

دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف السعودية -دراسة حالة مصرف الراجحي-

اعطيات بنممر^{1*}

¹ كلية العلوم والدراسات الإنسانية، قسم إدارة الأعمال، جامعة شقراء المملكة العربية السعودية

The role of financial technology in achieving competitive advantage in Saudi banks -A case study of Al-Rajhi Bank-

Atiyet BEN AMOR^{1,*}

¹ College of Science and Humanities. Department of Business Administration –

Shaqra University. Saudi Arabia.

تاريخ الاستلام: 2023/02/12؛ تاريخ المراجعة: 2023/06/01؛ تاريخ القبول: 2023/06/15

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور التكنولوجيا المالية في خلق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، والبحث عن طبيعة العلاقة بينهما. وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوزيعها على موظفي مصرف الراجحي في مدينة الرياض حيث بلغت العينة 280 موظف. وتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها إلى أن التكنولوجيا المالية لها دور واضح في خلق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي بأبعادها الأربعة (الجودة، التسليم، التكلفة، المرونة). هذا ما يقودنا إلى استنتاج أن الميزة التنافسية تستمد قوتها من التكنولوجيا المالية، وأن هناك علاقة طردية بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية. عند استخدام التكنولوجيا المالية لتحسن الخدمات المصرفية وتزداد لدى المصارف الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية : التكنولوجيا المالية : الميزة التنافسية : الخدمات المصرفية : مصرف الراجحي.

تصنيف JEL : G2, G21

Abstract:

This study aims to identify the role of financial technology in creating competitive advantage for Al-Rajhi Bank and to explore the nature of their relationship. This research relies on an analytical-descriptive approach. Questionnaire is used as a tool for data collection and distribution to the employees of Al-Rajhi Bank in Riyadh City, with a sample of 280 employees. SPSS program is used to analyze the data. The study draws a number of results, the most important of which is that financial technology plays an important role in creating a competitive advantage in Al Rajhi Bank in its four dimensions (quality, delivery, cost, flexibility). This leads us to conclude that the strength of competitive advantage comes from financial technology. There is a positive relation between financial technology and competitive advantage. With the application of financial technology, banking services are improved and banks have a greater competitive advantage.

Keywords: Financial Technology ; Competitive advantage ; Banking services ; Al-Rajhi Bank .

Jel Classification Codes : G2, G21

I- تمهيد:

يشهد العالم في وقتنا الحالي تغيرات وتحولات هائلة طالت جميع المنشآت. وقد ساهمت الثورة المعلوماتية في خلق هذا التحول والتأثير على أداء المؤسسات. أصبحت المعلومات مورداً استراتيجياً مهماً للمنظمات إذ تعتبر المادة الأولية لأي نشاط، لذا نجد معظم دول العالم المتقدم تتسابق فيما بينها لوضع استراتيجيات وخطط لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال. وقد ساهم هذا التطوير في التوجه نحو التحول الرقمي، وتم رقمنة المعاملات في مختلف القطاعات لمواكبة هذه التطورات. ولعل من أبرزها القطاع المصرفي، فقد شهدت الصناعة المصرفية تحولاً أساسياً تزامناً مع ظهور التكنولوجيا المالية (Fintech) والتي أتاحت للبنوك أفقاً جديدة نحو التحول الرقمي في العمليات والمنتجات والخدمات بهدف الوصول إلى تحقيق رغبات العملاء. حيث أصبح اعتماد التكنولوجيا الرقمية والاندماج في الاقتصاد الرقمي أمراً ضرورياً للمصارف والمؤسسات المالية لتوسيع نطاق أعمالها واختراق أسواق جديدة وتقديم خدمات أفضل وأسرع لتلبية احتياجات العملاء. وفي ظل مختلف هذه التطورات وجدت جميع المنظمات نفسها تواجه تحديات كبيرة تستدعي منها إيجاد سبل جديدة تمكنها من استيعاب هذه المستجدات ورفع التحديات. خاصة مع انتشار العولة الاقتصادية وارتفاع حدة المنافسة المحلية والعالمية، الأمر الذي يجعل تحقيق مزايا تنافسية للمؤسسة شرطاً ضرورياً للبقاء.

