارتباط	
.000	22.703	.037	.845	الأفراد المبتكرون	.000	1	515.425	.742	.862	المناخ الابتكاري

وتشير النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأفراد المبتكرون على المناخ الابتكاري، حيث بلغ معامل الارتباط R (0.862) مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الأفراد المبتكرون والمناخ الابتكاري وقد ظهر أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغ (0.742) مما يشير إلى أن الأفراد المبتكرون فسروا ما نسبته 74.2% من التباين الحاصل في المناخ الابتكاري، كما بلغت قيمة F 515.425 عند مستوى ثقة تساوي 0.000 وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$).

ويظهر من جدول المعاملات أن قيم (B) للأفراد المبتكرون قد بلغت (0.845) وأن قيمة (t) كانت (22.703) وبدلالة إحصائية بلغت (0.000) مما يشير إلى أن هذا الأثر معنوي.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) للإبتكار التقني على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟.

ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية، فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، لأثر الابتكار التقني على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (5): نتائج الانحدار الخطي البسيط لأثر الابتكار التقني على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig. t الدلالة الاحصائية	T المحسوبة	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig. F الدلالة الاحصائية	درجات الحرية DF	F المحسوبة	2R معامل التحديد	R معامل الارتباط	
.000	25.316	.033	.839	الابتكار التقني	.000	1	640.912	.782	.884	المناخ الابتكاري

وتشير النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار التقني على المناخ الابتكاري، حيث بلغ معامل الارتباط $R (0.884)$ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الابتكار التقني والمناخ الابتكاري وقد ظهر أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغ (0.782) مما يشير إلى أن الابتكار التقني يفسر ما نسبته 78.2% من التباين الحاصل في المناخ الابتكاري، كما بلغت قيمة $F 640.912$ عند مستوى ثقة تساوي 0.000 وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى دلالة $(\alpha < 0.05)$.

ويظهر من جدول المعاملات أن قيم (B) للابتكار التقني قد بلغت (0.839) وأن قيمة (t) كانت (25.316) وبدلالة إحصائية بلغت (0.000) مما يشير إلى أن هذا الأثر معنوي.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ لأثر عمليات الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟.

ولاختبار الفرضية الفرعية الثالثة، فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، لأثر عمليات الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (6): نتائج الانحدار الخطي البسيط لأثر عمليات الابتكار على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig. t الدلالة الاحصائية	T المحسوبة	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig. F الدلالة الاحصائية	درجات الحرية DF	F المحسوبة	2R معامل التحديد	R معامل الارتباط	
.000	23.907	.033	.801	العمليات الابتكارية	.000	1	571.564	.762	.873	المناخ الابتكاري

وتشير النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للعمليات الابتكارية على المناخ الابتكاري، حيث بلغ معامل الارتباط R (0.873) مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين العمليات الابتكارية والمناخ الابتكاري وقد ظهر أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغ (0.762) مما يشير إلى أن العمليات الابتكارية فسرت ما نسبته 76.2% من التباين الحاصل في المناخ الابتكاري، كما بلغت قيمة F 571.564 عند مستوى ثقة تساوي 0.000 وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$).

ويظهر من جدول المعاملات أن قيم (B) للعمليات الابتكارية قد بلغت (0.801) وأن قيمة (t) كانت (23.907) وبدلالة إحصائية بلغت (0.000) مما يشير إلى أن هذا الأثر معنوي.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) للخدمة المبتكرة على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟.

ولاختبار الفرضية الفرعية الرابعة، فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، لأثر الخدمة المبتكرة على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (7): نتائج الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمة المبتكرة على المناخ الابتكاري في البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig. t الدلالة الاحصائية	T المحسوبة	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig. F الدلالة الاحصائية	درجات الحرية DF	F المحسوبة	2R معامل التحديد	R معامل الارتباط	
.000	25.771	.033	.859	المنتجات الابتكارية	.000	1	664.129	.788	.888	المناخ الابتكاري

وتشير النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمنتجات الابتكارية على المناخ الابتكاري، حيث بلغ معامل الارتباط R (0.888) مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المنتجات الابتكارية والمناخ الابتكاري وقد ظهر أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغ (0.788) مما يشير إلى أن المنتجات الابتكارية فسرت ما نسبته 78.8% من التباين الحاصل في المناخ الابتكاري، كما بلغت قيمة F 664.129 عند مستوى ثقة تساوي 0.000 وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$).

