

دور الابداع التكنولوجي والمالي في تطوير الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في البنوك الجزائرية

جميلة بختي* ، سليمان يحيوي**

الإرسال: 2021/01/17

القبول: 2021/04/28

النشر: 2021/07/18

ملخص: تمهدف من خلال هذا البحث الى معرفة الدور الذي يلعبه الابداع التكنولوجي و المالي في تطوير الخدمات المالية في البنوك الجزائرية كونه مصدرا للأفكار الجديدة المستقطبة من تطبيقات التكنولوجيا المالية الحديثة. اعتمدت دراستنا على عينة عشوائية مكونة من 91 مفردة من عملاء البنوك في ثلاث ولايات و ذلك من أجل مطابقة النظري مع التطبيقي حيث استخدمنا الابداع التكنولوجي و المالي كمتغيرين مستقلين و تطوير الخدمة المالية كمتغير تابع. أظهرت النتائج ان الابداع التكنولوجي لا يساهم في تطوير الخدمة البنكية من وجهة نظر الزبون الا ان هناك علاقة تأثير بين الإبداع المالي و تطوير الخدمة البنكية تظهر في أهمية الخدمات الالكترونية المقدمة التي تساهم في تقليص وقت تحصيل الخدمة و تخفيض تكلفتها و تحسين جودتها. الكلمات المفتاحية: الابداع المالي؛ الابداع التكنولوجي؛ تطوير الخدمة المصرفية؛ التكنولوجيا المالية. تصنيف JEL : G21، 016، 031، 032.

The role of technological and financial creativity in the development of banking services -Case study in Algerien banks

Abstract: We aim to examine the role that technological and financial creativity play in the development of Algerian bank's services. The importance of this study appears in the role that creativity plays as it brings new ideas and creative solutions. We used technological and financial creativity as an independent variables and financial service as a dependant variable. The results showed that the development of banking services is not affected by technological creativity. However, there is a positive impact between financial creativity and financial services that appears in electronic services provided that contribute to reduce the cost of services and improve its quality.

Keywords : Financial creativity; Technological creativity; Banking services; Financial technology.

JEL Classification : G21, 016, 031, 032.

* طالبة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، jabekhti@yahoo.fr (المؤلف المرسل)

** أستاذ محاضر أ، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، yahiaoui_s@ymail.com

1. مقدمة :

موضوع الابداع في وقتنا الحالي ذو اهمية كبيرة في جميع الميادين و خاصة من زاوية ديناميكية الابداع في الخدمات عند البنوك، اذ ان البنك التقليدي الذي يجمع فقط الودائع من اجل تقديمها على شكل قروض لم يعد قادراً على التطور في السياق المالي الجديد الذي يتميز بقوة العولمة المالية التي تفرض المنافسة من طرف البنوك المتعددة الجنسيات و تأثيرات التكنولوجيا المالية .

لاشك أن دراسات Joseph Schumpeter هي الأكثر ثراءً من ناحية تحليل ظاهرة الابداع والابتكار سواء على مستوى الاقتصاد الجزئي او الكلي، اذ انه يعتبر ان رجل الاعمال هو المحرك الرئيسي للابداع في مؤسسته من خلال تحديد المهارات الضرورية، او استغلال تقنيات غير مسبوقة كاستغلال مصدر جديد للمواد الخام، او اعادة تنظيم فرع صناعي، او ابتكار منتجات جديدة. وتعتبر المصارف من أهم المؤسسات التي هي بحاجة الى هذا النوع من الابداع والابتكار في مجال الخدمات المالية. اذ يعد الابتكار المالي من اهم المجالات التي تهتم بها ادارة المؤسسات المالية الناجحة لانه يجعل المؤسسة المالية او البنك متواجدا بشكل فعال في السوق المصرفية و المالية لما فيه من تجديد لمنتجاته المالية لتلبية الاحتياجات التمويلية المعاصرة (براضية، جعفر هني، 2016)، كما تهتم التكنولوجيا في المجال المصرفي بالاستفادة من الحقائق العلمية ووضعها موضع التنفيذ العلمي بحيث تساهم في تطوير الخدمات المصرفية الحالية و تقديم خدمات مصرفية جديدة (توبين، 2012). بالتالي فان العمل على تطوير المنتجات المصرفية و تحسينها أصبح ضرورة لا بد منها من أجل مواكبة العولمة اذ أن البيئة المصرفية العالمية و التغيرات المالية و التسويقية و التكنولوجية التي يشهدها القطاع المالي المصرفي والتنافس الشديد بين البنوك يؤدي بالمصارف الى تنوع منتجاتها و خدماتها و التطوير فيها من أجل تعزيز قدرتها التنافسية و زيادة ربحيتها.

على ضوء ما تطرقنا اليه يمكننا صياغة اشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي:

هل هناك تأثير للإبداع التكنولوجي و المالي على تطوير الخدمات في البنوك الجزائرية ؟

للإجابة على سؤال الاشكالية نقوم باختبار الفرضيات التالية:

H01: لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع التكنولوجي على تطوير الخدمة المصرفية

H02: لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع المالي على تطوير الخدمة المصرفية

2. محتوى الدراسة :

قمنا بتقسيم دراستنا الى قسمين: جانب نظري اعتمدنا فيه على المنهج الوصفي من اجل وصف و تحليل و ضبط أهم العناصر المتضمنة لهذا الموضوع، و عليه قمنا بالتطرق فيه الى تعريفات حول الابداع التكنولوجي و المالي و آليات تطوير الخدمة المصرفية، أما الجانب التطبيقي فتطرقنا فيه الى اختبار الفرضيات و تحليل نتائج الارتباط و الانحدار البسيط المتحصل عليها من اجابات الاستبيان الذي تم توزيعه على الزبائن المستهدفين.

1.2. الدراسات السابقة:

-دراسة راشدي فييحة و مطاي عبد القادر (2018): مقال تحت عنوان: "The importance of financial innovation and its role in improving the quality of banking services in Algerian public banks": تناولت هذه الدراسة أهمية الابتكار المالي و ما مدى مساهمته في تحسين الخدمة البنكية، و خلصت الى أن الابتكار المالي يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تحسين مكوناتها وأدائها،

الا أن هناك عدد من المعوقات التي تحول دون تطبيق الابتكار المالي بمختلف جوانبه في البنوك الجزائرية والتي ركزت فقط على أنظمة الدفع الإلكتروني التي هي العمل الحاد لمواكبة الدول المتقدمة بالإضافة إلى توريق القروض العقارية.

-دراسة أمال بوسواك و بوريش هشام (2017): مقال تحت عنوان: "واقع الابتكارات المالية في البنوك-البنوك العمومية الجزائرية أمودجا": هدفت هاته الدراسة الى تسليط الضوء على مجالات الابداع المالي من خلال دراسة مسحية تركز على أهم المنتجات المالية المبتكرة المتعامل بها حاليا في البنوك العمومية بالجزائر. و توصل البحث الى أن الابتكارات المالية في البنوك الجزائرية ما تزال في بداية الطريق لافتقار القطاع البنكي لبيئة ابداعية و خلاقية تساهم في تطوير الصناعة المصرفية.

