

أثر الابداع التنظيمي في الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية

إعداد

فراس إبراهيم خوري

إشراف

د. سلمان محمد أبو لحية

الملخص

هدفت الدراسة الكشف عن أثر الابداع التنظيمي في الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في البنوك التجارية الأردنية في الإدارة العليا والإدارة الوسطى والبالغ عددهم (12440) موظفاً وموظفة، وتكونت عينة الدراسة من (143) فرداً ويشكل ذلك نسبة مئوية (1.1%)، وتم اختيار العينة حسب العينة المتيسرة وذلك من خلال العاملين في أربعة بنوك هي (البنك العربي، بنك الأردن، بنك الإسكان، البنك الأردني الكويتي)، تم توزيع الاستبانة عليهم إلكترونياً وتم اعتماد (131) استبانة صالحة للتحليل من مجموع الاستبانات بنسبة مئوية (91.6) وتم استبعاد 12 استبانة غير صالحة للتحليل وكانت أداة جمع البيانات الاستبانة، وبعد اجراء عملية التحليل الاحصائي توصلت الدراسة الى عدد من النتائج كان من أبرزها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($a=0.05$) للإبداع التنظيمي بأبعاده (الإبداع الإداري، الإبداع الفني، ابداع العملية) في التركيز في البنوك التجارية الأردنية. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($a=0.05$) للإبداع التنظيمي بأبعاده (الإبداع الإداري، الإبداع الفني، ابداع العملية) في التكلفة في البنوك التجارية الأردنية.

ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$) للإبداع التنظيمي بأبعاده

(الإبداع الإداري، الإبداع الفني، إبداع العملية) في التمايز في البنوك التجارية الأردنية.

وقد أوصت الدراسة بضرورة التركيز على بعد التكلفة وكذلك بعد التمايز وبعد التركيز في

البنوك التجارية حيث أنها أمور هامة في تطوير الخدمة للعملاء والتي يجب ان تواكب جميع

مستجدات التطورات العلمية والتكنولوجيا في خدمات البنوك.

الكلمات المفتاحية: الإبداع التنظيمي، الميزة التنافسية، البنوك التجارية الأردنية.

The Impact of Organizational Creativity on the Competitive Advantage in Jordanian Commercial Banks

Prepared by

Firas Ibrahim Khoury

Supervised by

Dr. Salman Muhammed Abu Lahya

Abstract

The study aimed to investigate the impact of organizational creativity on competitive advantage in Jordanian commercial banks. The descriptive analytical approach was used. The study population consisted of all employees of Jordanian commercial banks in the upper and middle management, numbering (12,440) male and female employees, and the study sample consisted of (143) individuals, and this constitutes a percentage (1.1%), and the sample was selected according to the available sample, through workers in four banks: (Arab Bank, Bank of Jordan, Housing Bank, Jordan Kuwait Bank). The questionnaire was distributed to them electronically and (131) was approved. A valid questionnaire for analysis out of the total questionnaires with a percentage of (91.6) and 12 questionnaires that are not valid for analysis were excluded. The tool for collecting data was the questionnaire. After conducting the statistical analysis process, the study reached a number of results, the most prominent of which were: 0.05) of organizational creativity in its dimensions (administrative creativity, artistic creativity, process creativity) in focus in Jordanian commercial banks. There is a statistically significant effect at a significant level ($\alpha = 0.05$) for organizational creativity with its dimensions

(administrative creativity, artistic creativity, process creativity) on cost in Jordanian commercial banks.

There is a statistically significant effect at a significant level ($\alpha = 0.05$) for organizational creativity with its dimensions (administrative creativity, artistic creativity, process creativity) on differentiation in Jordanian commercial banks.

The study recommended the need to focus on the cost dimension, as well as the differentiation dimension and after focusing on commercial banks, as they are important matters in developing service for customers, which must keep pace with all the latest scientific and technological developments in banking services.

Keywords: organizational creativity, competitive advantage, Jordanian commercial banks.