ترتبط الميزة التنافسية من جهة بتحقيق كفاءة من خلال إنتاجية عالية تكون ذات علاقة بتكاليف المدخلات اللازمة لإنتاج مخرجات معينة. ومن جهة أخرى من خلال الجودة العالية التي من شأنها أن تساعد على تكوين سمعة جيدة للمؤسسة. ومن جهة ثالثة ترتبط بالإبداع الذي يتحقق من خلال العمل بأسلوب جديد ومختلف عن المنافسين، وهذا الاختلاف والتميز يعتمد على المعرفة الدقيقة لوضع المنافسين وهو ما لا يمكن الوصول إليه بالاعتماد على الطرق التقليدية في نقل المعلومات وتداولها، وإنما يتطلب تكنولوجيا عالية ومتطورة للحصول على المعلومة واستغلالها.

مع التطورات السريعة في عالم التقنية واتجاه العديد من الحكومات والمنشآت نحو الخدمات الرقمية، حرصت المملكة العربية السعودية على مفهوم التحول الرقمي الحكومي واستبدلت العمليات التقليدية المتعارف عليها بالعمليات الرقمية. ووضعت خطط واستراتيجيات لضمان تحقيق أهدافها بأعلى كفاءة وجودة ممكنة للوصول إلى حكومة رقمية متكاملة تقدم كافة الخدمات للمستفيدين. فتمتلك المملكة العربية السعودية ببنية تحتية رقمية قوية ساهمت في سرعة عملية التحول الرقمي، وتمكنت من مواجهة الالتزامات المعطلة للخدمات في القطاعين الخاص والعام. صنفت المملكة العربية السعودية من ضمن أفضل عشر دول متقدمة في العالم لما تمتلكه من قوة في مؤشر البنية التحتية الرقمية للاتصالات وتقنية المعلومات. وقد شهد مصرف الراجحي عام 2021 زيادة كبيرة في قاعدة عملاء المصرف النشطين رقمياً إلى 9.7 مليون عميل، بما يمثل أكثر من 80% من إجمالي قاعدة عملاء المصرف النشطة. وساهمت القنوات الرقمية بشكل كبير في الأعمال الرئيسية، إذ تم تنفيذ 85% من جميع الحوالات و83% من مدفوعات "سداد" عبر القنوات الرقمية، فيما قدمت طلبات الحصول على 80% من جميع البطاقات الصادرة عن المصرف عبر القنوات الرقمية. وقد أثمرت عمليات التحول الرقمي عن تحقيق نمو

بنسبة 175% على أساس سنوي في معاملات التجارة الإلكترونية، ونمو بنسبة 125% في إصدار البطاقات وبنسبة 23% في معاملات السوق الإلكتروني.

مشكلة الدراسة:

في ظل التطور الذي يعيشه ويواجهه العالم من التقنيات الحديثة، وظهور الثورة المعلوماتية وتوفر الخدمات الموجهة للبنوك والشركات والانترنت، والتوجه نحو التحول الرقمي، ورقمنه المعاملات أصبح من الضروري على المنشآت وخاصة منها المصارف من مواكبة هذا التطور والسعي لتطوير أدائها باستخدام التكنولوجيا المالية. فالتقدم في المجالات التقنية ومنها التكنولوجيا المالية أصبح من الموضوعات المهمة، وهذا ما دفع العديد من المؤسسات المالية إلى الاستثمار في هذه التكنولوجيا والاستفادة من المزايا التي تحققها ومنها الميزة التنافسية. فالميزة التنافسية تعد من سمات المنشآت الناجحة فجميع المنشآت تسعى لأن تتال هذه السمة، ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة والتي تناولت مشكلة البحث مثل دراسة (علام (2022)، براديب وآخرون (Pradeep et al) (2021)، عمران وجعيل (2020)، زواويد وحجاج (2018)، بختي ومجاني (2019) لا بد من تسليط الضوء على التكنولوجيا المالية، والتي من شأنها أن تلعب دور في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك. من خلال ما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو الدور الذي تلعبه التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي؟

أهداف الدراسة

تتجسد أهداف هذه الدراسة وتهدف إلى تحقيق ما يلي:

- التعريف بنوع طبيعة العلاقة بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية.
- توضيح أثر العلاقة بين التكنولوجيا المالية وبين الميزة التنافسية في مصرف الراجحي.
- توضيح أثر العلاقة بين التكنولوجيا المالية وبين بعد الجودة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي.
- توضيح أثر العلاقة بين التكنولوجيا المالية وبين بعد التسليم كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي.
- توضيح أثر العلاقة بين التكنولوجيا المالية وبين بعد التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي.
- توضيح أثر العلاقة بين التكنولوجيا المالية وبين بعد المرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي.
- تقديم مجموعة من التوصيات التطبيقية والتي يمكن أن تساهم في تطوير دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك السعودية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في التعرف إلى واقع استخدام التكنولوجيا المالية في المصارف السعودية، وعلاقتها بالميزة التنافسية. وجاءت هذه الدراسة بمثابة دعوة إلى التطوير، والتفاعل مع المستجدات، وتوفير الوقت والجهد وتحسين جودة الخدمات لتحقيق الميزة التنافسية.