-دراسة سفيان نقماري (2015): بحث مقدم الى المؤتمر الدولي حول اقتصاديات المعرفة و الابداع، كلية العلوم الاقتصادية بالبلدية تحت عنوان: "الابداع و الابتكار في النظام المصرفي و دوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك": تناولت الدراسة واقع الابداع و الابتكار في البنوك الجزائرية و دراسة الميزة التنافسية المصرفية و التطرق الى دور الابداع و الابتكار في زيادة القدرة التنافسية للبنوك. و توصلت الدراسة الى ان الابداع يتصف بالحدثة الفعلية و يجلب معه آثارا ايجابية ونافعة كما أن وظيفة البحث و التطوير تقوم بتنظيم مجهودات الابداع و الابتكار و نشاطاتها تقوم على الالتزام بمتطلبات السوق و تساهم في التفوق و زيادة المنافسة.

-دراسة Adagunodo & Awodele & Ajayi (2007): مقال تحت عنوان: "Sms banking services: A 21 Century innovation in banking technology" تهدف الدراسة الى تبيان فعالية دور الرسائل النصية القصيرة والذي يمكن توسيعه تدريجياً في العمليات المصرفية، ومن ثم تقدم هذه الدراسة حلاً مصرفياً للهاتف المحمول يسمى الخدمات المصرفية عبر الرسائل القصيرة والذي يتيح للأفراد التعامل مع البنوك باستخدام هواتفهم المحمولة. و خلصت الى أن الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة هي مستقبل التكنولوجيا المصرفية وأن الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة ستلعب دوراً مهماً في إنشاء اقتصاد غير نقدي.

-أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسات السابقة و الدراسة الحالية:

- هدفت دراسة راشدي و مطاي الى ابراز مدى مساهمة الابداع المالي في تحسين الخدمة المصرفية في البنوك الجزائرية و قد خلصت الى نفس النتيجة التي خرج بها بحثنا و هو ان الابداع المالي يساهم في تطوير الخدمة المالية لكن فقط من خلال الخدمات الالكترونية. اما دراسة بوسواك و بوريش فقد خرجت بنتيجة مخالفة لدراستنا و هي ان البيئة المصرفية الجزائرية لا تزال تفتقر للابداع المالي الذي يساعد في تطوير الصناعة المصرفية. كلتا الدراستان ركزتا فقط على الابداع المالي دون التكنولوجيا وهذا ما يختلف عن الدراسة قيد الانجاز.

- اختلفت دراسة نقماري في عدم تطورها للابداع المالي فقد ركزت على الابداع التكنولوجي كما اختلفت ايضا في المتغير التابع اذ عاجلت أثر الابداع على الميزة التنافسية من خلال وظيفة البحث و التطوير بينما دراستنا تتحدث عن مساهمة الابداع في تطوير الخدمة المالية، و قد كانت النتيجة المتحصل عليها مخالفة لبحثنا اذ خلصت الى وجود أثر ايجابي للابداع في زيادة المنافسة. نفس الشيء بالنسبة لدراسة Adagunodo & Awodele & Ajayi التي ركزت على الابداع التكنولوجي من خلال الرسائل النصية القصيرة للهاتف النقالة دون التطرق الى الابداع المالي و قد خرجت بنتيجة ايجابية للدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقالة في توسيع العمليات المصرفية وهي تختلف ايضا عما توصلنا اليه كما تختلف أيضا في عينة الدراسة.

2.2. الاطار النظري

1.2.2. مفهوم الابداع التكنولوجي

يعرف Peter Drucker الابداع على انه تغيير في ناتج الموارد و تغيير في القيمة والرضا الناتج عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك (بن عنتر، 2008)، و يرى البعض ان الابداع (creativity) يتمثل في التوصل الى حل خلاق لمشكلة ما او الى فكرة جديدة في حين ان الابتكار (innovation) هو التطبيق الخلاق او الملائم لها. بهذا فان الابداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين ان الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ او التحويل من الفكرة الى المنتج (جلدة و عبوي، 2006)

أما الابداع التكنولوجي فيعرفه Aker Blom على أنه مجموعة من الخطوات العلمية و التقنية و المنظمة والمالية والتجارية بما فيها الاستثمارات في المعرفة الجديدة و التي تكون معدة لتقود الى تنفيذ العمليات و المنتجات الجديدة والحسنة من الناحية التقنية (حجاج، 2015). كما يعرف الابداع التكنولوجي لتطوير المنتجات الجديدة على انه اجراء تغييرات في تصميم المنتج الحالي أو استخدام تقنيات و وسائل جديدة في أساليب الانتاج الحالية (Chee Seng & Ping, 2016).

2.2.2. تعريف الابداع المالي

حسب تعريف منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية فان الابداع هو تنفيذ منتج جديد أو محسن بشكل كبير(سلعة او خدمة أو عملية)، لطريقة جديدة في التسويق أو طريقة تنظيمية جديدة في ممارسات المنظمة أو تنظيم مكان عمل أو العلاقات الخارجية (Adala & Cherrara, 2014)، أما من الناحية المالية فيمكن لنا القول ان للإبداع و الابتكار نفس المعنى و المفهوم في الصناعة المالية و المصرفية (Hadjar & Benhalima, 2012). يعرف كل من FRAME & WHITE الابداع المالي على انه منتج و ابتكار تنظيمي يسمح بتخفيض التكلفة أو الخطر بالنسبة للبنك أو هو تحسين الخدمات بالنسبة للنظام المالي ككل (بوسواك و بوريش، 2017) ..

أ- دوافع تبني البنوك للابداع المالي: من النظريات ذات القبول الواسع فيما يخص دوافع البنوك لتبني الابداع المالي نجد نظرية تقر بأن القوة الدافعة لهذا النوع من الابداع هو تحقيق الكفاءة و تخفيض التكاليف و تقليل القيود التنظيمية بما في ذلك الضرائب و الاتفاقيات الحاسبية (قندوز، 2019)، كما أن هناك العديد من الدوافع الأخرى التي تجعل البنوك تولي أهمية بالغة للابتكارات المالية أهمها: (بن ابراهيم، 2015)

- الانتقال من التحرير المالي الى الابتكار المالي: حيث يساعدان على رفع القيود المالية للبنوك التي تسمح لها على ولوج اسواق جديدة

- ابتكارات التكنولوجيا المالية: لقد أحدثت التطورات التكنولوجية قنوات توصيل جديدة للمنتجات و الخدمات المصرفية مثل أجهزة الصراف الآلي و الخدمات المصرفية عبر الانترنت و الهواتف المحمولة و الحواسيب الشخصية والخدمات المصرفية المتنقلة، اذ تسمح هذه التكنولوجيات بخدمة العملاء بمزيد من الفعالية من حيث التكلفة و جعلها أكثر فائدة.

- التنامي و التطور المتزايد للرغبات المالية للزبائن: هذه الحاجة هي نتيجة حتمية لتحسن مستوى المعيشة و المستوى الثقافي العام في المجتمع و الذي يؤدي بدوره الى تغيير حاجات الفرد و نوعية الوسائل و المنتجات و الخدمات المطلوبة لاشباعها، مما يفرض على البنوك متابعة هذه التغييرات و الاستجابة السريعة لها من خلال تحسين المنتجات الحالية وابتكار خدمات مالية حديثة و مواكبة التطورات المصرفية محليا و عالميا.

