

التكنولوجيا المالية كألية لتحقيق الميزة التنافسية على مستوى البنوك الإسلامية

(دراسة حالة لفروع مصرف السلام الناشطة على مستوى ولايات الشرق الجزائري)

Financial technology as a mechanism for achieving competitive advantage at the level of Islamic banks - A case study of the active branches of Al-Salam Bank at the level of the eastern states of Algeria -

ط.د. فرحي زكرياء¹ / مخبر الدراسات البيئية والتنمية المستدامة، جامعة العربي التبسي (الجزائر)،
zakarya.farhi@univ-tebessa.dz

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/12/30

تاريخ الاستلام: 2023/03/07

ملخص:

أصبحت التكنولوجيا المالية واقع وجزأ لا يتجزأ من حياة المجتمع ومشاركا فاعلا في جميع القطاعات الحيوية وبالأخص المصرفية كونها قدمت جملة من الابتكارات ساعدت المصارف في الوصول إلى جملة من الأهداف منها تحقيق الميزة التنافسية. هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء حول دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى فروع مصرف السلام الناشطة على مستوى الشرق الجزائري، توصلت الدراسة إلى تبني مصرف السلام التكنولوجيا المالية وذلك من وجهة نظر موظفيه، كما أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية، وختمت الدراسة بتقديم جملة من التوصيات أهمها ضرورة ابتكار المزيد من طرق التكنولوجيا المالية لزيادة تنافسية البنوك الإسلامية وبالتالي زيادة حصتها السوقية وذلك عن طريق زيادة الإنفاق على مشروعات البحث والتطوير في عالم التكنولوجيا المالية.

الكلمات المفتاحية: التسويق المصرفي، التكنولوجيا المالية، الميزة التنافسية، البنوك الإسلامية

تصنيف JEL : M31 ؛ O32 ؛ D41 ؛ G21.

Abstract:

Financial technology has become a reality and an integral part of the life of society and an active participant in all vital sectors especially banking, as it provided a number of innovations that helped banks reach a number of goals, including achieving a competitive advantage, This study shed light on the role of the financial technology and its participation in the application of competitive advantage at the level of AL SALAM Bank branches active in eastern of Algeria, The study reached that AL SALAM Bank's employees achieve their goal to adopt this technique. And also there is statistical relationship at the moral level ($\alpha \leq 0.05$) between the financial technology and the competitive advantage, this study concluded with a group of recommendations, the most important one is the need to innovate more financial technology methods to increase the competitiveness of Islamic banks and thus increase their market share, by increasing spending on research and development projects in the world of financial technology.

Keywords: Banking Marketing, Financial Technology, Competitive Advantage, Islamic banks

Jel Classification Codes : M31 ; O32 ; D41 ; G21.

¹ المؤلف المرسل: فرحي زكرياء، الإيميل: zakarya.farhi@univ-tebessa.dz

I - تمهيد:

يشهد العامل اليوم ثورة تكنولوجية عكست بظلالها على جميع القطاعات الاقتصادية والصناعية والمالية والتي بدورها أنتجت جملة من الأدوات المالية التي ساهمت في تطوير الصناعة المصرفية وبفضل الانتشار الواسع للتكنولوجيا على المستوى العالمي والتي أصبحت جزءاً أساسياً من حياة الإنسان، هذا الأمر دفع المصارف وبالخص الإسلامية منها إلى توظيف ابتكارات التكنولوجيا المالية لتقديم مختلف الخدمات المصرفية إلى زبائنها وبالتالي تلبية حاجاتهم ورغباتهم وتحقيق الميزة التنافسية التي هي من ركائز إستراتيجيتها.

1.I. إشكالية البحث : وعليه يمكن طرح الإشكالية الموالية:

كيف تساهم التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية؟.

2.I. فرضيات البحث : للإجابة على إشكالية الدراسة يمكن صياغة الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية الأولى: " يتبنى مصرف السلام التكنولوجيا المالية من وجهة نظر موظفيه";

الفرضية الرئيسية الثانية: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في مدى تبني التكنولوجيا المالية بين أفراد عينة الدراسة تُعزى لمتغير الجنس";

الفرضية الرئيسية الثالثة: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام".

وتنبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية 1: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والتكلفة أقل كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام";

الفرضية الفرعية 2: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والجودة كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام";

الفرضية الفرعية 3: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والإبداع كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام".

3.I. أهداف البحث : تتمثل الأهداف الدراسة في ما يلي:

- التعرف على مفهوم التكنولوجيا المالية ومجالاتها.

- التعرف على مفهوم الميزة التنافسية ومتطلباتها.

- الكشف عن الدور الذي تلعبه التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية.

4.I. أهمية البحث :

جاءت هذه الدراسة لمعرفة مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى فروع مصرف السلام الناشطة على مستوى الشرق الجزائري.

5.I. الدراسات السابقة:

- دراسة هيثم حمود الشلبي وآخرون (2021)، بعنوان دور الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء حول دور الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية حسب وجهة نظر عملاء البنوك التجارية الأردنية الناشطة في العاصمة عمان وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن خدمة الصيرفة عبر شبكة الانترنت هي الخدمة ذات الأثر

الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير إدارة البنك لبرنامج لنشر الوعي التكنولوجي بين العملاء.

- دراسة إياد محمد محمود بارود (2018)، بعنوان دور التجارة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة، هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور التجارة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية حسب وجهة نظر موظفي البنوك الوطنية التجارية الخمس العاملة بقطاع غزة، خلصت الدراسة إلى أن مستوى آراء العاملين حول عمليات التجارة الالكترونية كان مرتفعاً، وأوصت الدراسة بدعم التخطيط الالكتروني في البنوك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كأحد سبل تسريع تطبيق التجارة الالكترونية من خلال تعريف العاملين بأهمية هذا النوع من أنواع التجارة.

- دراسة يونس (2016)، بعنوان دور الابتكارات المالية الإسلامية في تعزيز القدرة التنافسية، هدفت هذه الدراسة إلى عرض كل ما يتعلق بالابتكار المالي من حيث مفهومه، وعلاقته بالخدمات المصرفية، وأهميته في تحقيق الميزة التنافسية، والعوامل المؤثرة على الابتكار في المصارف الإسلامية، في إندونيسيا، وخلصت الدراسة إلى توضيح مدى مطابقة المنتجات المدروسة لضوابط الشريعة الإسلامية، بالإضافة إلى أن تطبيقها لم يساعد في رفع الحصة السوقية نظراً لأن المجتمع الاندونيسي لازال في حاجة إلى منتجات تكون ملائمة مع احتياجاته، وقادرة على الصمود والمنافسة مع البنوك التقليدية.

II- الإطار النظري للتكنولوجيا المالية:

1.II. تعريف التكنولوجيا المالية:

تتكون التكنولوجيا المالية «Fin Tech» من كلمتين التكنولوجيا «Technology» والمالية «Finance» وتشير في معناها الواسع إلى تطبيق التكنولوجيا في الصناعة المالية. ويشير مصطلح التكنولوجيا المالية إلى توفير حلول تمويل جديدة من قبل شركات تكنولوجيا المعلومات بحيث يتم إنشاء نماذج أعمال جديدة واحدة تلو الأخرى (ذهبية وسمية، 2020، صفحة 93). وهي مجموعة المنتجات والخدمات المالية التي تعتمد على التكنولوجيا والرقمية لتحسين النوعية مقارنة بالمنتجات والخدمات التقليدية، حيث يمكنها تقليل الزمن والتكلفة والتعقيد، ويتم تطويرها من قبل الشركات الناشئة في هذا المجال. (لمياء ووفاء، 2017، صفحة 392). فمن خلال ما سبق يتضح أن التكنولوجيا المالية على أنها مجموعة التقنيات التكنولوجية الحديثة (البلوكتشين، الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، انترنت الأشياء، المستشار الآلي، العملات المشفرة، التمويل الجماعي..الخ) والتي تم تطبيقها في مجال الخدمات المالية ما مكن من تطور وظهور منتجات وخدمات مالية جديدة، تلبى احتياجات ورغبات العملاء وتوفر حلول سهلة وسريعة، بأقل التكاليف، هذه الحلول تقدمها شركات التكنولوجيا المالية، البنوك وبعض الشركات التكنولوجية الكبيرة.