فرضيات الدراسة:

بناءً على مشكلة الدراسة وتساؤلاتها صيغت فرضيات الدراسة كالتالي:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين الميزة التنافسية في مصرف الراجحي وذلك عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$.

ومنها تتبع الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد الجودة كأحد ابعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي وذلك عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد التسليم كأحد ابعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي وذلك عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد التكلفة كأحد ابعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي وذلك عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد المرونة كأحد ابعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي وذلك عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$.

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بهدف معرفة أثر علاقة استخدام التكنولوجيا المالية على الميزة التنافسية في مصرف الراجحي. يعد هذا المنهج مناسباً لوصف وفهم طبيعة المشكلة من خلال جمع البيانات وتحليلها واختبار فرضيات الدراسة ومن ثم استخلاص أهم النتائج والتوصيات. للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها لجأت الباحثة إلى استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار السادس والعشرون SPSS V.26.

نموذج الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها تم تصميم نموذج مقترح لتمثيل العلاقة بين التكنولوجيا المالية من جهة والميزة التنافسية من جهة أخرى. وهذا كما هو موضح بالشكل رقم (1) والذي اشتمل على نوعين من المتغيرات وهما: المتغير المستقل: ويتمثل في خدمات التكنولوجيا المالية.

المتغير التابع: والمتمثل في الميزة التنافسية بأبعادها الأربعة (الجودة، التسليم، التكلفة، المرونة)

الدراسات السابقة

■ الدراسات العربية:

دراسة علام (2022) بعنوان "التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد" وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي والذي يشمل بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي والمتطلبات البشرية والتقنية والإجرائية على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية المصرية. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها أن متغيرات التحول الرقمي والمتمثلة في بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي والمتطلبات البشرية والتقنية والإجرائية لها تأثير إيجابي على تحقيق الميزة التنافسية للخدمات المصرفية بالمنظمات المدروسة. أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها أن متغيرات التحول الرقمي والمتمثلة في بناء استراتيجية التحول الرقمي ونشر ثقافة التحول الرقمي والمتطلبات البشرية والتقنية والإجرائية لها تأثير إيجابي على تحقيق الميزة التنافسية للخدمات المصرفية بالمنظمات المدروسة. إلى جانب وجود بعض نقاط الضعف لبناء الاستراتيجية الواضحة بآليات التنفيذ اللازمة لتطبيق التحول الرقمي. بالإضافة أيضا إلى وجود قصور في البنية التحتية وعملية نشر ثقافة التحول الرقمي وخاصة بين العملاء. توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة الاستعانة بالعناصر البشرية ذات المهارة العالية والمدرّبة على التقنيات الحديثة، وضرورة الاهتمام الكافي بتطوير البنية التحتية وباستخدام التحول الرقمي في تحقيق جودة أفضل وأكثر سرعة وأقل تكلفة في تقديم الخدمات المصرفية للعملاء.

دراسة بومود وآخرون (2020) بعنوان "ابتكارات التكنولوجيا المالية ودورها في تطوير أداء البنوك الإسلامية العربية". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يمكن أن تلعبه ابتكارات التكنولوجيا المالية في البنوك الإسلامية العربية لتساهم في تطوير أدائها وتحقيق ميزة تنافسية. توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها أن ابتكارات التكنولوجيا المالية تعزز حظوظ البنوك الإسلامية العربية في الرفع من قدراتها في تحقيق ميزة تنافسية، وتزيد من كفاءتها في أداء خدماتها. كما تساعد ابتكارات التكنولوجيا المالية للبنوك الإسلامية العربية في تعزيز نجاحاتها وفي نفس الوقت فرض تواجدتها في مختلف الأسواق الدولية، حيث أنها تشكل وسيلة جديدة لهذه البنوك لتساعد على التعريف أكثر بمنتجاتها وخدماتها.