ويظهر من جدول المعاملات أن قيم (B) للمنتجات الابتكارية قد بلغت (0.859) وأن قيمة (t) كانت (25.771) وبدلالة إحصائية بلغت (0.000) مما يشير إلى أن هذا الأثر معنوي.

إختبار الفرضية الرئيسية الثانية: الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أوجه شبه وخلاف ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين البنوك التجارية في دولة الكويت ومملكة البحرين؟

للتحقق من صحة الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة حسب متغير المنطقة، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار "ت"، والجدول أدناه توضح ذلك.

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر المنطقة على متغيرات الدراسة

الدرجة	الحرية	القيمة	الانحراف	المتوسط	العدد		
الإحصائية	الحرية	"ت"	المعياري	الحسابي			
.000	179	23.679	.328	3.89	91	البحرين	الأفراد المبتكرون
			.355	2.69	90	الكويت	
.000	179	24.122	.347	3.99	91	البحرين	الابتكار التقني
			.349	2.74	90	الكويت	
.000	179	24.969	.345	3.83	91	البحرين	العمليات الابتكارية
			.356	2.53	90	الكويت	
.000	179	25.222	.330	3.89	91	البحرين	المنتجات الابتكارية
			.330	2.65	90	الكويت	
.000	179	35.530	.244	3.90	91	البحرين	إدارة الابتكار
			.228	2.65	90	الكويت	
.000	179	25.028	.290	3.98	91	البحرين	قيادة المنظمة
			.389	2.70	90	الكويت	
.000	179	24.022	.309	3.95	91	البحرين	ثقافة المنظمة
			.378	2.72	90	الكويت	
.000	179	20.110	.363	3.86	91	البحرين	فرق العمل
			.403	2.72	90	الكويت	
.000	179	27.419	.268	3.93	91	البحرين	المناخ الابتكاري
			.327	2.71	90	الكويت	
.000	179	21.500	.365	4.03	91	البحرين	الطلاقة
			.414	2.78	90	الكويت	
.000	179	19.855	.369	4.00	91	البحرين	الأصالة
			.432	2.81	90	الكويت	
.000	179	20.947	.336	3.88	91	البحرين	تحمل المخاطر
			.420	2.70	90	الكويت	
.000	179	26.917	.2651	3.968	91	البحرين	سلوك العاملين الابتكاري
			.3336	2.764	90	الكويت	
.000	179	23.455	.334	3.96	91	البحرين	الوظائف
			.354	2.76	90	الكويت	

العلاقات	البحرين	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
العلاقات	البحرين	91	3.87	.360	23.225	179	.000
	الكويت	90	2.58	.389			
الموارد المتاحة	البحرين	91	4.02	.346	22.965	179	.000
	الكويت	90	2.76	.388			
نظرية الشبكة	البحرين	91	3.95	.266	30.050	179	.000
	الكويت	90	2.70	.293			
صورة المنظمة	البحرين	91	3.64	.695	10.751	179	.000
	الكويت	90	2.62	.565			
توقعات العميل	البحرين	91	3.44	.573	10.017	179	.000
	الكويت	90	2.60	.545			
الجودة المدركة	البحرين	91	3.59	.643	9.648	179	.000
	الكويت	90	2.71	.572			
التفاعل مع العميل	البحرين	91	3.53	.581	10.603	179	.000
	الكويت	90	2.68	.499			
رضا العملاء	البحرين	91	3.55	.534	11.973	179	.000
	الكويت	90	2.66	.468			

يتبين من الجدول (8) وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($0.05 \geq \alpha$) تعزى لأثر المنطقة في جميع المجالات وفي الدرجة الكلية وجاءت الفروق لصالح البحرين.