2.II. أهمية التكنولوجيا المالية:

استقرت بعض الدراسات على أهمية ابتكارات التكنولوجيا المالية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تغطي مجموعة كبيرة من الخدمات المالية مثل عمليات التمويل الجماعي وحلول الدفع عبر الهاتف والتحويلات المالية الدولية، وأدوات إدارة المحافظ الاستثمارية بالانترنت والتي عجزت المصارف التقليدية عن تقديمها لعدد كبير من المتعاملين؛

- تسهم في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات المالية والشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية فكلما كانت هذه المؤسسات أكثر تقدماً من الناحية التكنولوجية زادت قدرتها على المنافسة على المستويين الإقليمي والدولي؛

- تعمل على تغيير هيكل الخدمات المالية بشكل عام ومنهجية واليات تقديم الخدمات المصرفية للزبائن بشكل خاص مما يجعلها أسرع وأرخص وأكثر أمناً وشفافية وإتاحة لهذه الخدمات؛

- تساعد في تحسين جودة ونوعية الخدمات المالية المقدمة لتصبح في أي وقت وأي مكان إذ يتم التركيز على تقديم الخدمات المالية وتسليمها للزبائن وزيادة فرص البيع عبر الحدود ونقاط الاتصال متعددة القنوات لاستهلاك تلك الخدمات (مصطفى و واخرون، 2020، صفحة 29).

3.II. مكونات التكنولوجيا المالية:

لقد مكنت التكنولوجيا المالية من فك احتكار الخدمات المالية من طرف البنوك وبعض المؤسسات المالية بدخول عدة أطراف أخرى في هذا المجال في ظل التطورات الحاصلة في قطاع المال، مع التركيز على تحقيق الأهداف التي تتلاءم مع ما يشهده العالم من تطورات.

1.3.II. الأطراف الفاعلة في التكنولوجيا المالية:

تتميز التكنولوجيا المالية حالياً بسهولة الاستخدام وسرعة الانتشار وتقديم الخدمات ما مكن من دخول عدة جهات في تقديم خدمات مالية وفق منظومة معينة وهي (بريش، 2023، صفحة 57):

- الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية: بما في ذلك الشركات الناشئة التي تقدم خدمات نظام الدفع إدارة الأصول، التمويل، التمويل المشترك، أسواق رأس المال والتأمين؛

- مطورو التكنولوجيا: الذين يتمثل دورهم في تطوير الأنظمة التي هي أساس التكنولوجيا المالية، مثل البيانات الضخمة، خدمات الحوسبة السحابية، وتحليل وسائل التواصل الاجتماعي؛

- شركات تكنولوجية عملاقة: كمنصات التواصل الاجتماعي، شركات تجارة إلكترونية، موزعي أجهزة وتطبيقات إلكترونية؛

- جهات الرقابة والتنظيم المالي: بما في ذلك السلطات المالية والهيئات التشريعية التي تصدر قوانين النظام المالي، بحكم ما تنص عليه التشريعات المالية في مختلف دول العالم من الحاجة للرقابة والإشراف وحماية المتعاملين؛

- مستهلكو الخدمات المالية: هم الأفراد والشركات على حد سواء؛

- المؤسسات المالية التقليدية: مثل الخدمات البنكية التقليدية وشركات التأمين وشركات الوساطة المالية.

كما يبينها الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): مكونات التكنولوجيا المالية.



المصدر: (سامي، 2019، صفحة 15).

2.3.II. قطاعات التكنولوجيا المالية:

- يمكن تقسيم قطاعات صناعة التكنولوجيا المالية إلى أربعة قطاعات رئيسية وفقا لنماذج أعمالها المميزة وهي (بريش، 2023، الصفحات 58-59):
- قطاع المدفوعات: أصبحت عملية دفع الفواتير أسرع وأكثر أمانا وسهولة، وحلت تطبيقات المحفظة الالكترونية على الهاتف المحمول مكان النقود الورقية، فيما تتيح الشركات التي تتولى عمليات الدفع للأفراد بإرسال الأموال على الفور ويشمل الفاعلون في هذا المجال عملية الدفع عبر الهاتف المحمول، الفوترة المتكاملة، المدفوعات المبسطة، تبادل العملات بدون تكلفة وتبسيط عمليات الدفع بين الأفراد؛
 - قطاع التمويل: تستفيد التكنولوجيات المالية من المنصات الرقمية التي تشكل دوائر التمويل المباشر (السوق الرقمية) التي يمكن للمستخدمين الوصول إليها كمقترضين أو مقرضين، وهو يشمل الأساس على التمويل الجماعي، والمتكون من ثالث أطراف (المساهمون، المنصات الوسيطة والمقاول بالمشروع) كما يوجد الإقراض من نظير إلى نظير وهو من النماذج المنتشرة في التكنولوجيا المالية، وتعمل هذه المنصات على توفير المعلومات للأفراد والشركات بدافع الإقراض المتبادل بأسعار فائدة منخفضة وإجراءات أقل تعقيدا؛
 - قطاع إدارة الأصول: تتضمن مجموع شركات التكنولوجيا المالية التي تقدم النصيح والمشورة وإدارة الثروات حيث تمكن تقنيات البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة من إعطاء نصائح ذكية حول قرارات الاستثمار دون تدخل بشري مباشر وهو الذي عرف مؤخرا بالمستشار الآلي ومن التقنيات المستخدمة بكثافة في إدارة الثروة تحليل البيانات المجموعة من الأسواق المالية على مر سنوات ومقارنتها بأداء السوق الحالي لتوقع ذكي باستخدام الخوارزميات المصممة لهذا الغرض وتساعد هذه التنبؤات في معرفة حركة السوق ككل أو حركة سهم معين مع الأخذ بعين الاعتبار المدخلات الأخرى كالقرارات الحكومية...إلخ ؛
 - قطاع التأمين: تساهم التكنولوجيا المالية في سرعة تطور قطاع التأمين وفق مختلف مراحلها من خلال منتجات ذات حلول مبتكرة باستخدام تحليل البيانات وانترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي، حيث تولدت منتجات تأمينية وفق الطلب من خلال منصات P2P للتأمين ومنصات للتوزيع الرقمي.

4.II. تأثير التكنولوجيا المالية على المصارف:

تأتي أهمية التكنولوجيا المالية كميزة للبنوك في كونها ستؤثر على عمليات المكتب الأمامي والخلفي من خلال توفير البدائل الجديدة كتقديم المشورة للعملاء ومعالجة المعاملات وتحليل البيانات ومساعدة العملاء على الوصول لخيارات أفضل وإدارة محافظ المنتجات والاستفادة من تكنولوجيا الهاتف النقال وما إلى ذلك، ويكمن الأثر الصافي لجميع هذه التغييرات في تعزيز الكفاءة والقدرات التشغيلية والحد بشكل كبير من التكاليف.

وفي استفتاء اجري لمعرفة ما هي أبرز مزايا التكنولوجيا المالية للمؤسسات المالية، ظهرت النتائج كالتالي:

الشكل رقم (02): مزايا تطبيق التكنولوجيا المالية في المؤسسات المالية.



المصدر: (فاطمة عبد الله، 2021، صفحة 378).