3.2.2. القطاع المالي في ظل التكنولوجيا المالية

عرف مجلس الاستقرار المالي التكنولوجيا المالية أو ما يسمى بـ Fintech على أنها ابتكارات مالية باستخدام التكنولوجيا يمكنها استحداث نماذج عمل أو تطبيقات أو عمليات أو منتجات جديدة لها أثر مادي و ملموس على الأسواق والمؤسسات المالية و على تقديم الخدمات المالية (علاش، 2019). الشركات الناشئة في مجال ابتكار التكنولوجيا المالية تتبنى مجموعة من القطاعات لعمل الجهاز المصرفي و التي تتمثل في قطاع المدفوعات و تحويل الأموال و قطاع التأمين والعملة الرقمية المشفرة (بومود و آخرون، 2020)، و تهدف الى البحث عن حلول ابداعية في مجالات التمويل البنكي خاصة في عمليات الاقراض و التمويل و الادوات المالية المبتكرة حتى تحظى برضا العملاء وتجلب اكثر عدد ممكن منهم الى جانب تحسين الخدمات المالية و رفع كفاءة المؤسسات المالية و تحقيق رضا الزبون، كما يمكن لها ان تحقق اهدافا اخرى كتحقيق الاستقرار المالي وتنوع النشاط الاقتصادي و زيادة النمو (ادارة الشرق الأوسط و آسيا الوسطى، 2017) نذكر من بين الاهداف التي تحققتها تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في ابداع القطاع المصرفي: تقديم خدمات جديدة، زيادة الانتاجية، تطوير و تحسين الخدمات و المرونة، و الجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (1) : ابداع الخدمات المصرفية عبر الانترنت و الهاتف النقال

أمثلة عن الابداعات	أمثلة عن الشركات التي تقدم هذه الخدمات	نوع الخدمة
بطاقة ذات قيمة مخزنة	Apple آبل	مخزن القيمة النقدية
تطبيقات أدوات التمويل الشخصي	Paypal بايپال	حسابات التوفير
تقنيات المحمول	CommBank كوم بنك	كمية السحب
بلوتوث، المعاملات عبر الحدود	Forex فوركس ، Apple pay ابل باي	المدفوعات
تقنيات المحمول	Gemalto جيمالتو	معلومات الحساب
منصة رقمية	OnDeck أونديك	الوساطة

المصدر: (Carlotta, 2016, p34).

4.2.2. تطوير الخدمات المالية و المصرفية

يقصد بتطوير الخدمات المصرفية طرح خدمات معروضة حاليا في السوق و لكنها جديدة على المصرف مثل ادخال خدمات التخطيط المالي والقرض الدوار للمنشأة الصغيرة أو الخدمات المالية الجديدة. كما ان عملية تطوير الخدمات المصرفية عملية شاملة و متكاملة تهدف الى تعزيز القوى التنافسية للمصرف و من ثم زيادة ربحيته على المدى الطويل (غالي، 2017)، و هي تعد عاملا حيويا و أساسيا للقيام بالأنشطة التسويقية المختلفة التي يتبعها المصرف بشكل فعال للمحافظة على استمرار نشاط المصرف و تعزيزه (قاجة، 2019)، و ذلك باستخدام التكنولوجيات الحديثة و تكنولوجيا المعلومات لهدف اشباع حاجات العملاء القدامى و جذب اخرون جدد (نواله، 2016).

أ-الابداع كآلية تطوير الخدمات المصرفية

إن الابداع في الخدمات المصرفية يقصد به الخدمات المالية الجديدة التي لم يتم تقديمها مسبقا لتلبية احتياجات المستخدم أو السوق الخارجي (Al Salaymeh, 2013)، كما يمكن ان يساهم في تطوير خدمات مالية جديدة او تعديل خدمات البنك الحالية لتلائم حاجات الزبائن أو يقوم باكتشاف استخدامات جديدة للخدمة (قاجة، 2019) كقيام البنك بإضافة خدمة التأمين لخدماته البنكية أما ادخال التحسينات فيمس خصائص و مكونات

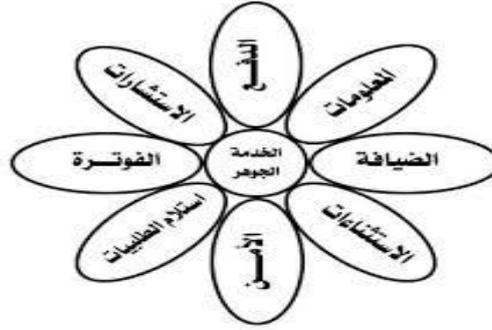
الخدمة القائمة كتمديد ساعات تقديمها. و قد تكون مصادر هاته الأفكار داخلية كموظفي المؤسسة وخارجية كالمنافسين أو شكاوي الزبائن و اقتراحاتهم (بوفولة، 2018). و من أهم مجالات تطوير الخدمات المصرفية و التي يكون فيها الابداع عنصرا أساسيا نجد: التجارة الالكترونية، المشتقات المالية، و القروض المشتركة (سلاوي، 2013). ان عملية تطوير خدمة مالية تأخذ مسارين رئيسيين هما:

-المسار الأول: قيام المصرف بابتكار و تطوير خدمات جديدة معتمدة بالكامل على امكانياتها المادية و الفكرية والبشرية و غيرها.

-المسار الثاني: قيام المؤسسة بالاتصال بوكالات متخصصة في مجال تطوير خدمات جديدة و تكليفها بالبحث عن أنجح الوسائل لتطوير خدمات جديدة (بن نامة و كرنالي، 2016).

ب-دور نموذج زهرة الخدمات في تطوير الخدمات المصرفية

يعرف نموذج زهرة الخدمات الذي طوره Christopher Lovelock سنة 1994 بأنه نموذج على شكل زهرة تكون الخدمة الجوهر (الاساسية) في منتصفها و تعبر كل ورقة من أوراق هاته الزهرة عن خدمة مكملة (داعمة) لها (بوعزة، 2020)، و الشكل التالي يوضح ذلك:



المصدر: (بوعزة، 2020، ص 45)

الشكل (1): نموذج زهرة الخدمات (الخدمة الجوهر و الخدمات التكميلية)

الخدمة الجوهر هي العنصر الأساسي الذي يزود العملاء بفوائد حل المشكلات الرئيسية، و يتم دعم هذه الخدمات بخدمات تكميلية من أجل تسهيل استخدامها وتعزيز قيمتها. وغالبًا ما تكون الخدمات التكميلية هي التي تجلب أو تنهي تجربة العملاء مع المؤسسة لتمييزها و دعمها للخدمة الجوهر (Corda, 2019).

حتى الآن لم يتم اختبار نموذج زهرة الخدمات تجريبياً في القطاع المصرفي، و لا توجد أيضاً دراسات حالية تركز على تأثير توجيه العملاء والخدمات التكميلية في وقت واحد على تطوير الخدمة. لكن اذا قمنا باسقاط هذا النموذج على الصناعة المصرفية فسوف يكون يشمل تحسينات في الخدمات التالية: (Tarabieh & Ahmad, 2015):

- المعلومات: تشمل هاته الأخيرة المعلومات التي يطلبها العميل من البنك مثل سعر الخدمة.
- الاستشارات المالية: يتوجه العميل الى الاستشارة المالية عندما يواجه قرارات مالية مصيرية.
- الاجراءات المصرفية: يجب ان تتصف بالفعالية و السرعة و الدقة.
- خدمة الزبون: تعمل خدمة العملاء على تحسين مستوى تفاعلهم و زيادة عروض المنتجات.
- الأمن و الثقة: العمل على الحفاظ على أمان أموال العملاء و ممتلكاتهم يؤدي الى زيادة الثقة بالمصرف.
- الاستثناءات: من المهم إثبات أن العملاء يمكنهم توقع مستوى عالٍ من الاستجابة وإجراءات تصحيحية.
- الكشوف و الاشعارات البنكية: البيانات والإشعارات شائعة في جميع الخدمات تقريبًا ما لم يتم توفير الخدمات مجانًا.