النتائج

1. وجود اثر ذو دلالة إحصائية للأفراد المبتكرون على المناخ الابتكاري، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين الأفراد المبتكرون والمناخ الابتكاري.
2. وجود اثر ذو دلالة إحصائية للابتكار التقني على المناخ الابتكاري، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين الابتكار التقني والمناخ الابتكاري.
3. وجود اثر ذو دلالة إحصائية للعمليات الابتكارية على المناخ الابتكاري، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين العمليات الابتكارية والمناخ الابتكاري.
4. وجود اثر ذو دلالة إحصائية للمنتجات الابتكارية على المناخ الابتكاري، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين المنتجات الابتكارية والمناخ الابتكاري.

5. وجود اثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الابتكار على المناخ الابتكاري، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين إدارة الابتكار والمناخ الابتكاري.
6. وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر المنطقة في جميع المجالات وفي الدرجة الكلية وجاءت الفروق لصالح البحرين.

وتوافقت الدراسة الحالية مع دراسة (Danjuma & Rasli, 2012) التي توصلت الى وجود الخدمة المبتكرة يعتمد على مدى القدرة على إيجاد بيئة ابتكاريه محفزة تتضمن أفراداً مبتكرين وتنمية ميولهم الابتكارية.

وهو ما يعزز التوافق مع دراسة (Yaslioglu, Caliskan & Sap, 2013) التي توصلت أن للابتكار في الخدمات والعمليات والممارسات الإدارية دور ايجابي في رفع قيم العملاء الايجابية نحو جملة الخدمات التي تقدمها الشركات.

التوصيات:

1. البحث عن برنامج تدريبية لتطوير موظفيها للقيام بأعمالهم على أكمل وجه
2. بتقديم طرق وتكنولوجيا جديده لتسهيل تقديم الخدمة للعملاء.
3. لتقديم فرص إبتكارية في العمليات لتحسين الاداء
4. الاهتمام الكبير لتطوير أنظمة تشغيل مصرفية تعكس توقعات العميل.

الهوامش

- (1) الفريحات، خلود، (2013)، مستوى الابتكار في الخدمات المصرفية وعلاقته بالميزة التنافسية للبنوك التجارية في الأردن من وجهة نظر المدراء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والأعمال، الأردن، ص2.
- (2) Khaledabadi, Hamid. J, (2008), Innovation Management: Technology Strategies for Sustainable Vehicle Development, Master's thesis, Royal Institute of Technology, School of Industrial Engineering and Management, Sweden, P18.
- (3) Downey, Jim, (2007), Innovation Management, Technical Information Service, Topic Gateway Series, No. 38, 2007, P3.
- (4) بوساحة، محمد، وبلحيمر، إبراهيم، (2016)، تفعيل دور الرقابة الشرعية في الابتكار المصرفي الاسلامي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، (19).
- (5) Naveed, Tahir, & Akhtar, Irum, & Cheema, Khaliq, (2012), The Impact of Innonation on Customer Satisfaction and Brand Loyalty: A Study of the Students of

- Faisalabad, Munich Personal RePEc Archive, G.C University Faisalabad, College of Administrative Studies, P2.
- (6) الفريحات، خلود، (2013)، مستوى الابتكار في الخدمات المصرفية وعلاقته بالميزة التنافسية للبنوك التجارية في الأردن من وجهة نظر المدراء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والأعمال، الأردن، ص15.
- (7) Somech, Anit & Drach-Zahavy, Anat, 2011, Translating Team Creativity to Innovation Implementation: The Role of Team Composition and Climate for Innovation, Journal of Management, P6_7.
- (8) Kriengsak Panuwatwanich & Rodney A. Stewart & Sherif Mohamed (2008), the role of climate for innovation in enhancing business performance: the case of design firms, Engineering, Construction and Architectural Management, P5_6.
- (9) الفريحات، خلود، (2013)، مستوى الابتكار في الخدمات المصرفية وعلاقته بالميزة التنافسية للبنوك التجارية في الأردن من وجهة نظر المدراء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والأعمال، الأردن.
- (10) محمد، حسون، (2013)، أثر عناصر مناخ الابتكار التسويقي على رضا العملاء عن جودة الخدمة في المصارف التجارية في العراق، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص.
- (11) رقيق، زكرياء، (2016)، تأثير الابتكار التسويقي على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB وكالة المسيلة، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- (12) قنديل، علاء محمد، (2010)، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، عمان- الأردن، دار الفكر ناشرون وموزعون.
- (13) خصاونه، عاكف لطفي، 2011، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد، عمان- الأردن.
- (14) جلدة، سليم، وعبوي، زيد، 2011، إدارة الإبداع والابتكار، عمان- الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ص 20.
- (15) Sanchez, Alba, & Lago, Alejandro, & Ferras, Xavier, & Ribera, Jaume, (2011), Innovation Management Practices, Strategic Adaptation, and Business Results: Evidence from the Electronic Industry, Journal of Technology Management and Innovation, Vol.6, No.2, P16.
- (16) قنديل، علاء محمد، (2010)، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، عمان- الأردن، دار الفكر ناشرون وموزعون، ص128.
- (17) Shane, Scott, (2008), Handbook of Technology and Innovation Management, USA, A John Wiley and Sons Ltd Publication, P199.