حيث أوضح المستجيبون أن أبرز مميزات التكنولوجيا المالية تكمن في خفض التكاليف (وهي أعلى ميزة) بالإضافة لخلق ميزة تنافسية، وتحسين استبقاء العملاء؛ وبذلك ستحتاج المؤسسات المالية إلى دمج التكنولوجيا المالية أو تطويرها لتظل قادرة على المنافسة.

في تقرير تحذيري من عدم تبني البنوك للتكنولوجيا المالية قامت لجنة بازل بتصنيف البنوك إلى خمس (05) أصناف وهي (وهيبة، أمين، ونادية، 2018، الصفحات 42-43):

- أفضل بنك: وفيه تقوم البنوك بالاستفادة من التقنيات التكنولوجية بتحديث ورقمنة نفسها حفاظاً على العملاء والخدمات المصرفية الأساسية، وأيضاً تنتقل وتتطور إلى وضع أفضل وتستفيد من معرفتها وخبراتها فيما يتعلق بالسوق وقدراتها الاستثمارية، وبذلك تتمكن من تطوير الخدمات وتوفير المنتجات الموائمة للتكنولوجيا الجديدة بالاعتماد على مستحدثاتها خصوصاً الذكاء الاصطناعي؛

- البنك الجديد: بحسب هذا السيناريو فإن البنوك التقليدية لن تستطيع أن تحدث وتطور من نفسها أو أن تستغل التقنيات الجديدة، ولابد من ظهور بنوك جديدة تحل محلها، حيث ستعتمد البنوك الجديدة بشكل أساسي على التكنولوجيا المتقدمة لتقديم الخدمات بصورة أكثر حداثة، وأكثر فاعلية وكفاءة، مع تكلفة أقل، من خلال التطبيقات الذكية والمنصات المعتمدة على الانترنت، وبذلك تبعد عن النموذج التقليدي القديم؛

- البنك الموزع: وهو الشراكة والتعاون بين شركات التكنولوجيا والبنوك المتضمن تقسيم الخدمات بين الأطراف وذلك يضمن الحفاظ على العملاء بحيث يمكنهم استخدام العديد من مقدمي الخدمات المالية بدلاً من البقاء مع شريك مالي واحد، ومثال تلك التعاونيات خدمات الدفع المبتكرة بواسطة الهاتف الجوال، وتقديم الخدمات الاستشارية فيما يتعلق بالاستثمار؛

- البنك الهابط: والذي يتوقع أن تنجو البنوك باعتمادها على خبراتها حيث لن تكون قابلة للتجاوز في بعض الخدمات الأساسية التي تقدمها، إلا أن السلبية هنا أنها ستضع خبراتها بيد الشركات التكنولوجية المالية

وكبرى الشركات عبر الانترنت حيث ستكون هذه الشركات في الواجهة وهي الأساس فيما يتعلق بالتفاعل مع العملاء والمستخدمين، بينما تكون البنوك التقليدية غير منظورة عملياً ويتحول دورها إلى مقدم ومستلم خدمة

يتعلق بالخزانة ومطابقة العمليات ومدى امتثالها للقواعد الرقابية؛

- البنك غير المتطور: وهو أسوأ سيناريو، فهو يفترض أن تحل التقنيات الحديثة محل البنوك التقليدية تماماً وتلغي الحاجة لها، لأنها ستكون الأقدر على تلبية احتياجات العملاء حيث يتم التعامل مالياً عبر الانترنت والمنصات المختلفة بلا وسيط، ومثال ذلك عمليات البتكوين التي تجرى دون الحاجة للبنوك.

ومن ذلك يتضح أنه لا بد للبنوك من التحرك واستغلال هذا الوضع، وتحويله إلى ميزة وفرصة لا بد من اقتناصها والاستفادة منها وتوسيع استراتيجياتها الابتكارية، بدلاً من الانغلاق على العمليات التقليدية الأمر الذي سيؤدي لخسارة كبيرة. وتطبيق التكنولوجيا المالية في القطاع المصرفي يؤدي لتوفير الخدمة المالية بأيسر الطرق وأكثرها فعالية وأقلها تكلفة، الذي يبني عليه تحسين وتطوير أدائها، وللوصول لشرائح أكبر من الناس مما يعزز من ربحيتها ويؤثر إيجابياً على تنافسيتها.

III- إطار النظري للميزة التنافسية في البنوك الإسلامية

يشهد القطاع المصرفي بصفة عامة والمصارف الإسلامية بصفة خاصة منافسة قوية على كافة الأصعدة، ما يفرض عليها تحسين الخدمات، دراسة سلوك العملاء، الاستفادة من الابتكارات التكنولوجية الحديثة واستخدامها لزيادة كفاءة الخدمات وتسهيلها وتحسينها.

III.1. تعريف المصارف الإسلامية:

يعرف المصرف الإسلامي على أنه: "المصرف الذي يلتزم بتطبيق أحكام الشريعة الإسلامية في جميع معاملاته المصرفية والتمويلية والاستثمارية، من خلال تطبيق مفهوم الوساطة المالية القائمة على مبدأ المشاركة في الربح والخسارة" (البلتاجي، 2012، صفحة 07).

III.2. مفهوم الميزة التنافسية:

وتعرف الميزة التنافسية بأنها: "تنشأ من القيمة التي يمكن للمؤسسة أن تخلقها للزبون، وتأخذ شكل فرق الأسعار بين المنافسين مع نفس مستوى الجودة، أو انفراد المنتج بخصائص معينة تزيد من مستوى القيمة المدركة لدى الزبون وتعوض الزيادة في الأسعار (بوكتير، 2018، صفحة 37)".

وفي تعريف آخر: "المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم مزيد من المنافع والقيم التي تتفوق عما يقدمه المنافسون الآخرون" (إياد محمد، 2018، صفحة 24).

وبالنسبة للميزة التنافسية في البنوك، فهي تعرف بـ " قدرة البنوك على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للبنوك الأخرى، وتحقق إذاً أدرك الزبائن أنهم يحصلون من جراء تعاملهم مع البنك على قيمة أعلى من منافسيه" (أسماء، 2013، صفحة 39).

ومن خلال ما سبق، يتضح أن أهمية الميزة التنافسية في كونها تعطي المنظمة تفوقاً نوعياً وكمياً على المنافسين، مما يجعلها متفوقة في الأداء كما أنها تساهم في استبقاء العملاء وتحفيزهم وتطوير التعامل معهم بالإضافة لتأثيرها على العمليات الداخلية للمؤسسة بإعطائها الحركة والمرونة.

3.III. متطلبات تحقيق الميزة التنافسية:

تنشأ الميزة التنافسية نتيجة لعديد العوامل، ومن أهمها في العصر الحالي: التطور التكنولوجي وظهور تكنولوجيا جديدة، مما يخلق فرص جديدة في طرق تقديم وتسويق الخدمات البنكية المقدمة للزبائن. كما ينبني على التطور التكنولوجي تعدد وتجدد حاجات الزبائن، الذي من شأنه أن يخلق ميزات تنافسية جديدة ويستدعي البحث في طرق مبتكرة لإشباع حاجاتهم، ومن العوامل المؤثرة أيضاً، إيجاد منافذ للوصول لشرائح أكبر من العملاء وطرق جديدة في مجال الخدمات البنكية مما يخلق ميزة تنافسية جديدة. وحتى يتم تدعيم الميزة التنافسية: لابد من تحقق المتطلبات التالية (فاطمة عبد الله، 2021، الصفحات 83-84):

- تحقيق الاستفادة القصوى من ميزات التكنولوجيا، ومواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل البنكي لتطوير نظم متميزة تساهم في تقديم الخدمات المالية البنكية بأفضل صورة، واستحداث ابتكارات جديدة تساهم في رفع الكفاءة والأداء وزيادة السرعة وتسهيل المعاملات؛ مما ينعكس على تحقيق رضا العملاء، وتوسيع الحصة السوقية للبنك.