-المعاملات المصرفية: هناك مجموعة متنوعة من الخيارات التي تسهل معاملات العملاء مثل معاملات الخدمة الذاتية، كخدمة الصراف الآلي و بطاقات الائتمان.

إذا استطاع البنك أن يعمل وفق هذا النموذج و يحسن هاته الخدمات التكميلية فإنه سوف يكون قد حقق ميزة تنافسية في السوق تكسبه عملاء جددًا و عزز من قيمة خدماته الأساسية. فمثلا عامل الثقة مهم جدا عند الزبون فاذا لم يكن مطمئنا للبنك الذي يتعامل معه فسوف ينهي تجربته معه. كذلك هو بحاجة أحيانا الى بعض الاستثناءات او الاستشارات المالية كي يستطيع أخذ قرار في مشكلة مالية او يودع أمواله في الاستثمار المربح، لذا يجب على الموظف ان يكون كفؤا حتى يوجهه للقرار الأصح و تكون الاجراءات التي يتخذها فعالة و دقيقة و يكون هدفه الرئيسي هو زيادة مستوى تفاعل الزبائن مع البنك.

3.بيانات الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مستوى الابداع و نوعية الخدمة المالية المقدمة من طرف المصارف الجزائرية وايضا توضيح العلاقة التي تربط كل من الابداع التكنولوجي و المالي بتطوير الخدمات البنكية في الجزائر و تحسينها. من اجل تحقيق اهداف البحث اعتمدنا على منهج دراسة الحالة حيث قمنا بتوزيع استبيان على عملاء البنوك الجزائرية محل الدراسة و هذا من اجل تسليط الضوء على مختلف الجوانب المرتبطة بالإبداع التكنولوجي و المالي و تطوير الخدمة المالية من وجهة نظرهم.

1.3. عينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في زبائن البنوك الجزائرية بولايات سيدي بلعباس، معسكر و غليزان، اما حجم العينة فهو 110 مفردة التي تم اختيارها و تقسيم الاستبيان عليها، و كانت العينات المستوفاة للشروط الكاملة للدراسة 91 استبيان. الجدول التالي يوضح توزيع العينة على البنوك محل الدراسة

الجدول (2): توزيع العينة على البنوك الجزائرية

اسم المؤسسة المالية	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات الصالحة للتحليل
القرض الشعبي الجزائري	30	22
البنك الوطني الجزائري	17	15
الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط	20	18
بنك البدر	14	10
بنك التنمية المحلية	8	5
بنك نتكسيس الجزائر	8	8
بنك بي ن بي باربا	5	5
بنك الخليج الجزائر	4	4
بنك سوسيتي جنرال	4	4
المجموع	110	91

المصدر: من اعداد الباحثين

2.3. وصف أداة الدراسة

لقد اعتمدنا في هذا البحث على الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة و قد تم تقسيم الاستثمارات الى اربعة اجزاء، اشتمل الجزء الاول على المعلومات العامة التي تخص العميل، اما الجزء الثاني فتضمن مجموعة من الاسئلة الخاصة بمساهمة

الابداع التكنولوجي في تطوير الخدمة المالية على مستوى البنوك محل الدراسة، و قد خصصت له 6 عبارات. في حين شمل الجزء الثالث الاسئلة التي تبين اهمية الابداع المالي في تطوير الصناعة المصرفية و قد بلغ عدد عباراته 10 عبارة، بينما الجزء الرابع فقد خصص لتقييم مستوى تطوير الخدمة البنكية في البنوك الجزائرية و يحوي 8 عبارات.

3.3. أدوات التحليل الاحصائي

لقد تم استخدام اسلوب الاحصاء الوصفي و ذلك باعتماد برنامج SPSS "النسخة 21"، و تمثلت المقاييس الاحصائية المعمول بها وفق مقياس ليكرت ذو الخمس درجات فيما يلي:

- معامل الثبات الفا كرونباخ
- التوزيع التكراري: لوصف اجابات مجتمع الدراسة و خصائصه.
- الوسط الحسابي: للتعرف على اهمية المتغيرين بالنسبة للوسط الفرضي.
- الانحراف المعياري: لمعرفة مقدار التشتت في الاجابات.
- الانحدار البسيط: لمعرفة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع

4.3. نتائج تحليل الدراسة

اعتمدنا في دراستنا هذه على مقياس ليكرت الخماسي لمعرفة وجهة نظر العملاء و آرائهم حول التجديد في الخدمة البنكية و دور الابداع التكنولوجي والمالي في تطويرها. و قد تم التأكد من مدى ثبات الدراسة و مصداقية الاستبانة بحساب معامل الفا كرونباخ و كانت النتائج المتحصل عليها في الجدول (1).

الجدول (3) : نتائج معامل الثبات الفا كرونباخ

المتغير	عدد العبارات	قيمة المعامل
الابداع التكنولوجي	7	0,876
الابداع المالي	9	0,853
تطوير الخدمة المصرفية	8	0,851
المجموع	24	0,866

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل لبرنامج « 21.0 » SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان قيمة معامل الثبات لكل متغير و حتى لجميع المتغيرات معا هي أكبر من 0,6. بلغت قيمته الاجمالية 0,86 و هي نسبة يمكن قبولها لأغراض التحليل و منه فان اداة الدراسة مناسبة للتحقق من صحة الفرضيات.

1.4.3. تحليل المتغيرات:

نحاول في هذه الفقرة ابراز أهم النقاط التي يتركز عليها الابداع التكنولوجي و المالي و التي تساهم في تطوير الصناعة المصرفية و ذلك من خلال استعمال التقنيات و الشبكات و البرمجيات و كذا درجة التطور التكنولوجي المعتمد والمعمول به في البنوك عامة، كذا كيفية تنوع و تحسين الخدمات بفضل التكنولوجيا المالية و وحدات البحث و التطوير والتي تظهر على سبيل المثال في الصيرفة الالكترونية، كما سنحاول تقييم مستوى و مدى تبني البنوك الجزائرية للابداع في منتجاتها المصرفية.