- (18) رقيق، زكرياء، (2016)، تأثير الابتكار التسويقي على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB وكالة المسيلة، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر، ص24.
- (19) Sanchez, Alba, & Lago, Alejandro, & Ferras, Xavier, & Ribera, Jaume, (2011), Innovation Management Practices, Strategic Adaptation, and Business Results: Evidence from the Electronic Industry, Journal of Technology Management and Innovation, Vol.6, No.2, P18.
- (20) قنديل، علاء محمد، (2010)، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، عمان- الأردن، دار الفكر ناشرون وموزعون، ص 137.
- (21) Sanchez, Alba, & Lago, Alejandro, & Ferras, Xavier, & Ribera, Jaume, (2011), Innovation Management Practices, Strategic Adaptation, and Business Results: Evidence from the Electronic Industry, Journal of Technology Management and Innovation, Vol.6, No.2.
- (22) Simon, Alexandra & Yaya, Luc. H, (2012), Improving Innovation and Customer Satisfaction Through System Integration, Industrial Management and Data System, Vol. 112, No. 7.
- (23) Danjuma, Ibrahim & Rasli, Amran, (2012), Imperatives of Service Innovation and Service Quality for Customer Satisfaction: Perspective on Higher Education, Procedia- Social and Behavioral Sciences, No.40.
- (24) الفريحات، خلود، (2013)، مستوى الابتكار في الخدمات المصرفية وعلاقته بالميزة التنافسية للبنوك التجارية في الأردن من وجهة نظر المدراء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والأعمال، الأردن.
- (25) Yaslioglu, Murat, & Caliskan, Burcu, & Sap, Omer, (2013), The Role of Innovation and Perceived Service Quality in Creating Customer Value: A Study on Employees of a call Center Establishment, Procedia- Social and Behavioral Sciences, No.99.
- (26) Abdel Razek, Refaat. H & Alsanad, Duha. S, (2015), Evaluation of Innovation Management in Developing Countries: A Comparative Study, AGJSR, Vol.33, No.1.
- (27) شيخي، بلال، (2016)، الاتجاهات الحديثة في استراتيجيات وأعمال المصارف في ظل الإبداع والابتكار المصرفي مع الإشارة إلى حالة الجزائر، ورقة بحثية في الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال مقدمة لمؤتمر منظمات الأعمال 2016.
- (28) Foroudi, Pantea, & Jin, Zhongqi, & Gupta, Suraksha, & Melewar, T.C, & Foroudi, Mohammad, (2016), Influence of Innovation Capability and Customer Experience on Reputation and loyalty, Journal of Business Research, No. 69.