- التنوع في الخدمات البنكية وتطويرها، فقد أدت المنافسة المحتمة التي تواجهها البنوك إلى ضرورة تقديم حزمة متكاملة من الخدمات المتنوعة لإشباع مختلف الاحتياجات والرغبات؛ مما يساهم في دعم استبقاء العملاء والمحافظة على الحصة السوقية.

- الاستثمار في العنصر البشري، وذلك بالتطوير والتدريب المستمر لزيادة إمكانيات العاملين وقدراتهم مما يعينهم على استيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات البنكية، ولا شك أن العنصر البشري من الركائز الأساسية للعمل البنكي، حيث لا بد أن يتواكب مع الخدمات البنكية المتطورة.

- تطوير التسويق البنكي باستخدام أساليب متميزة لنوعية ووسيلة تقديم الخدمة البنكية، والاهتمام بالزبون وتحسين انطباعه، وتصميم المزيج التسويقي بشكل مرن بما يلاءم رغبات واحتياجات الزبائن المستمرة، والاهتمام بالتغذية الراجعة التي تقيس رضا الزبائن والاستفادة منها في التصحيح والتطوير.

- إدارة المخاطر بفاعلية، وذلك بمراقبتها وتعريفها وقياسها بصفة مستمرة بمعايير مناسبة، واتخاذ القرارات الصحيحة فيما يتعلق بذلك عن طريق الأنظمة المعلوماتية والاستعانة بالخبراء، وتطوير الكوادر البشرية في هذا المجال.

- تحسين صناعة واتخاذ القرارات من خلال توفير نظام معلومات حديث يساهم في جمع المعلومات بشكل دقيق وكاف في الوقت الملائم ومن ثم تحليلها بكفاءة لمعرفة الصورة الكاملة للأوضاع البنكية ولاتخاذ القرارات بشكل سليم.

4.III. أبعاد الميزة التنافسية: معظم الدراسات ترى أن أبعاد الميزة التنافسية تتمثل في (إكرم أحمد ورغيد إبراهيم، 2008، الصفحات 70-73):

- التكلفة: وهي أن يقدم البنك نفس الخدمات التي يقدمها المنافسون، ولكن بتكلفة أقل، إذ تعتبر التكلفة أداة تنافسية هامة إذا أحسن البنك استغلالها، ويتم ذلك من خلال الضبط المستمر لتكاليف خدماته، حتى يتم تحديد أسعار تنافسية:

- الجودة: تعبر الجودة عن أداء العمل من أول مرة دون خطأ، وتعد الجودة في القطاع المصرفي من العوامل الأكثر أهمية والتي تؤثر في أداء وحدات العمل على المدى البعيد، فجودة الخدمة وتحسينها المستمر من أكثر الطرق فاعلية في التميز وتساهم في تحسين سمعة المصرف وزيادة حصته السوقية:

- الإبداع: يشير الإبداع المصرفي إلى إدراك وفهم تبني فكرة أو سلوك جديد، تهدف إلى إيجاد نمط جديد لمنتج أو خدمة لم تكن معروفة من قبل؛

- سرعة الاستجابة للعملاء: للوصول إلى استجابة فائقة للعملاء وجب على البنك أن يكون قادراً على إنجاز المهام بشكل يرضي عملاء، أكثر من باقي المنافسين، وسرعة الاستجابة عنصر أساسي في تحقيق رضا الزبون، لأنها تختصر الوقت في تقديم الخدمة، والمرونة هي القدرة على مطابقة التغيرات في السوق وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، أما الموثوقية فتعني الوثوق ومكانية الاعتماد على المنتج بحيث يحقق المنفعة التي يتوقعها الزبون وهذا يدعم استدامة الميزة التنافسية؛

- السمعة: وهي الصورة الجيدة للبنك أو المؤسسة المصرفية، والتي تجعلها متفوقة في نظر الجمهور تتحدد سمعة المصرف على أساس إدراك العملاء لخصائص ومواصفات الخدمة المصرفية والاعتبارات الشخصية والانطباعات التي يتركها في أذهان العملاء.

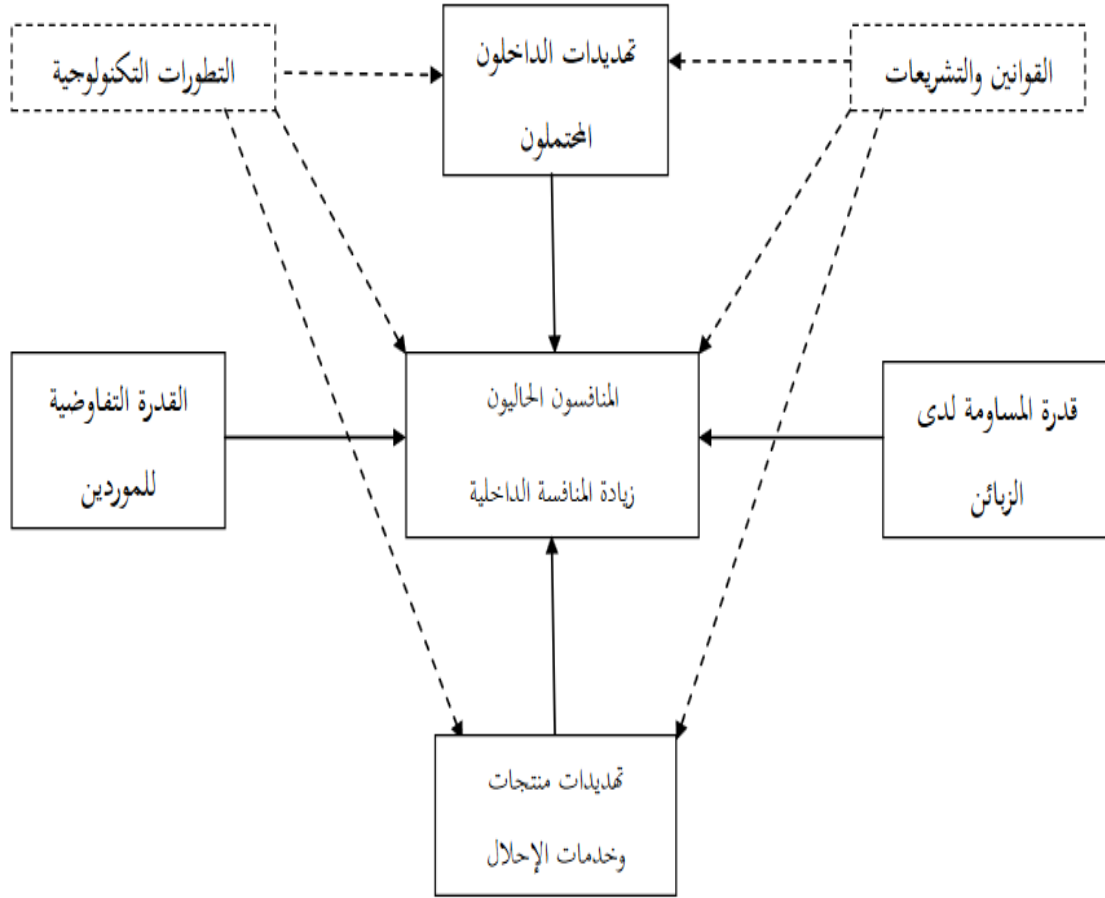
تجدر الإشارة إلى أن للتنافسية المصرفية معايير تتحدد كالآتي (هيثم حمود و آخرون، 2015، الصفحات 204-205):

- مدى تبني مفهوم وأسلوب إدارة الجودة الشاملة؛
- مدى الاهتمام بالتدريب المستمر للعاملين؛
- مدى الاهتمام ببحوث التطوير المصرفي؛
- مدى وجود توجه تسويقي لاستلهم حاجات ورغبات العملاء والسعي المستمر للاستجابة لهذه الحاجات والرغبات والتكيف مع متغيراتها؛
- الحصص السوقية للمصرف ونسبتها إلى إجمالي الحصص للجهاز المصرفي؛
- القدرة على التعامل مع متغيرات البيئة المحلية والعالمية.