- تحليل المتغير 1 "الابداع التكنولوجي":

الجدول (4) : دور الابداع التكنولوجي في تطوير الخدمة المصرفية

الرقم	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	البرمجيات و الشبكات الالكترونية تساهم في تطوير الخدمات المالية وتحسين جودتها	2,75	1,111	موافق
2	التكنولوجيا المالية تساعد على تنوع الخدمات المصرفية الالكترونية وتحقيق الاهداف المالية و التسويقية و التنظيمية	2,10	0,943	موافق
3	التقنيات و الاجهزة الالكترونية الحديثة تمكن من تقديم الخدمة بكفاءة عالية	2,27	1,076	موافق
4	شبكات التواصل الاجتماعي تمكن الزبون من تسهيل تسوية معاملاته المصرفية	3,73	1,359	غير موافق
5	تطبيقات الهاتف النقال يساعدان العميل على دفع فواتيره من رصيد حسابه	1,88	0,867	موافق
6	الرسائل القصيرة للهاتف الجوال تساعد الزبون على الاستعلام عن المعاملات المصرفية التي قام بها	1,87	1,384	جد موافق
7	التطور التكنولوجي و التكنولوجيا المالية يقلصان من وقت تحصيل الخدمة البنكية	2,29	1,036	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل لبرنامج « 21.0 » SPSS

من خلال الجدول (4) نلاحظ ان كل افراد العينة يتفقون على ان جميع عبارات الابداع التكنولوجي تساهم في تطوير الخدمة البنكية كما هو الحال بالنسبة للابداع التكنولوجي في البنوك العالمية. جميع اجابات الزبائن كانت بدرجة موافق الا عبارة واحدة التي كان فيها الزبون غير راض و هي العبارة رقم 4، اذ من وجهة نظره فان شبكات التواصل الاجتماعي لا تسهل على العميل تسوية معاملاته المصرفية. لكنه كان موافقا على باقي العبارات، فقد احتلت العبارة رقم 1 المرتبة الاولى بمقدار وسط حسابي قيمته 2,75 و التي تؤكد على ان البرمجيات و الشبكات الالكترونية تساهم في تطوير الخدمات المالية وتحسين جودتها كما تؤكد العبارة الثالثة أيضا، ثم نجد العبارة رقم 7 التي تبين ان التطور التكنولوجي و التكنولوجيا المالية يقلصان من وقت تحصيل الخدمة البنكية، ثم العبارة الثالثة و الثانية التي تقر بأن التقنيات و الاجهزة الحديثة تمكن من تقديم الخدمة بكفاءة عالية كما أن التكنولوجيا المالية تساعد على تنوع الخدمات المصرفية الالكترونية و تحقيق الاهداف المالية و التسويقية و التنظيمية، و اخيرا العبارتين الخامسة و السادسة الدالتان تطبيقات الهاتف النقال و الرسائل النصية يساعدان العميل على دفع فواتيره من رصيد حسابه و الاستعلام عن معاملاته دون التنقل الى البنك.

- تحليل المتغير 2 "الابداع المالي":

الجدول (5): دور الابداع المالي في تطوير الخدمة المصرفية

الرقم	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
8	الموقع الالكتروني يساعد العميل على معرفة جميع و احدث العمليات التي قام بها	2,29	1,003	موافق
9	التكنولوجيا المالية تساهم في خفض التكاليف	2,16	0,992	موافق
10	البطاقات الالكترونية تسهل خدمة العميل وتدعم المنافسة (carte de crédit, carte visa, ..)	1,38	0,679	جد موافق
11	شبكة الانترنت تمكن من تحويل الاموال الى وكالات اخرى	2,63	1,253	موافق
12	التنوع و التحديد في صيغ التمويل يسمح بزيادة المنافسة البنكية	2,44	1,360	موافق
13	التحفيزات المقدمة للموظفين تساعد على جذب زبائن اكثر	3,02	1,549	غير موافق
14	المستشار الخاص لدى البنك يقوم بتقديم النصائح للزبون و يوجهه للاستثمارات المرهجة	2,13	0,921	غير موافق
15	وحدات البحث و التطوير تساعد على ترقية الخدمة المالية و تحسين المنتج	2,63	1,161	موافق
16	التكنولوجيا المالية تساعد على الابداع في الخدمات والمنتجات المالية	2,62	1,444	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل لبرنامج « 21.0 » SPSS

نلاحظ من خلال الجدول (5) أن عدد العبارات الغير موافق عليها من طرف الزبائن هما عبارتين اثنتان الا و هما العبارة رقم 13 و 14، بمعنى ان الزبون لا يتفق مع أن التحفيزات المقدمة للموظفين تساعد على جذب زبائن أكثر لأن الموظف الكفو لا ينتظر التحفيزات من اجل اتمام عمله على أكمل وجه، كما ان المستشار الخاص لدى البنك لا يقوم في جميع الاحيان بتقديم النصائح للزبون و يوجهه للاستثمارات المرهجة. الا أن مجمل العبارات كانت بين الموافق و الجد موافق و هذا يدل على أن أغلبية الزبائن يدركون أن للابداع المالي دور كبير في تطوير الخدمات المالية بالمفهوم العام، فقد احتلت العبارتان رقم 11 و 15 المرتبة الاولى بمتوسط حسابي قدره 2,63 و اللتان تؤكدان على أن شبكة الانترنت تساعد في تحويل الاموال كما أن وحدات البحث و التطوير تساعد على ترقية و تحسين المنتجات المالية، تليهما العبارة رقم 16 التي يوافق فيها الزبون على أن التكنولوجيا المالية تساعد على الابداع في المنتجات المالية، ثم العبارة 12 التي تبين أن التنوع و التحديد في صيغ التمويل يسمح بزيادة المنافسة البنكية، ثم العبارتين رقم 8 و 9 و التي يوافق عليها العملاء ويرون أن الموقع الالكتروني يساعد العميل على معرفة جميع و احدث العمليات التي قام بها، كما ان التكنولوجيا المالية تساعد على الابداع في الخدمات والمنتجات المالية و تسمح بجذب زبائن أكثر كما تساهم في خفض التكاليف المالية وبالتالي تقدم الخدمات البنكية بثمن منافس و مغري. في المرتبة الأخيرة نجد العبارة العاشرة التي يوافق فيها الزبون على ان البنك الالكتروني و الرقمي من أهم اليات الابداع المالي التي تسهل خدمة العميل و تدعم المنافسة.

- تحليل المتغير 3 "تطوير الخدمة المصرفية":

الجدول (6): تقييم مستوى تطوير الخدمة المصرفية في البنوك الجزائرية

الرقم	العبرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
17	التطور التكنولوجي ساهم في انخفاض تكاليف الخدمات البنكية وتحسين جودتها	2,34	0,945	غير موافق
18	البطاقات الذكية و الخدمات الالكترونية حسنت من جودة ونوعية الخدمة	2,24	1,047	موافق
19	الخدمات المصرفية الالكترونية ساهمت بزيادة المنافسة	2,30	1,038	موافق
20	تكنولوجيا المعلومات تساعد الادارة على المحافظة على سرية معاملات زبائنها و حمايتها	2,24	0,993	موافق
21	الموقع الالكتروني يساعد الزبون على تسوية معاملاته المالية عن بعد	2,81	1,125	موافق
22	تكنولوجيا المعلومات تساهم في تقليل نسبة احتمال السهو والخطأ لدى الموظفين	2,75	1,111	موافق
23	عدم وجود مشاكل تقنية تؤثر على توفير الخدمة المالية و على نوعيتها	2,16	0,885	غير موافق
24	الاقبال على الشباييك اصبح اقل بعد اعتماد خدمة الموزع الالي	2,86	1,216	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل لبرنامج « 21.0 » SPSS