دراسة عبد الرضا وآخرون (2020) بعنوان "التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة". هدفت هذه الدراسة بشكل أساسي إلى إيضاح دور التكنولوجيا المالية كتجربة مالية حديثة في القطاع المصرفي ودورها في تمكين هذا القطاع من تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية من خلال تمكين مختلف الفئات الاجتماعية من اقتناء الخدمات الالكترونية والاستفادة منها في تلبية حاجاتهم. وقد توصل البحث إلى أن هناك دور كبير للتكنولوجيا المالية في تحقيق جوانب تنمية اقتصادية واجتماعية مختلفة. حيث ساهم التطور التكنولوجي في تسهيل عملية تقديم الخدمات المصرفية. مما دفع الشركات الناشئة والمتخصصة بالتكنولوجيا المالية إلى استغلال هذه الخاصية وتقديم الخدمات إلى مختلف الفئات الاجتماعية كلا حسب حاجته. فضلا عن أن التكنولوجيا المالية ساهمت في إيصال الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد من العملاء دون الحاجة إلى استخدام الوسائل

التقليدية القديمة لتقديم الخدمات المصرفية. وبالتالي أصبح وصول الخدمات المصرفية الى العملاء بسهولة تامة فضلا عن إمكانية تقديمها بأفضل جودة ممكنة وبأقل تكلفة.

دراسة عمران وجعيل (2020) بعنوان "التكنولوجيات المالية الحديثة وآثارها على البنوك والمؤسسات المالية". هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة أهمية استخدام التكنولوجيات المالية الحديثة في البنوك والمؤسسات المالية. تبين من خلال هذه الدراسة أن استخدام التكنولوجيات المالية الحديثة يؤثر تأثيرا إيجابيا في أعمال وسياسات البنوك والمؤسسات المالية. من أهم النتائج المستخلصة هو الدور الذي تلعبه التقنيات الرقمية في تخفيض التكاليف للمعاملات عبر تحقيق مستويات هامة من الكفاءة العالية، حيث أنه لطالما شكل عنصر التكلفة تحديا كبيرا للبنوك والمؤسسات المالية.

دراسة بختي ومجاني (2019) بعنوان " دور تكنولوجيا المالية في دعم القطاع المصرفي ". هدفت الدراسة إلى تبين طبيعة التكنولوجيا المالية في تطوير ودعم القطاع المصرفي من خلال ما تقدمه من خدمات. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها ان التكنولوجيا المالية تساهم في رفع مردودية قطاع الخدمات في معدل النمو الاقتصادي .كما تساهم التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المالية لتشمل تحويل الأموال والمدفوعات والاقتراض والتأمين. دراسة زواويد وحجاج (2018) بعنوان " التنافسية وبيئة الأعمال الجديدة كعامل لتنمية الابتكار المالي في المؤسسات المالية". سعت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية دور الابتكار المالي للمؤسسات المالية في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات المالية في ظل تغيرات البيئة الخارجية وتزايد حدة المنافسة داخل الأسواق. توصلت الدراسة الى ان إدارة ودعم نشاط الابتكار المالي يساعد في مواجهة حدة المنافسة في ظل التطورات التي يعيشها العالم. كما ان الابتكار المالي إذا ما تم استغلاله جيدا يساهم في تحقيق البقاء والتطور للمؤسسات المالية والمصرفية. ويرفع ايضا من الكفاءة الاقتصادية والإنتاجية ويزيد من مستوى الرفاهية، بفضل استغلال الخبرات التكنولوجية واليد العاملة البشرية المؤهلة أصبحت المؤسسات المالية أكثر قدرة على إحداث ابتكارات مالية وأدوات جديدة تسمح لها بالقدرة على المنافسة.

دراسة محمد و محمد (2016) بعنوان "إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية". هدفت هذه الدراسة الى التعرف الى امكانية تحسين تنافسية البنوك الجزائرية عن طريق إدارة التكنولوجيا المصرفية. توصلت النتائج الى انه تتمثل أشكال التكنولوجيا المصرفية في وسائل ونظم الدفع الالكترونية وقنوات الاتصال وخدمات الصيرفة الإلكترونية. كما توصلت الى انه يوجد اهتمام متزايد لدى البنوك الجزائرية والمؤسسات المالية الأخرى لتطوير الخدمات وتحسين جودتها وذلك بزيادة الإنفاق للحصول على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والاهتمام بتدريب وتأهيل العنصر البشري ليستوعب هذه التطورات. كما زاد ظهور فروع البنوك الاجنبية موجة من التنافسية مما زاد اهتمام البنوك المحلية بتكنولوجيا المعلومات والاتصال. الأمر الذي أستوجب على البنوك الجزائرية البحث عن أفضل السبل والمداخل لتعزيز قدرتها التنافسية والحفاظ على عملائها الحاليين وجذب عملاء محتملين.