III.5. الاستراتيجيات التنافسية للبنوك الإسلامية:

قبل الخوض في الاستراتيجيات التنافسية التي تتبعها البنوك، وجب الإشارة إلى القوى المؤثرة على المنافسة بين البنوك، حيث يرى MICHEAL Porter أن المنافسة في أي صناعة، ما هي إلا حصيلة لخمس قوى للتنافس، هذه القوى هي التي تتحكم فيها وتؤثر في درجتها، وعلى غرار الصناعات الأخرى ينطبق هذا النموذج على الصناعات البنكية، ويمكن توضيح هذه القوى في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): قوى المنافسة المؤثرة في الصناعة البنكية



المصدر: (Zollinger & Lamarque, 2018, p. 181)

يتضح من الشكل رقم (01) ما يلي (Porter, 1999, pp. 214-215):

- 1- المنافسة بين البنوك الحالية: نميز هنا بين نوعين من المنافسة:
 - المنافسة الداخلية: هي نتيجة تعدد البنوك في السوق المحلية، إلى جانب وجود منافسة أخرى من البنوك الأجنبية العاملة في ذلك البلد التي تتمتع عموماً بميزة الدعم الفني والمعلوماتي من مراكزها الرئيسية، الأمر الذي يضعها في موقع تنافسي أفضل؛
 - المنافسة الخارجية: تأتي هذه المنافسة بشكل رئيسي من بنوك خارج الحدود، استفادت وتستفيد من مزايا الانفتاح والتحرر، وتكون هذه المنافسة من بنوك تمتلك موارد غير محدودة مدعومة بمعرفة فنية متقدمة، إلى جانب امتلاكها لأحدث النظم المعلوماتية؛
- 2- تهديدات المنافسين الجدد: تتأثر المنافسة بدخول بنوك جديدة، والتي تشكل تهديداً للبنوك القائمة أين تجذب زبائنها وتفتك منها حصصاً إضافية؛
- 3- تهديدات المنتجات البديلة: تؤثر خاصية إحلال منتجات وخدمات بديلة محل منتجات أخرى على أرباح البنوك، وبالتالي على وضعياتها التنافسية؛

4- القدرة التفاوضية لدى العملاء: يعتبر الزبائن إحدى أهم القوى المؤثرة على المنافسة بين البنوك، وذلك من خلال قدرتهم على مساومتها وتأثيرهم على ربحيتها ويكون ذلك إما بالمطالبة بأسعار منخفضة، جودة عالية أو بالمزيد من الخدمات:

5- القدرة التفاوضية للموردين: وتعنى ازدياد قدرة الموردين على الضغط على البنك، وتزداد قدرتهم التفاوضية عندما يزودون البنك بمورد مهم لا يمكن الاستغناء عنه. وتمكن الإستراتيجية التنافسية من إيصال البنوك إلى اكتساب مهارات وأسواق ومزايا تجعلها تتفوق على منافسيها وريح حصص سوقية وزبائن إضافيين.

IV- التكنولوجيا المالية كآلية لتحقيق الميزة التنافسية على مستوى وكالات مصرف السلام الناشطة على مستوى

ولايات الشرق الجزائري.

1.IV. مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي وكالات مصرف السلام الناشطة على مستوى ولايات الشرق الجزائري (فرع قسنطينة، عنابة، باتنة وعين مليلة)، ومن أجل معرفة مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية فقد تم استهداف عينة عشوائية من الأفراد نظرا لصعوبة الوصول إلى كل مفردات المجتمع، حيث تم تصميم استبيان لجمع بيانات الدراسة باستخدام Google Drive ليسهل توزيعه إلكترونيا، وقد قدرت العينة بـ 72 استبيان صالح للتحليل.

2.IV. أداة الدراسة:

بغية الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على الاستبيان الذي اشتمل على جزأين، خصص الجزء الأول لجمع معلومات عن الخصائص الشخصية المميزة لأفراد عينة الدراسة، وضم الجزء الثاني متغيرات الدراسة، حيث ركز المحور الأول على التكنولوجيا المالية من خلال 10 عبارة، بينما خصص المحور الثاني لإبعاد الميزة التنافسية متمثلة في بُعد التكلفة الأقل، بُعد الجودة وبُعد الإبداع وذلك من خلال 15 عبارة، ووزعت البيانات طبقا لمقياس ليكارت الثلاثي وفق الدرجات التالية.

الجدول رقم (01): درجات مقياس الدراسة.

المتوسط الحسابي	من 1 إلى 1.66	من 1.67 إلى 2.33	من 2.34 إلى 3
درجة التحقق	منخفضة	متوسطة	مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على حساب المدى بين درجات المقياس.

4.IV. قياس صدق وثبات أداة الدراسة

قبل إجراء الدراسة لابد من التأكد من صدق الأداة، ونعني بالصدق تناسق عبارات الاستبيان مع بعضها البعض حيث تم الاعتماد على طريقة معاملات الارتباط بيرسون Pearson لقياس ثبات الصدق الداخلي، ومعامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة.

الجدول رقم (02): اختبار لقياس صدق وثبات الاستبيان

معامل الثبات	معامل الصدق	عدد العبارات	أجزاء الاستبيان
0.619	0.786	10	التكنولوجيا المالية
0.567	0.752	05	التكلفة أقل
0.328	0.572	05	الجودة
0.651	0.806	05	الإبداع

0.658	0.811	15	الميزة التنافسية
0.777	0.881	25	الاستبيان ككل

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للدرجة الكلية كانت 0.777 وهي أكبر من أدنى قيمة مقبولة لمعامل الثبات 0.6، مما يؤكد ثبات الاستبيان وصلاحيته للتحليل والوثوق في النتائج التي سيتم التوصل إليها، كما يتضح من اختبار صدق الاتساق الداخلي أن درجة الاتساق بين عبارات كل جزء من الأجزاء عالية، ما يدل على أن المحاور صادقة لما وضعت لقياسه وذلك بنسبة 88.1%.

5.IV. التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة

1.5.IV. التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة:

خلصت نتائج تحليل أسئلة الاستمارة كما يلي:

الجدول رقم (03): تحليل البيانات الشخصية

البيانات	عدد العبارات	التكرار	% النسبة
الجنس	ذكر	48	66.7
	أنثى	24	33.3
الفئة العمرية	أقل من 35 سنة	14	19.4
	من 35 إلى 50 سنة	50	69.4
	أكبر من 50 سنة	8	11.2
الخبرة المهنية	أقل من 10 سنوات	18	25
	من 10 إلى 25 سنة	48	66.7
	أكثر من 25 سنة	6	8.3
المستوى التعليمي	ثانوي	15	20.9
	جامعي	57	79.1
المنصب	مكلف بالدراسات	46	63.9
	مكلف بالزبائن	18	25
	مشرف	6	8.3
	مدير وكالة	2	2.3
المجموع		72	100

المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS، فإن مفردات عينة الدراسة حسب الجنس تقدر بنسبة 66.7% من أفراد العينة ذكور، في حين تقدر نسبة الإناث 33.3%، أما الفئة العمرية فإن نسبة 11.2% من أفراد عينة الدراسة أعمارهم أكثر من 50 سنة، وهي أقل نسبة من حيث العمر، وتمثل نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و 50 سنة 69.4%، في حين الأفراد الذين أعمارهم أقل من 35 سنة فهم يمثلون نسبة 19.4%، أما الخبرة المهنية تمثل نسبة الأفراد الذين يملكون خبرة مهنية أكثر من 25 سنة 8.3%، وهي أقل نسبة، وتمثل نسبة الأفراد الذين يملكون خبرة مهنية من 10 إلى 25 سنة 66.7% في حين الأفراد الذين يملكون خبرة مهنية أقل من 10 سنوات فيمثلون نسبة 25%، أما المستوى التعليمي فإن أغلبية أفراد العينة يملكون مستوى جامعي حيث يمثلون نسبة 79.1%، في حين تقدر نسبة من يملكون مستوى ثانوي بـ

20.9%، أما المنصب فإن منصب مدير وكالة ومشرف يمثلون نسبة 2.3%، 8.3% على التوالي من أفراد عينة الدراسة وهي أقل النسب، ويأتي بعدهم المكلفون بالزبائن ويمثلون بنسبة 25%، أما المكلفون بالدراسات فيمثلون نسبة 63.9% من أفراد عينة الدراسة وهي أعلى نسبة.