يبين الجدول (6) ان مجمل اراء العينة تتفق على ان البنوك الجزائرية تسعى جاهدا من اجل تطوير خدماته وتحسينها وذلك بمحاولتها الابداع بنوعيه التكنولوجي و المالي في خدماتها المصرفية، ما عدا عبارتين رقم 17 و 23 التي لا يتفق فيها الزبائن على ان التطور التكنولوجي يساهم في انخفاض تكاليف الخدمات البنكية الجزائرية و تحسين جودتها كما انه لا تزال توجد مشاكل تقنية داخل البنوك الجزائرية التي تؤثر على توفير الخدمة المالية و على نوعيتها رغم زيادة استعمال تكنولوجيا المعلومات فيها ذلك لان البنوك الجزائرية لا تزال امكانياتها التقنية ضعيفة و لا تواكب التطور العالمي. احتلت العبرة رقم 24 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2,86 و التي تؤكد على ان البنوك الجزائرية و بعد اعتمادها خدمة الموزع الآلي ساعدت على تخفيف الضغط على الموظف بفضل نقص الاقبال على الشباييك، ثم تليها العبرة رقم 21 بمتوسط حسابي قدره 2,81 و التي تقر بأن الموقع الالكتروني ساعد الزبائن على تسوية معاملاتهم المصرفية عن بعد، ثم نجد العبرة رقم 22 و تليها العبرة رقم 19 التي تؤكد على ان البنوك الجزائرية توفر خدمات الكترونية التي تعتبر مصدرا لتطوير الخدمات المالية و زيادة المنافسة ما بين البنوك و اخيرا العبرة رقم 18 و 20 بمتوسط حسابي قدره 2,24.

2.4.3. اختبار الفرضيات:

لاختبار هذه الفرضيات تم استخدام اختبار Khi-deux لمعرفة درجة الارتباط بين المتغيرين المستقلين ألا وهما الابداع التكنولوجي و المالي والمتغير التابع تطوير الخدمة البنكية و الانحدار البسيط لمعرفة أثر المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة

أ- اختبار Khi-deux لقياس الارتباط بين المتغيرات المستقلة و المتغير التابع

-H₀₁: لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع التكنولوجي على تطوير الخدمة المصرفية

- قياس الارتباط بين متغير الابداع التكنولوجي من خلال 'التطور التكنولوجي' و تطوير الخدمة البنكية المتمثلة في 'المشاكل التقنية' باستعمال اختبار **Khi-deux** :

الجدول (7) : اختبار **Khi-deux** لقياس الارتباط بين متغير الابداع التكنولوجي و المشاكل التقنية

الدلالة المقاربية (ثنائية)	Ddl	القيمة	
,130	16	22,418 ^a	2-Khi بيرسون
,120	16	22,772	تقرير الأرجحية
,375	1	,786	الارتباط الخطي
		91	عدد الملاحظات الصالحة

المصدر: من مخرجات spss 21

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان قيمة **Khi-deux** تساوي 0,13 و هي أكبر من مستوى المعنوية 5% وهذا ما يؤدي بنا الى قبول الفرضية الصفرية الاولى التي تقول " لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع التكنولوجي على تطوير الخدمة المصرفية " ، و ذلك لوجود مشاكل تقنية تعيق تقديم الخدمة المالية و تزيد من وقت الحصول عليها مما يؤدي الى استياء الزبائن و عدم رضاهم عن الخدمة المصرفية بالبنوك الجزائرية.

- قياس الارتباط بين متغير الابداع التكنولوجي و 'التطور التكنولوجي' و تطوير الخدمة البنكية المتمثل في 'انخفاض تكاليف الخدمة المالية و تحسين الجودة' باستعمال اختبار **Khi-deux**

الجدول (8) : اختبار **Khi-deux** لقياس الارتباط بين متغير الابداع التكنولوجي و تكاليف الخدمة

الدلالة المقاربية (ثنائية)	Ddl	القيمة	
,120	16	22,770 ^a	2-Khi بيرسون
,151	16	21,752	تقرير الأرجحية
,051	1	3,814	الارتباط الخطي
		91	عدد الملاحظات الصالحة

المصدر: من مخرجات spss 21

نلاحظ من خلال الجدول (8) ان قيمة **Khi-deux** تساوي 0,12 و هي أكبر من مستوى المعنوية 5%، وهذا ما يؤدي بنا الى قبول الفرضية الصفرية الاولى التي تقول " لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع التكنولوجي على تطوير الخدمة المصرفية " من خلال انخفاض تكلفة الخدمة و تحسين الجودة، بمعنى ان استعمال التكنولوجيا المالية لا يؤدي بالضرورة الى تقليص تكلفة الخدمات المصرفية مما يعني ان العملاء يعتبرون أن الخدمة المالية لا تزال مرتفعة رغم وجود المنافسة كما أنها لا تساهم أيضا في تحسين جودة المنتج المصرفي.

H02: لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع المالي على تطوير الخدمة المصرفية

- قياس الارتباط بين متغير الابداع المالي 'الموقع الالكتروني' و تطوير الخدمة البنكية المتمثل في 'انخفاض تكاليف و وقت تحصيل الخدمة' باستعمال اختبار **Khi-deux**

الجدول (9): اختبار Khi-deux لقياس الارتباط بين متغير الابداع المالي و تكاليف الخدمة

الدلالة المقاربية (ثنائية)	Ddl	القيمة	
,005	16	32,961 ^a	Khi-2 بيرسون
,021	16	29,399	تقرير الأرجحية
,116	1	2,471	الارتباط الخطي
		91	عدد الملاحظات الصالحة

المصدر: من مخرجات spss 21

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان قيمة Khi-deux تساوي 0.005 عند مستوى معنوية 5%، وهذا ما يسمح برفض الفرضية الصفرية الثانية التي تقول " لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع المالي على تطوير الخدمة المصرفية " و يظهر هذا من خلال الموقع الالكتروني الذي يقدم خدمات مالية الكترونية فهذا النوع من الخدمات يقلص من مدة الحصول عليها و يخفض من تكلفتها.

- قياس الارتباط بين متغير الابداع المالي 'التكنولوجيا المالية' و تطوير الخدمة البنكية المتمثل في 'تحسين جودة و نوعية الخدمة' باستعمال اختبار Khi-deux

الجدول (10): اختبار Khi-deux لقياس الارتباط بين متغير الابداع المالي و جودة و نوعية الخدمة

الدلالة المقاربية (ثنائية)	Ddl	القيمة	
,001	16	38,761 ^a	Khi-2 بيرسون
,256	16	19,251	تقرير الأرجحية
,752	1	,100	الارتباط الخطي
		91	عدد الملاحظات الصالحة

المصدر: من مخرجات spss 21

من خلال الجدول اعلاه يتضح لنا ان قيمة Khi-deux تساوي 0.001 عند مستوى معنوية 5%، و هذا ما يسمح برفض الفرضية الصفرية الثانية التي تقول " لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع المالي على تطوير الخدمة المصرفية " بفضل ابداعات التكنولوجيا المالية التي تظهر مثلا في البطاقات الذكية و الخدمات الالكترونية و التي تعد كآليات لتطوير الخدمات المالية اذ أتاحت للزبون مجالا واسعا من اجل الاختيار الانسب للخدمة التي يرغب فيها، خاصة و انها سمحت بتحسين نوعية و جودة و كفاءة الخدمات المصرفية.