■ الدراسات الأجنبية:

دراسة (Wang et al، 2022) بعنوان "Impact of Financial Digitalization on Organizational Performance A Look at the Dark Side". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تطوير التكنولوجيا المالية على أداء البنوك الصينية. توصلت نتائج هذا البحث إلى أن تطوير التكنولوجيا المالية يرتبط ارتباطاً سلبياً بأداء البنوك. حيث تشير النتائج إلى أن تطوير التكنولوجيا المالية يؤدي إلى المنافسة بين شركات التكنولوجيا المالية والبنوك. كما توصلت الدراسة إلى الآثار المعتدلة للسياسة النقدية والاحتكاك المالي كعوامل خارجية. تعمل السياسة النقدية على تعديل العلاقة بين تطوير التكنولوجيا المالية وأداء البنوك. وهذا يعني أنه عند الاعتماد على سياسة التيسير النقدي فإن تطوير التكنولوجيا المالية يخفض من أداء البنك مقارنة بتطبيق سياسة التشديد النقدي. من جهة أخرى، في بيئة الاحتكاكات المالية القوية، يمكن التخفيف من تهديد تطوير التكنولوجيا المالية على أداء البنك مقارنة مع وضعية انخفاض الاحتكاك المالي. بالإضافة إلى ذلك، فإن تفضيل البنوك للمخاطرة يؤدي إلى اعتدال العلاقة بين تطوير التقنيات المالية والأداء المصرفي. أي أن البنوك تتخذ أكثر القرارات المحفوفة بالمخاطر ليتخفف التأثير السلبي لتطوير التكنولوجيا المالية على أداء البنك.

دراسة (Pradeep et al، 2021) بعنوان "Role of FinTech Adoption for Competitiveness and Performance of the Bank: A Study of Banking Industry in UAE". هدف البحث إلى دراسة تأثير تكنولوجيا المالية (FinTech) على القدرة التنافسية للمصارف وعلى أدائها. تشير النتائج إلى أن اعتماد التكنولوجيا المالية كان له تأثير كبير على القدرة التنافسية للمصارف وعلى أدائها. حيث تؤدي تكنولوجيا المالية (FinTech) إلى زيادة الربحية والابتكار المالي والتحكم في المخاطر. علاوة على ذلك، يمكن للتكنولوجيا المالية تحسين نموذج العمل التقليدي عن طريق تقليص تكاليف التشغيل للبنوك، وتحسين كفاءة الخدمة، وتعزيز قدرات التحكم في المخاطر، وإنشاء نماذج أعمال محسنة موجهة للعملاء؛ وبالتالي تتحسن القدرة التنافسية الشاملة.

دراسة (Wang et al، 2021) بعنوان "Can Fintech improve the efficiency of commercial banks? An analysis based on big data". سعت هذه الدراسة إلى تقييم التأثير المحتمل للتكنولوجيا المالية على الصناعة المصرفية. تشير النتائج إلى أنه بالنسبة للبنوك التجارية، يؤدي تطوير التكنولوجيا المالية إلى زيادة الربحية والابتكار المالي وتحسين التحكم في المخاطر. بشكل عام، باستخدام التكنولوجيا المالية، يمكن للبنوك التجارية تحسين نموذج أعمالها التقليدي عن طريق تقليل تكاليف تشغيل البنوك، وتحسين جودة الخدمة، وتقوية قدرات التحكم في المخاطر، وإنشاء نماذج أعمال محسنة موجهة للعملاء، وبالتالي تحسين القدرة التنافسية الشاملة للبنوك.