- (29) Ashok, Mona, & Day, Marc, & Narula, Rajneesh, (2017), Buyer (dis) Satisfaction and Process Innovation: The Case of Information Technology Services Provision, Industrial Marketing Journal, No.13.
- (30) Li, Y. (2020). A Study of the Management Innovation Mode of Coastal Resort Hotels. Journal of Coastal Research, 107(SI), 206-209.
- (31) Reshetnikova, M. (2020). Venture capital market in China: A new approach to innovation management. Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social, (5), 252-264.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

- بوساحة، محمد، وبلحيمر، إبراهيم، (2016)، تفعيل دور الرقابة الشرعية في الابتكار المصرفي الاسلامي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، (19)، 1-112.
- جلدة، سليم، وعبوي، زيد، (2011)، إدارة الإبداع والابتكار، عمان- الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- خصاونه، عاكف لطفي، (2011)، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد، عمان- الأردن.
- رقيق، زكرياء، (2016)، تأثير الابتكار التسويقي على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB وكالة المسيلة، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- السعيد، عيد حمود، (2018)، الإبداع الإداري لدى العاملين في المجال التربوي بالمرحلة المتوسطة في محافظة الجهاد بدولة الكويت، المجلة التربوية، (51)، 549_585.
- الشبول، راوية خليل، (2018)، مساهمة السمات الابتكارية لدى القادة التربويين في مديريات التربية والتعليم اتجاه الإبداع الإداري في الأردن، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، (1)26، 151_169.

شيخي، بلال، (2016)، الاتجاهات الحديثة في استراتيجيات وأعمال المصارف في ظل الإبداع والابتكار المصرفي مع الإشارة إلى حالة الجزائر، ورقة بحثية في الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال مقدمة لمؤتمر منظمات الأعمال 2016.

الفريحات، خلود، (2013)، مستوى الابتكار في الخدمات المصرفية وعلاقته بالميزة التنافسية للبنوك التجارية في الأردن من وجهة نظر المدراء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية الاقتصاد والأعمال، الأردن.

قنديل، علاء محمد، (2010)، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، عمان- الأردن، دار الفكر ناشرون وموزعون.

محمد، حسون، (2013)، أثر عناصر مناخ الابتكار التسويقي على رضا العملاء عن جودة الخدمة في المصارف التجارية في العراق، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص. 97_65.

المراجع الأجنبية:

- Abdel Razek, R. H., & Alsanad, D. S. (2015). Evaluation of Innovation Management in Developing Countries: A Comparative Study. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 33(1).
- Ashok, M., Day, M., & Narula, R. (2018). Buyer (dis) satisfaction and process innovation: the case of information technology services provision. *Industrial Marketing Management*, 68, 132-144.
- Bayus, B. L., & Shane, S. (2008). Understanding customer needs. *Handbook of Technology and Innovation Management*, 115-142.
- Danjum, I., & Rasli, A. (2012). Imperatives of service innovation and service quality for customer satisfaction: Perspective on higher education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 347-352.
- Downey, J. (2007). *Strategic Analysis Tools-Topic Gateway Series No. 34*. The Chartered Institute of Management Accountants.
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Melewar, T. C., & Foroudi, M. M. (2016). Influence of innovation capability and customer experience on reputation and loyalty. *Journal of business research*, 69(11), 4882-4889.

- Khaledabadi, H. J., & Magnusson, T. (2008). Corporate social responsibility and knowledge management implications in sustainable vehicle innovation and development. *Communications of the IBIMA*, 6, 8-14.
- Li, Y. (2020). A Study of the Management Innovation Mode of Coastal Resort Hotels. *Journal of Coastal Research*, 107(SI), 206-209.
- Naveed, T., Akhtar, I., & Cheema, K. U. R. (2012). *The impact of innovation on customer satisfaction and brand loyalty: A study of the students of Faisalabad*.
- Panuwatwanich, K., Stewart, R. A., & Mohamed, S. (2008). The role of climate for innovation in enhancing business performance: The case of design firms. *Engineering, Construction and Architectural Management*.
- Reshetnikova, M. (2020). Venture capital market in China: A new approach to innovation management. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (5), 252-264.
- Sánchez, A., Lago, A., Ferràs, X., & Ribera, J. (2011). Innovation management practices, strategic adaptation, and business results: evidence from the electronics industry. *Journal of technology management & innovation*, 6(2), 14-39.
- Simon, A., & Yaya, L. H. P. (2012). Improving innovation and customer satisfaction through systems integration. *Industrial Management & Data Systems*.
- Somech, A., & Drach-Zahavy, A. (2013). Translating team creativity to innovation implementation: The role of team composition and climate for innovation. *Journal of management*, 39(3), 684-708.
- Yaşlıoğlu, M., Çalışkan, B. Ö. Ö., & Şap, Ö. (2013). The role of innovation and perceived service quality in creating customer value: A study on employees of a call center establishment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 629-635.