ب-تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع

الجدول (11): تحليل الانحدار البسيط لأثر الابداع التكنولوجي و المالي على تطوير الخدمة المصرفية

Sig	قيمة t المحسوبة	المعدل المعياري	الخطأ المعياري	قيمة B	
		Béta			
,000	6,317		,206	1,302	(Constante)
,087	1,721	,141	,058	,100	الابداع التكنولوجي
,017	2,426	,172	,057	,137	الابداع المالي

المصدر: من مخرجات spss 21

-أثر الابداع التكنولوجي على تطوير الخدمة المصرفية: من خلال الجدول (11) نلاحظ ان قيمة Sig الخاصة بالابداع التكنولوجي أكبر من مستوى الدلالة 0,05 مما يؤدي بنا الى قبول الفرضية الصفرية الأولى التي تقول أنه " لا

يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع التكنولوجي على تطوير الخدمة المصرفية " بمعنى أن الابداع التكنولوجي في البنوك الجزائرية لا يؤثر بالاجاب على الخدمة المالية عكس ما برهنته النظرية المالية في الأدبيات الاقتصادية و ذلك حسب نظر الزبائن اذ انهم لم يلمسوا تطورا أو تحسينا هاما فيما يخص هاته الخدمات و هذا راجع الى رداءة التكنولوجيا المستعملة في البنوك و المشاكل التقنية التي تعيق العمل المصرفي و تقلل من كفاءة و جودة الخدمات المالية خاصة الخدمات الالكترونية التي تتركز كثيرا على شبكة الانترنت و كما نعلم أن تدفق الانترنت جد منخفض في الجزائر بالمقارنة مع الدول الاخرى. دون ان ننسى ان من بين أهم مميزات الابداع التكنولوجي نجد تطبيقات الهاتف النقال و خدمات الرسائل القصيرة وشبكات التواصل الاجتماعي الا أن معظم البنوك العمومية لازالت تفتقر لهذه التكنولوجيا و هذا ما أدى الى عدم وجود الأثر في الدراسة الميدانية اذ أن عدد عملاء البنوك العمومية في الجزائر هم أكثر من البنوك الخاصة هذا ما جعل نتائج الدراسة لا تتفق مع دراسة (Adagunodo & Awodele & Ajayi) و التي خلصت الى ان الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة هي مستقبل التكنولوجيا المصرفية.

-أثر الابداع المالي على تطوير الخدمة المصرفية: من خلال نفس الجدول أعلاه نلاحظ ان قيمة Sig الخاصة بالابداع المالي أصغر من مستوى الدلالة 0,05 مما يؤدي بنا الى رفض الفرضية الصفرية الثانية التي تقول أنه " لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للابداع المالي على تطوير الخدمة المصرفية " من خلال الابداع في الخدمات الالكترونية والبطاقات الذكية و خدمة الموزع الالي اذ أن هاته الخدمات هي التي ساهمت في جذب الزبائن و زادت من ولائهم و رضاهم، و يظهر التحسين هنا في أن البطاقات الالكترونية تسمح للعميل بسحب أمواله من الموزع الالي دون أن يستلزم الأمر انتظار دوره في المصرف كما يمكن له ان يدفع فواتيره و مشترياته حتى في الخارج دون التنقل الى المكان المقصود. في نفس السياق توصلت دراسة راشدي فتيحة و عبد القادر مطاي الى ان الابداع المالي يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تحسين مكوناتها وأدائها و يظهر ذلك حسب استنتاجهم في أنظمة الدفع الإلكتروني و توريق القروض العقارية.

-التحليل الاقتصادي لنتائج الدراسة: تكمن الأهمية الرئيسية للابداع المالي في الدور الفعال الذي يلعبه في تطوير وتنمية القطاع المالي و المصرفي و زيادة الكفاءة الاقتصادية و ربحية البنوك و ذلك عن طريق تحسين أدائها و وظائفها و تطوير منتجاتها. يظهر هذا من خلال الدور الذي تلعبه الادوات المالية المبتكرة في تنويع صيغ التمويل و تجنب المخاطر و زيادة فرص الاستثمار مما يستقطب المستثمرين و المؤسسات للاقتراض اذ أن الاستثمار هو العامل الرئيسي لزيادة الدخل وبالتالي النمو الاقتصادي و كل هاته المميزات تزيد من قدرات البنوك التنافسية، كذلك فان الابداع في المنتجات المصرفية يجذب المودعين مما يسمح بزيادة السيولة البنكية التي تحتاجها البنوك في المشاريع التنموية و الاجتماعية.

4. الخلاصة :

تواجه البنوك الجزائرية تحديات كبيرة نظرا للتغيرات التي طرأت على الاقتصاد العالمي، لذا اصبح لابد عليها من مواكبة العولمة و تبني الابداع بمختلف اشكاله، و يعد الابداع التكنولوجي و المالي من اهم انواع الابداع المساهمة في تطوير منتوجات و خدمات الصناعة المصرفية و قد اصبحا ضرورة حتمية لابداع على البنوك الجزائرية من تطبيقها و ذلك بهدف تعزيز المنافسة الخارجية عن طريق جذب زبائن جدد و خفض تكاليف الخدمات المالية .

على ضوء ما سبق فقد خلصنا الى جملة من النتائج التالية:

-بالنسبة لرأي الزبون حول تبني البنوك الجزائرية للابداع التكنولوجي و مساهمته في تطوير الخدمة المالية، فانه و بالرغم من ادراكه لمدى مساهمة التكنولوجيا في تطوير و تجديد الخدمات البنكية (كما هو متعارف عليه نظريا)،و التي تظهر من خلال اجاباته في الجدول (4) التي يوافق فيها على ان التكنولوجيا المصرفية تساهم في انخفاض تكاليف الخدمة البنكية

وتحسين جودتها و تقليص وقت تحصيلها كما انه تساعد على تنويع الخدمات المصرفية الالكترونية و تحقيق الاهداف المالية و التسويقية و التنظيمية للبنك. رغم هذا فانه غير راض عن مستوى التطور التكنولوجي الذي تتميز به البنوك الجزائرية اذ انها لازالت تعاني من المشاكل التقنية التقليدية التي لا تسمح لها بتطوير خدماتها و منتجاتها المالية و عرضها في السوق الجزائري بالجودة التي يتوقعها العميل كما انها لاتزال تفتقر لوحداث البحث و التطوير التي تزيد من فعالية الابداع.

- أما بالنسبة لوجهة نظره المدى تبني البنوك الجزائرية للابداع المالي و دوره في تطوير الخدمات المصرفية فقد كان رايهم ايجابيا فيما يخص ذلك و يتماشى مع الجانب النظري، اذ انهم مدركون ان له دورا فعالا في ترقية الخدمات المالية و تطويرها و ذلك من خلال الخدمات المالية الالكترونية و توفر البطاقات الالكترونية الذكية و الموزعات الالية التي تقلص من وقت تحصيل الخدمة و تحسن من جودتها المتوقعة من عند العميل، زيادة على وجود المستشارين المختصين بتقديم الاستشارات المالية للزبائن من اجل توجيههم و تحصيل خدماتهم على اكمل وجه. لذلك و بوجود هاته المميزات المكتسبة بفضل الابتكار المالي فان العميل راض نوعا ما عن المستوى الحالي الذي وصلت اليه البنوك الجزائرية لاتباعها لسياسة الابداع. بناء على نتائج الدراسة التطبيقية نقترح ما يلي:

✓ ضرورة توعية المواطن الجزائري على الثقافة البنكية اذ ان الكثير من الزبائن يفضلون الاقبال على الشبايك بدل استعمال البطاقات الالكترونية التي تخفف الضغط على موظفي البنوك و تسهل العملية على الزبائن.