دراسة (Kemunto and Kagiri، 2018) بعنوان "Effect of Implementation of FINTECH Strategies on Competitiveness in the Banking Sector in Kenya: A case of KCB Bank of Kenya". كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد آثار تطبيق استراتيجيات تكنولوجيا المالية على القدرة التنافسية في القطاع المصرفي في كينيا. وخلصت الدراسة إلى أن استراتيجيات التكنولوجيا المالية وخاصة الخدمات المصرفية

الإلكترونية عززت التنافسية بين المصارف. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول جعلت العملاء يصلون إلى ملفات البنوك من هواتفهم وهذا مكن هذه البنوك من تنفيذ المزيد من المعاملات مما أثر على قدرتها التنافسية. أخيراً تم استنتاج أن رقمنة الخدمات المصرفية أدى إلى تعزيز القدرة التنافسية في البنوك التجارية بطرق مختلفة مثل زيادة حجم المعاملات وتحقيق جودة أعلى وتقليل التكاليف.

▪ ما يميز الدراسة الحالية

تنوعت الدراسات السابقة من حيث الاتجاهات البحثية التي هدفت إلى التركيز على دور استخدام وتطوير التكنولوجيا المالية. يمكن القول بأن هذه الدراسة جاءت مكملية للدراسات السابقة إلا أنها تتميز بعدد من النقاط. أولاً، من خلال البحث في المراجع والمصادر، تبين أن هذه الدراسة من أولى الدراسات التي تم تطبيقها في المملكة العربية السعودية على حد علم الباحثة. ثانياً، تناولت هذه الدراسة في تطبيقها مصرف الراجحي والذي يعتبر ضمن أكبر المصارف على مستوى العالم والأول في الشرق الأوسط من حيث القيمة السوقية ويمتلك أكبر قاعدة عملاء في المملكة العربية السعودية. إضافة إلى أن هذه الدراسة تناولت مفهوم التكنولوجيا المالية بالشكل الكامل وبأبعاده: خدمات الدفع، الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد، الاستثمار والتمويل والخدمات الموجهة للبنوك والشركات. أخيراً، تم دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الميزة التنافسية بأبعادها: الجودة، التسليم، التكلفة والمرونة.

1. الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المالية:

1.1 مفهوم تكنولوجيا المالية

عرف "مجلس الاستقرار المالي Financial Stability Board" التكنولوجيا المالية بأنها: "ابتكارات مالية باستخدام التكنولوجيا يمكنها استحداث نماذج عمل أو تطبيقات أو عمليات أو منتجات جديدة لها أثر مادي وملاموس على الأسواق والمؤسسات المالية، وعلى تقديم الخدمات المالية. فالتكنولوجيا المالية "FinTech" هي مصطلح يضم الخدمات المالية مع الجانب التكنولوجي مع. فنتج عنه مجال يهتم بالمعاملات المالية باستخدام التكنولوجيا الحديثة. حيث تم استخدام أحدث التقنيات التكنولوجية لتطوير الخدمات المالية. وقد فسرت كلمة "FinTech" بقاموس أكسفورد كما يلي: "برامج الكمبيوتر وغيرها من التقنيات المستخدمة لدعم أو تمكين الخدمات المصرفية والمالية". (Bernardo, 2018). حسب عبد الرحيم (2018) يعرف، معهد البحوث الرقمية في مدينة دبلن البولندية، التكنولوجيا المالية بأنها عبارة عن الابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، والتي تشمل مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للمصارف مثل تحويل الأموال وتبديل العملات وحساب نسب الفائدة والأرباح وغير ذلك من العمليات المصرفية.

2.1 أبعاد التكنولوجيا المالية:

يمكن تلخيص أهم أبعاد التكنولوجيا المالية في الخدمات التالية:

خدمات الدفع: حسب عبد الرحيم وسعد (2018)، استطاعت التكنولوجيا المالية تحسين خدمات المعاملات المالية حيث أصبحت عملية تسديد قيمة الفواتير أسرع وأكثر أماناً وذات تكلفة أقل مع سرعة في التنفيذ. توفر

التكنولوجيا المالية مجموعة من أساليب الدفع من أهمها الدفع عبر الهاتف النقال، التحويلات النقدية الدولية إدارة المحافظ الرقمية وإدارة تدفقات الدفع المتاحة للتجارة الإلكترونية.

الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد: وتشمل الخدمات المصرفية البسيطة الموجهة للأفراد عبر الأنترنت، دون أي وجود مادي للوكالة، بتكاليف منخفضة، وتشمل أيضا حلول لتسيير الميزانية، وكذلك أدوات متنوعة للإدارة المالية الشخصية. (حرفوش، 2019).