IV.2.5 التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة: سيتم حساب المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ومن ثم درجة التحقق وذلك لتحليل إجابات أفراد العينة نحو محاور الدراسة وإجابات أفراد العينة، وذلك لمعرفة التوجه العام لإجاباتهم وأهمية كل بعد من أبعاده، وهو ما سيتم عرضه في ما يلي:

الجدول رقم (04): نتائج التحليل الوصفي لمحاور الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	درجة التحقق
0.401	2.286	نتائج بُعد التكلفة أقل	متوسطة
0.325	2.526	نتائج بُعد الجودة	مرتفعة
0.354	2.396	نتائج بُعد الإبداع	مرتفعة
0.268	2.399	نتائج محور الميزة التنافسية	مرتفعة
0.257	2.591	نتائج محور التكنولوجيا المالية	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح الجدول أعلاه أن المعدل العام لعبارات بُعد التكلفة أقل قد قدر بـ 2.286 وبهذا فهو يقع عند مستوى الموافقة بدرجة متوسطة وفقا للمتوسط المرجح لسلم ليكارت الثلاثي وانحراف معياري قدره 0.401 مما يدل على وجود تشتت متوسط للقيم عن متوسطها الحسابي، حيث اجمع أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على عبارات بُعد أقل تكلفة؛

قدر المعدل العام لعبارات بُعد الجودة بـ 2.526 وبهذا فهو يقع عند مستوى الموافقة بدرجة مرتفعة وفقا للمتوسط المرجح لسلم ليكارت الثلاثي وانحراف معياري قدره 0.325 مما يدل على وجود تشتت منخفض للقيم عن متوسطها الحسابي، حيث اجمع أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على عبارات بُعد الجودة؛

كما قدر المعدل العام لعبارات بُعد الإبداع بـ 2.396 وبهذا فهو يقع عند مستوى الموافقة بدرجة مرتفعة وفقا للمتوسط المرجح لسلم ليكارت الثلاثي وانحراف معياري قدره 0.354 مما يدل على وجود تشتت منخفض للقيم عن متوسطها الحسابي، حيث اجمع أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على عبارات بُعد الإبداع؛

فيما قدر المعدل العام لعبارات المحور الخاص بالميزة التنافسية بـ 2.399 وبهذا فهو يقع عند مستوى الموافقة بدرجة مرتفعة وفقا للمتوسط المرجح لسلم ليكارت الثلاثي وانحراف معياري قدره 0.268 مما يدل على وجود تشتت منخفض للقيم عن متوسطها الحسابي، حيث اجمع أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على عبارات محور الميزة التنافسية؛

أما بالنسبة للمعدل العام لعبارات المحور الخاص بالتكنولوجيا المالية فقد قدر بـ 2.591 وبهذا فهو يقع عند مستوى الموافقة بدرجة عالية وفقا للمتوسط المرجح لسلم ليكارت الثلاثي وانحراف معياري قدره 0.257 مما يدل على وجود تشتت منخفض للقيم عن متوسطها الحسابي، حيث اجمع أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على فوائد التكنولوجيا المالية.

6.IV. اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار فرضيات الدراسة لابد من تحقق اعتدالية توزيع البيانات، بحيث تكون تتبع التوزيع الطبيعي، ولأجل ذلك تم اعتماد اختبار Kolmogorov-Smirnov Z، وكانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (05): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

محاور الدراسة	قيم الاختبار Z	القيمة المعنوية sig
التكنولوجيا المالية	0.173	0.000
الميزة التنافسية	0.102	0.023
الاستبيان ككل	0.131	0.004

المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح الجدول نتائج اختبار التوزيع الطبيعي، حيث بلغت قيمة الاختبار Z بالنسبة لمتغير التكنولوجيا المالية 0.173 عند مستوى معنوية sig=0.000، في حين بلغت قيمة الاختبار Z لمتغير الميزة التنافسية 0.102 عند مستوى معنوية sig=0.023، بينما بلغت قيمة الاختبار Z للاستبيان ككل 0.131 عند مستوى معنوية sig=0.004 وبما أن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة كانت أكبر من 0.05 فإن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح بإجراء الاختبارات المعلمية عليها.

1.6.IV. اختبار الفرضيات الفرعية: تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل معرفة العلاقة بين التكنولوجيا المالية وأبعاد الميزة التنافسية، ولأجل ذلك تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (06): نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الانحدار b	معامل الانحدار a	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	القيمة المحسوبة T	القيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة Sig
التكنولوجيا المالية	التكلفة أقل	0.812	0.215	0.569	0.324	5.712	32.763	0.000
	الجودة	0.564	1.021	0.491	0.241	4.654	21.768	0.000
	الإبداع	0.331	1.544	0.303	0.092	2.306	5.319	0.012

المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كالتالي:

- الفرضية الفرعية الأولى: أكدت النتائج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) ≤ α بين التكنولوجيا المالية والتكلفة أقل، حيث بلغ معامل الارتباط 0.569، مما يدل على وجود ارتباط متوسط نسبياً بين المتغيرين. أما معامل التحديد فقد بلغ 0.324، أي أن القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار كانت نسبته 32.4% من التكلفة أقل يعود إلى التكنولوجيا المالية والباقي يعود إلى عوامل أخرى، بينما أظهر اختبار (F) بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية، حيث بلغ مستوى الدلالة Sig=0.000 وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05) ≤ α .

وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة الموالية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والتكلفة أقل كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام".

- الفرضية الفرعية الثانية: أكدت النتائج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والجودة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.491، مما يدل على وجود ارتباط متوسط بين المتغيرين. أما معامل التحديد فقد بلغ 0.241، أي أن القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار كانت نسبته 24.1% من الجودة يعود إلى التكنولوجيا المالية والباقي يعود إلى عوامل أخرى، بينما أظهر اختبار (F) بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية، حيث بلغ مستوى الدلالة Sig=0.000 وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة الموالية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية الجودة كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام".

- الفرضية الفرعية الثالثة: أكدت النتائج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والإبداع، حيث بلغ معامل الارتباط 0.303، مما يدل على وجود ارتباط ضعيف بين المتغيرين. أما معامل التحديد فقد بلغ 0.092، أي أن القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار كانت نسبته 9.2% من الإبداع يعود إلى التكنولوجيا المالية والباقي يعود إلى عوامل أخرى، بينما أظهر اختبار (F) بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية، حيث بلغ مستوى الدلالة Sig=0.012 وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وعليه ترفض الفرضيات العدمية وتقبل الفرضيات البديلة الموالية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والإبداع كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام".