✓ انشاء وحدات بحث و تطوير في البنوك الجزائرية من اجل معرفة حاجات و رغبات الزبائن المتغيرة و تحقيقها على ارض الواقع.

✓ تبني الصيرفة الاسلامية اذ ان غالبية المواطنين يفضلون المنتجات الاسلامية وفق الشريعة الاسلامية و هذا ما يسمح باستقطاب اموال اكثر و زيادة التنافسية و بالتالي يتوجب على البنوك التجديد في خدماتها و صيغ تمويلها من اجل تعزيز المنافسة.

✓ منح الحوافز المادية و المعنوية للموظفين المبدعين من اجل تشجيع العملية الابداعية داخل المصارف الجزائرية.

✓ اصلاح النظام المالي الجزائري اذ ان البنوك العمومية لازالت تتصف بالبنوك التقليدية لعدم تركيزها على الابداع بجميع اشكاله خاصة منه التكنولوجي و المالي الذان يظهران من خلال افتقارها للبرمجيات الحديثة و نظم و تكنولوجيا المعلومات و رداءة تدفق شبكة الانترنت التي بدونها لا يمكن للبنك الالكتروني ان ينشط، زيادة على عدم وفرة الادوات المالية الحديثة المتعامل بها في البنوك الاجنبية و في السوق المالي العالمي.

✓ تبني سوق مالي فعال يسمح بزيادة السيولة المالية و التعامل بالمشتقات المالية التي هي الركيزة الاساسية للتكنولوجيا المالية.

نسعى في دراساتنا المستقبلية الى التعمق اكثر في هذا الموضوع من خلال انواع الابداع الاخرى ألا و هي الابداع التسويقي و التنظيمي الاداري من أجل معرفة مدى مساهمتهما في تطوير الصناعة المصرفية الجزائرية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك، كما يمكن ان ندعمها بدراسة مقارنة بين البنوك العمومية و الخاصة.

قائمة المراجع :

المراجع باللغة العربية :

- ادارة الشرق الاوسط و اسيا الوسطى. (2017). التكنولوجيا المالية: اطلاق امكانات منطقتي الشرق الاوسط و شمال افريقيا و افغانستان و باكستان، و القوقاز و اسيا الوسطى، *مجلة افاق الاقتصاد الاقليمي*، 1-13.

- بتول عبد علي، غالي. (2017). دور تطوير الخدمات المصرفية و خصائصها التسويقية في المصارف التجارية- دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية، *مجلة المثنى للعلوم الادارية و الاقتصادية*، 7 (4)، 99-116.
- براضية، حكيم و جعفر هني، محمد. (2016). *دور التصكيك في ادارة السيولة في المصارف الاسلامية*، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن.
- بن ابراهيم، الغالي. (2015). تشخيص واقع الابتكار المالي في ظل الصناعة المصرفية الاسلامية، *مجلة العلوم الانسانية*، جامعة بسكرة، (40)، 51-68.
- بن عنتر، عبد الرحمن. (2008). واقع الابداع في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر: دراسة ميدانية، *مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية*، 24 (1)، 145-177.
- بن نامة، نورية و كربالي، بغداد. (2016). الابتكار التسويقي و أثره على تطور أداء المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة شركة اتصالات الجزائر- مديرية مستغانم، *مجلة دفاتر بوادكس*، 5(1)، 101-132.
- بوسواك، امال و بوريش، هشام. (2017). واقع الابتكارات المالية في البنوك: البنوك العمومية الجزائرية أمودجا، *مجلة رؤى اقتصادية*، 7 (2)، 87-103.
- بوعزة، خالد. (2020). مساهمة تسويق الخدمات في التحول من مفهوم الصفقة الى البعد العلائقي للتسويق، دراسة تحليلية بالتركيز على خاصية التلازمية و نموذج زهرة الخدمات، *مجلة الاقتصاد و ادارة الاعمال*، 4 (1)، 31-49.
- بوفولة، نبيلة. (2018). الابداع في مجال الخدمات مميزاته و مستوياته، *مجلة دراسات*، 5 (9)، 300-322.
- بومود، ايمان و مطرف، عواطف و شاوي، شافية. (2020). ابتكارات التكنولوجيا المالية و دورها في تطوير أداء البنوك الاسلامية العربية، *مجلة رؤى اقتصادية*، 10 (1)، 333-348.
- توبين، علي. (2012). دور التكنولوجيا المصرفية في ظل تحرير الخدمات المصرفية، *مجلة الاقتصاد الجديد*، (6)، 249-262.
- حجاج، عبد الرؤوف. (2015). *دور الابداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية*، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة.
- سلاوتي، حنان. (2013). آليات تطوير و تفعيل الخدمات المصرفية، *مجلة الابداع*، 3(3)، 107-121.
- سليم بطرس، جلدة و زيد منير، عبوي. (2006). *ادارة الابداع و الابتكار*، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، الاردن، 22.
- علاش، أحمد. (2019). دور التكنولوجيا المالية في دعم النشاط المالي و الابتكار تجربة البحرين، *مجلة الابداع*، 9(1)، 330-347.
- قاجة، آمنة. (2019). واقع تطوير الخدمات المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية-دراسة حالة البنوك العمومية بولاية ميله، *مجلة الباحث*، 19(1)، 529-540.

– قندوز، عبد الكريم. (2019)، مراجعة علمية لنظريات الابتكار المالي، *مجلة الاقتصاد الجديد*، 10(2)، 251-233.

– نواله، مريم. (2016). *اهمية الابداع و الابتكار في تعزيز جودة الخدمات البنكية*، اطروحة دكتوراة في العلوم الاقتصادية تخصص تسويق، جامعة الجيلالي ليايس سيدي بلعباس، الجزائر.
المراجع الأجنبية

□ Adala, L., & Cherrara, W. (2014). L'innovation en PME. *Les cahiers du Poindex*, 3(2), 22-36

□ Al Salaymeh, M. (2013). Creativity and interactive innovation in the banking sector and its impact on the degree of customers' acceptance of the services provided. *International journal of academic research in business and social sciences*, 3(5), 139-151.

□ Carlotta, Mariotto. (2013). *Essays on innovation in retail banking*. These de Doctorat en Economie et Finance, PSL Research University, Paris, 34

□ Chee Seng, L., & Ping, N. S. (2016). The Influence of Product Innovation toward Consumer purchase intention. *International Journal of economics, commerce and management*, IV (4), 773-782

□ Commission Européenne, manuel d'OSLO. (2005). *La mesure des activités scientifique et technologiques : principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation* (5th ed.). Edition OCDE. France.

□ Corda, C. O. (2019). *The flower service concept applicable in public service national land agency of demak regency*. Thesis of Bachelor degree of Economic, economic and business Faculty, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

□ Hadjar, A., & Benhalima, K. (2012). L'innovation : Facteur déterminant de la compétitivité de l'entreprise. *Les cahiers du Poindex*, 1(1), 148-155.

□ TARABIEH, S. M.Z A., & Ahmad, Z. A. (2015). The impact of customer orientation and supplementary services in gaining competitive advantage and organizational performances in the Jordanian banking industry. *International review of social sciences*, 3(2), 47-59.