الاستثمار والتمويل: تقوم الفينتك باستقطاب مدخرات الأفراد، عن طريق تقديم البساطة في العروض الممنوحة. كما توفر منصات التمويل الجماعي للشركات، سواء في شكل استثمار في رأس المال أو في شكل قروض أو في شكل تبرعات. إضافة الى تقديم المساعدة للأفراد لإدارة مدخراتهم من خلال الاستشارة عبر الأنترنت، وتحليل المخاطر، وتقديم مقترحات متنوعة للعميل في الاستثمارات المالية. (نيس 2022).

الخدمات الموجهة للبنوك والشركات: تقدم التكنولوجيا المالية العديد من التقنيات من أجل تحسين إدارة البنوك والشركات. بالنسبة للشركات تقدم الفينتك حلول مثل برامج معالجة المعلومات، إدارة المخاطر، إجراءات التحكم في أنظمة المعلومات وإدارة الضرائب....

أما بالنسبة للتقنيات الموجهة للبنوك فنجد تقنية البلوكات Blockchain التي تطور حلول معتمدة على تكنولوجيا البلوكشين Blockchain فيما يتعلق بتسجيل المعاملات (حرفوش، 2019). تعتبر هذه التقنية قاعدة بيانات عامة ومشتركة تقوم بفحص المعاملات وتسجيلها بشكل دائم. تسمح هذه التكنولوجيا بتوفير الثقة بن المتعاملين دون اشتراط سلطة مركزية تتمتع بثقة الجميع. تقدم هذه التقنية خدمات ومنتجات جديدة بأقل تكلفة وبأكبر سرعة عبر منصات مصممة بشكل جيد وتطبيقات الهواتف الذكية واللوحات الرقمية من خلال الشركات الناشئة. (نيس 2022)

3.1. أهمية استخدام التكنولوجيا المالية في المصارف:

حسب درويش (2018) تكمن أهمية استخدام التكنولوجيا المالية في البنوك فيما يلي:

✓ تحسين الأداء: الذي يرتبط مفهومه بمفهوم الإدارة. حيث يمثل الاداء قدرة المنظمة للوصول إلى أهدافها عبر استخدام الموارد المتاحة بكفاءة وفعالية. ويشير مفهوم الأداء أيضا إلى " قدرة المنظمة على البقاء والتكيف والنمو". يعتبر الاداء انعكاسا لكيفية استخدام المنظمة للموارد البشرية والمادية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها طويلة المدى. من الأهداف الرئيسية التي تسعى لها البنوك الرفع من الأداء المالي، حيث تستفيد المصارف عند إصدارها للأدوات والمنتجات الإلكترونية من رسوم عديدة، مثل رسوم الإصدار ورسوم الاشتراك وتباين المعلومات والبيانات البنكية والى استحداث العديد من المنتجات التمويلية الحديثة مثل بطاقات الائتمان.

✓ تخفيض التكاليف: اعتبر استخدام التكنولوجيا في إتمام الخدمات المصرفية ونقل وتبادل المعلومات بين العملاء وفروع المصرف أحد أهم الركائز التي يستند فيها المصرف للتقليل من النفقات الإدارية. حيث تم الاعتماد على الركائز الإلكترونية في انجاز العمل المصرفي والذي أدى الى توفير في التكاليف. كما اثبتت دراسة خالدي وآخرون (2022) ان البيئة الجديدة للعمل المصرفي الإلكتروني أوجدت تطبيقات تقنية ووسائل حديثة

لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وهو ما أثر ايجابيا على دور الخدمات المالية من خلال تحسين المعاملات والصفقات بأسرع وقت واقل تكلفة واقل مخاطرة.

✓ توسيع قاعدة العملاء: حيث يتيح استخدام التقنية الحديثة والمتطورة زيادة حجم التعاملات مع قاعدة عملاء متنوعة جغرافيا حيث استطاع المسؤولين بالبنوك من الاتصال والتواصل مع العملاء في مختلف أماكن تواجدهم دون الحاجة لحضورهم إلى فرع البنك. حيث بالإمكان إتمام مختلف الخدمات البنكية من سحب وإيداع واستخلاص فواتير وتحويل الاموال عبر استخدام الوسائل الإلكترونية الموفرة من البنوك، وهذا الأمر عزز من قدرات البنوك للوصول إلى مختلف مناطق نشاطها المصرفي دون الحاجة لفتح فروع كثيرة ومكلفة.