2.6.IV. اختبار الفرضيات الرئيسية

▪ الفرضية الرئيسية الأولى: لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى يجب الاعتماد على اختبار T-Test للعينة الواحدة، وهو ما سيتم توضيحه من خلال الآتي:

الجدول رقم (07): نتائج اختبار T-Test للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

المتغير المستقل	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	القيمة المحسوبة T	مستوى الدلالة Sig	القرار
التكنولوجيا المالية	2.591	71	74.560	0.000	محقة

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى، حيث بلغت قيمة المحسوبة $t = 74.560$ عند مستوى دلالة sig=0.000، وهي أقل من مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، وعليه تقبل الفرضية البديلة التي مفادها: "يتبنى مصرف السلام التكنولوجيا المالية من وجهة نظر موظفيه"، ومن خلال المتوسط الحسابي يمكن القول أن تبنى البنك الوطني الجزائري للتكنولوجيا المالية من وجهة نظر موظفيه مستواه مقبول، والذي بلغت قيمته 2.591 ليقع في مجال الموافقة بدرجة عالية وفقا للمتوسط المرجح لسلم ليكارت الثلاثي.

■ الفرضية الرئيسية الثانية: لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية يجب الاعتماد على اختبار T-Test للعينة الواحدة، وهو ما سيتم توضيحه من خلال الآتي:

الجدول رقم (08): نتائج اختبار T-Test للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية

اختبار T	اختبار Levene		طبيعة التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	الجنس	المتغير
	Sig	F						
0.320	0.791	0.936	0.200	متجانس	0.76	2.45	48	ذكر
				غير متجانس	0.74	2.60	24	أنثى

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية، حيث بلغت قيمة $t=0.791$ عند مستوى دلالة $\text{sig}=0.320$ ، وهي أكبر من مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$). وعليه ترفض الفرضيات العدمية وتقبل الفرضيات البديلة الموالية: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في مدى تبني التكنولوجيا المالية بين أفراد عينة الدراسة تُعزى لمتغير الجنس".

■ الفرضية الرئيسية الثالثة: تم الاعتماد على الانحدار الخطي البسيط لتحديد العلاقة بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية، وكانت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (09): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

مستوى الدلالة Sig	القيمة المحسوبة F	القيمة المحسوبة T	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	ثابت الانحدار a	معامل الانحدار b	المتغير التابع	المتغير المستقل
0.000	145.37	6.695	0.397	0.638	0.945	0.540	الميزة التنافسية	التكنولوجيا المالية

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

أكدت النتائج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الارتباط 0.638، مما يدل على وجود ارتباط مقبول بين المتغيرين. أما معامل التحديد فقد بلغ 0.399، أي أن القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار كانت نسبته 39.9% من التغيير في الميزة التنافسية يعود إلى التكنولوجيا المالية والباقي يعود إلى عوامل أخرى، بينما أظهر اختبار (F) بأن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية، حيث بلغ مستوى الدلالة $\text{Sig}=0.000$ وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة الموالية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام".

ويمكن كتابة العلاقة بين المتغير المستقل التكنولوجيا المالية والمتغير التابع الميزة التنافسية في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار الخطي كما يلي: $Y = 0.945 + 0.540 X$ حيث يمثل: Y: الميزة التنافسية. X: التكنولوجيا المالية.

V- الخاتمة :

أصبحت التكنولوجيا المالية واقع وجزأ لا يتجزأ من حياة المجتمع ومشاركا فاعلا في جميع القطاعات الحيوية وبالأخص المصرفية كونها قدمت جملة من الابتكارات ساعدت المصارف في الوصول إلى جملة من الأهداف ومنها تحقيق الميزة التنافسية.

1.V. نتائج البحث:

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- يتبنى مصرف السلام التكنولوجيا المالية من وجهة نظر موظفيه، من خلال تبني إستراتيجية التحول الرقمي بافتتاح وكالات رقمية، الاعتماد على تطبيق الهاتف المصرفي وتوفير مختلف الخدمات المالية الرقمية؛
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) في مدى تبني التكنولوجيا المالية بين أفراد عينة الدراسة تُعزى لمتغير الجنس، حيث كانت إجابات أفراد العينة سواء الذكور منهم أو الإناث متجانسة في الأسئلة الخاصة بمحور التكنولوجيا المالية؛
- اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام، فتنافسية المصرف تزيد بزيادة نسبة الربحية وهي ناتجة عن زيادة توظيف التكنولوجيا المالية، مما يسهم في رفع أداء المصرف، خفض التكلفة وجذب العملاء؛
- اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والتكلفة أقل كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام، فزيادة الاعتماد على التكنولوجيا المالية من خلال المنافذ والخدمات الالكترونية وتقليص الاعتماد على المنافذ الكلاسيكية يخفض التكاليف مما يسهم في طرح منتجات منخفضة التكلفة أو يزيد هامش الربح وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية ؛
- اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والجودة كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام، فالتكنولوجيا المالية من خلال تطبيقات الهاتف المصرفي وباقي الخدمات الالكترونية التي تتيحها منح الخدمات جودة ومنه المساهمة في تحقيق الميزة التنافسية؛
- اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التكنولوجيا المالية والإبداع كُبعد من أبعاد الميزة التنافسية من وجهة نظر موظفي مصرف السلام، فالاعتماد على الابتكارات المستمرة التي تتيحها التكنولوجيا المالية يسهم في زيادة درجة الإبداع مقارنة بالمنافسين وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية ؛
- تعتبر الميزة التنافسية مهمة للمصرف كونها تعطي المصرف تفوقا نوعيا وكيميا على المنافسين، مما يجعله متفوقا في الأداء كما أنها تسهم في استبقاء العملاء وتحفيزهم وتطوير التعامل معهم، وتؤدي الاستفادة من الابتكارات التكنولوجية الحديثة لتحقيق كفاءة التكلفة، الوقت والجودة؛
- يترتب على استخدام تطبيقات التكنولوجيا المالية مخاطر عدة متعلقة بالائتمان والتهمير والجرائم الالكترونية.

2.V. مقترحات البحث:

مما سبق يمكن تقديم جملة من الاقتراحات منها الآتي:

- ضرورة إنشاء مراكز لخدمة وتطوير المنتجات والأدوات المالية الإسلامية المعتمدة على أحدث التكنولوجيات والتقنيات المالية، والتي تشترك فيها المصارف الإسلامية مما يساهم في تطوير المالية الإسلامية وتعزيز المنافسة في سوق الصناعة المالية؛
- ضرورة استثمار تقنيات التكنولوجيا المالية في سياق تطوير الخدمات المالية الإلكترونية للتقليل من الطرق التقليدية المستخدمة في المصارف الإسلامية؛
- ضرورة ابتكار المزيد من طرق التكنولوجيا المالية لزيادة تنافسية البنوك الإسلامية وبالتالي زيادة حصتها السوقية وذلك عن طريق زيادة الإنفاق على مشروعات البحث والتطوير في عالم التكنولوجيا المالية؛
- العمل على تهيئة المستلزمات الضرورية من موارد بشرية وأجهزة ومعدات لإنجاح فكرة التكنولوجيا المالية وتنمية الوعي المصرفي لدى فئات المجتمع المختلفة من خلال الترويج للمتعاملين بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف الإسلامية وكيفية الاستفادة منها؛
- التنوع في الخدمات البنكية وتطويرها وبالأخص الإلكترونية منها كالتطبيقات الهاتفية للمصارف، فقد أدت المنافسة المحتدمة التي تواجهها البنوك إلى ضرورة تقديم حزمة متكاملة من الخدمات المتنوعة لإشباع مختلف الاحتياجات والرغبات مما يساهم في دعم استبقاء العملاء والمحافظة على الحصة السوقية؛
- ضرورة قيام المصارف الإسلامية بوضع أطر قانونية خاصة باستخدام التكنولوجيا المالية والتي تساهم بشكل ملحوظ في تطوير المنتجات المالية التكنولوجية؛
- ضرورة إدارة المخاطر الناتجة عن استخدام التكنولوجيا المالية بفاعلية، والتطوير الفعال للرقابة المالية، ووضع نظم الحماية واستخدام التقنية التنظيمية لتقليل المخاطر ومراقبة الأنشطة المالية ومنع أي تحايل أو اختراق مما يزيد من كفاءة المصرف الإسلامي، حتى لا يتم السير في الابتكار على حساب سلامة ومتانة المصرف الإسلامي.