List of Sources and References:

- Abdel Razek, R. H., & Alsanad, D. S. (2015). Evaluation of Innovation Management in Developing Countries: A Comparative Study. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 33(1).
- Al-Fraihat, Kholoud, (2013), *The level of innovation in banking services and its relationship to the competitive advantage of commercial banks in Jordan from the point of view of managers*, an unpublished master's thesis, Yarmouk University, Faculty of Economics and Business, Jordan.
- Al-Saeedi, Eid Hammoud, (2018), Administrative Creativity among those working in the educational field at the intermediate stage in the Jahra Governorate in the State of Kuwait, the *Educational Magazine*, (51), 549_585.
- Al-Shbul, Rawya Khalil, (2018), The Contribution of the Innovative Features of Educational Leaders in the Education Directorates towards Administrative Creativity in Jordan, *Journal of the Islamic University for Educational and Psychological Studies*, 26 (1), 151_169.
- Ashok, M., Day, M., & Narula, R. (2018). Buyer (dis) satisfaction and process innovation: the case of information technology services provision. *Industrial Marketing Management*, 68, 132-144.
- Bayus, B. L., & Shane, S. (2008). Understanding customer needs. *Handbook of Technology and Innovation Management*, 115-142.
- Bousaha, Muhammad, and Belhimer, Ibrahim, (2016), Activating the Role of Sharia Supervision in Islamic Banking Innovation, *Journal of Economic and Administrative Research*, (19), 1-112.
- Danjum, I., & Rasli, A. (2012). Imperatives of service innovation and service quality for customer satisfaction: Perspective on higher education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 347-352.
- Downey, J. (2007). Strategic Analysis Tools-Topic Gateway Series No. 34. The Chartered Institute of Management Accountants.
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Melewar, T. C., & Foroudi, M. M. (2016). Influence of innovation capability and customer experience on reputation and loyalty. *Journal of business research*, 69(11), 4882-4889.

- Jeldah, Salim, and Abawi, Zaid. (2011) *The Department of Creativity and Innovation*, Amman - Jordan: Dar Kunooz Al Maarifa for Publishing and Distribution.
- Kandil, Alaa Muhammad, (2010), *Administrative Leadership and Innovation Management*, Amman - Jordan, Dar Al-Fikr Publishers and Distributors.
- Khaledabadi, H. J., & Magnusson, T. (2008). Corporate social responsibility and knowledge management implications in sustainable vehicle innovation and development. *Communications of the IBIMA*, 6, 8-14.
- Khasawneh, Akef Lutfi. (2011) *Management of Creativity and Innovation in Business Organizations*, Dar Al-Hamid, Amman – Jordan.
- Li, Y. (2020). A Study of the Management Innovation Mode of Coastal Resort Hotels. *Journal of Coastal Research*, 107(SI), 206-209.
- Muhammad, Hassoun, (2013), The Impact of Marketing Innovation Climate Elements on Customer Satisfaction with Service Quality in Commercial Banks in Iraq, *Journal of Baghdad College of Economic Sciences*, Special Issue. 65_97.
- Naveed, T., Akhtar, I., & Cheema, K. U. R. (2012). The impact of innovation on customer satisfaction and brand loyalty: A study of the students of Faisalabad.
- Panuwatwanich, K., Stewart, R. A., & Mohamed, S. (2008). The role of climate for innovation in enhancing business performance: The case of design firms. *Engineering, Construction and Architectural Management*.
- Rakik, Zakaria, (2016), *The Impact of Marketing Innovation on the Quality of Banking Services: A Case Study of the Gulf Bank Algeria AGB*, Agency of M'sila, University of Mohamed Khider, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Algeria.
- Reshetnikova, M. (2020). Venture capital market in China: A new approach to innovation management. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (5), 252-264.
- Sánchez, A., Lago, A., Ferràs, X., & Ribera, J. (2011). Innovation management practices, strategic adaptation, and business results: evidence from the electronics industry. *Journal of technology management & innovation*, 6(2), 14-39.