VI- الإحالات والمراجع :

- Porter, M. (1999). *l'avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*. Paris, France: Edition DUNOD.
- Zollinger, M., & Lamarque, E. (2018). *Marketing et stratégie de la banque* (éd. 5 ème édition). Paris, France: édition DUNOD.
- الشلبي هيثم حمود، و آخرون. (2015). دور الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية. (المركز العربي للدراسات والبحوث، المحرر) *المجلة العربية للدراسات المعلوماتية* ، الصفحات 204-205.
- الطويل أكرم أحمد، و إسماعيل رغيد إبراهيم. (2008). العلاقة بين أنواع الابتعاث التقني وأبعاد الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في مجموعة مختارة من الشركات الصناعية. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية* ، السابع (السادس والعشرون)، الصفحات 70-73.
- رابح بريس. (2023). دور التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية، أطروحة دكتوراه. البلدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة البلدة 2 لونيبي على.

- سلام عبد الرضا مصطفى، و اخرون. (20 ديسمبر، 2020). التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة جامعة جيهان ، الرابع (الثاني)، صفحة 29.
- شريف سامي. (19 جويلية، 2019). التحول الرقمي والشمول المالي - واقع وتحديات - . مجلة الدراسات الاقتصادية ، السابع والعشرون (الثاني)، صفحة 15.
- عبد الرحيم وهيبية، بن سعيدة أمين، و عبد الرحيم نادية. (فيفري، 2018). شركات التكنولوجيا المالية في الشرق الاوسط وشمال إفريقيا. المجلة العالمية للاقتصاد والاعمال ، الرابع (الاول)، الصفحات 42-43.
- عماني لمياء، و حدوش وفاء. (ديسمبر، 2017). نموذج الاعمال في شركات التكنولوجيا المالية. مجلة العلوم المالية والادارية ، الاول (الاول)، صفحة 392.
- كرجلى أسماء. (2013). اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، رسالة ماجستير. بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة أحمد بوقرة.
- لطرش ذهبية، و حراق سمية. (2020). واقع التكنولوجيا المالية في الدول العربية وأهميتها في تعزيز الشمول المالي. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة ، الخامس (الاول)، صفحة 93.
- محمد البلتاجي. (2012). المصارف الاسلامية النظرية - التطبيق والتحديات (الإصدار الاولي). مصر: مكتبة الشروق الدولية.
- محمد عطية فاطمة عبد الله. (جويلية، 2021). التكنولوجيا المالية و دعم القدرة التنافسية للمصارف الاسلامية - دراسة تطبيقية لبنك فيصل الاسلامي. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة ، السابع (الاول)، الصفحات 83-84.
- محمود بارود إباد محمد. (2018). دور التجارة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة، مذكرة ماجستير. غزة، كلية التجارة، فلسطين: الجامعة الاسلامية.
- نصير بوكثير. (2018). تأثير استخدام المنتجات المالية المستحدثة في بناء الميزة التنافسية للبنوك التجارية العمومية، مذكرة ماستر. المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة محمد بوضياف.

VII- الملاحق :

الملحق رقم 01: الاستبيان

استبيان حول التكنولوجيا المالية كآلية لتحقيق الميزة التنافسية على مستوى البنوك الإسلامية.

في إطار البحث والتحضير لدراسة مشروع حول مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى البنوك الإسلامية، يرجى من الموظفين الإجابة بعناية على مضمون الاستبيان، كما نعلمكم أن إجاباتكم سوف تحظى بالسرية التامة وسوف تستخدم لإغراض البحث العلمي فقط دون سواه.

المطلوب من سيادتكم وضع علامة (x) في الخانة المناسبة أو ملئ الفراغات:

أولاً- البيانات الشخصية:

الجنس

ذكر

أنثى

الفئة العمرية

أقل من 35 سنة

من 35 إلى 50 سنة

أكبر من 50 سنة

المستوى التعليمي

ثانوي

جامعي

الرتبة

مكلف بالدراسات

مكلف بالزبائن

رئيس مصلحة/مشرف

مدير

سنوات العمل بالوكالة

أقل من 10 سنوات

من 10 إلى 25 سنة

أكثر من 25 سنة

ثانيا- محددات التكنولوجيا المالية:

متغيرات الدراسة	الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
التكنولوجيا المالية	1	تمتلك إدارة المصرف فكرة شاملة عن التكنولوجيا المالية وآلية تنفيذها في العمل المصرفي.					
	2	يمتلك المصرف البنى التحتية اللازمة لتنفيذ التكنولوجيا المالية.					
	3	لدى المصرف مراكز متخصصة لتطوير الابتكارات في الخدمات المصرفية.					
	4	يعتمد مصرفنا على برامج تقنية رقمية في تسير عملياته.					
	5	تحقق التكنولوجيا المالية سهولة وصول العملاء للخدمات المصرفية.					
	6	إن اعتماد التكنولوجيا المالية يساهم في تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة.					
	7	إن اعتماد التكنولوجيا المالية يمكن من إيجاد عديدي الابتكارات المالية التي تسهم في تسد حاجات العملاء .					
	8	إن اعتماد التكنولوجيا المالية يساهم في اختصار وقت الحصول على الخدمة.					
	9	يتمكن عملائنا من القيام بمختلف تعاملاتهم المالية وبسهولة تامة من خلال التكنولوجيا المالية.					
	10	يعتقد المصرف أن التكنولوجيا المالية تسهم في تحقيق التميز					

ثالثا- محددات الميزة التنافسية:

متغيرات الدراسة	متغيرات فرعية	الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الميزة التنافسية	تقل التكاليف	1	يقوم المصرف بدراسة كافية لأسعار السوق عند تحديد أسعار الخدمات المصرفية .					
		2	تتسم خدمات المصرف بالسعر المنخفض مقارنة بالبنوك التجارية.					
		3	يعتبر هامش الربح المطبق في المصرف الأفضل مقارنة بالمنافذ والمصارف الإسلامية الأخرى.					
		4	ينتج المصرف إستراتيجية خفض التكاليف لزيادة حصته السوقية.					
		5	يعمل المصرف على الاستغلال الأمثل لموارده لتخفيض التكاليف.					
	تعد الجودة	6	يسعى المصرف إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية.					
		7	توفر المصرف على قوانين ولوائح تضبط العلاقة بين المتعاملين مع المصرف.					
		8	توفر المصرف على العدد الكافي من الفروع بما يمكن العملاء من الوصول إلى الخدمات المصرفية.					
		9	يعتبر متوسط الوقت الذي يقضيه العملاء في الاضطفاف على مستوى فروع المصرف مقبول.					
	تعد الإبداع	10	يعتمد المصرف على أساليب متعددة للرقابة على الجودة.					
		11	يمتلك المصرف تركيبة خاصة ومجموعة مهارات إبداعية.					
		12	يسعى المصرف إلى مواكبة جادة للتطورات والمستجدات في البيئة المصرفية.					
		13	يضم المصرف قسم خاص يعنى بالتطور والإبداع.					
		14	يمتلك المصرف كفاءات فريدة تصعب مجاراتها وتقليدها.					
		15	يمتلك المصرف تكنولوجيا ابتكارية عالية ومتميزة .					