✓ الفاعلية والسرعة: تتجسد فاعلية تقديم الخدمات البنكية من خلال تقديم خدمات مميزة وذات جودة عالية وبأقل جهد وتكلفة. فكال الطرفين متلقي الخدمة ومقدم الخدمة يطمح إلى توفير الوقت. فالعميل يعتبر عنصر الوقت ذو قيمة عالية بالنسبة له ويبحث عن المصدر الذي يحقق رغباته في إتمام معاملاته وتوفير المعلومات دون جهد أو عناء أو انتظار. كما يعتمد المصرف على التكنولوجيا الحديثة والمتطورة، لتحقيق رغبات العملاء للحفاظ عليهم واستقطاب عملاء جدد من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية.

2. الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية:

1.1. مفهوم الميزة التنافسية:

عُرفت الميزة التنافسية على أنها "عبارة عن مهارة أو تقنية أو مورد متميز يسمح للمنشأة بإنتاج قيم ومنافع للعملاء أكثر مما يقدمه المنافسون، وهذا يؤدي إلى تميز واختلاف هؤلاء المنافسين عن غيرهم في وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم هذا الأخير المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه المنافسون." (رميسة، 2021). وتُعرف أيضاً على أنها امتلاك المنشأة لكفاءات وموارد متنوعة واستغلالها من أجل الوصول إلى نتيجة فريدة، تمكنها من تلبية حاجات ورغبات عملائها الحاليين والمحتملين، ولكن عن طريق التفوق على منافسين المنشأة في القطاع الذي تعمل فيه. (حسن، 2017). عُرِفَتْ أيضاً على أنها القيمة التي توجد بها المنشأة، والتي تساهم في خلق سمعة جيدة للعلامة التجارية للمنشأة أو للمنتجات والخدمات التي تقدمها، وهذه القيمة هي الفرق بين القيمة المتصورة للمنتجات والخدمات المقدمة للعملاء والتكلفة الاجمالية لكل وحدة بما في ذلك تكلفة رأس المال، وبالتالي فإن حجم الميزة التنافسية للمنشأة هو الفرق بين القيمة المتصورة وتكاليف إنتاج المنتجات أو الخدمات مقارنة بالمنافسين في السوق. (Makumbila، 2017). تُعرف أيضاً الميزة التنافسية على أنها قدرة المنشأة على استغلال الفرص والتحديات التي تواجهها من خلال قدرتها الرائدة التي تمتلكها في الصناعة، وتقليل التكاليف قدر الإمكان في ظل الظروف البيئية من فرص وتهديدات. (Rua and Santos، 2022).

2.2. أبعاد الميزة التنافسية:

تعتبر بمثابة أساس لتحقيق الميزة التنافسية للمنشآت وهذه الأبعاد هي بعد التكلفة، بعد الجودة، بعد المرونة، بعد التسليم، ونظراً لما تحققه هذه الأبعاد من أهمية في تحقيق الميزة التنافسية للمنشآت فقد تم اعتمادها

كأبعاد للميزة التنافسية بناءً على القطاع المطبق عليه ومتجمع الدراسة والذي يشابه هذه الدراسة، وهي كالاتي (مصطفى النور، 2015):

بعد الجودة: يعتبر هذا البعد من المزايا التنافسية المهمة والتي تعني تنفيذ الاعمال بطريقة صحيحة لتلبية حاجات العملاء وتقديم منتجات وخدمات مطابقة لحاجات ورغبات العملاء، فالعملاء يهتمون بالحصول على الخدمات والمنتجات التي تفي بمتطلباتهم الخاصة وتحتوي على الخصائص المطلوبة من طرفهم، فعدم قدرة المنشأة على تلبية حاجات ورغبات العملاء لا يمكنها من الاستمرار والنجاح خاصة في ظل وجود منتجات وخدمات بديلة تلبى حاجات ورغبات العملاء، فالمنتجات والخدمات التي تتسم بالجودة العالية والكفاءة والفعالية تساهم في تحسين سمعة المنشأة وتحقيق الرضا للعملاء، فضلاً عن إمكانية المنشأة بفرض رسوم عالية تتناسب مع الجودة العالية لمتطلبات العملاء.

بعد التسليم: وهو من أهم أبعاد الميزة التنافسية ويعتبر أساس القاعدة للمنافسة بين المنشآت في الأسواق وله أهمية في كسب ميزة التنافسية قبل بقية المنافسين، وذلك من خلال تقليل المدة الزمنية والسرعة في تصميم منتجات وخدمات جديدة وتسليمها للعملاء بأقل فترة ممكنة، فيعني هذا البعد مدى سرعة المنشأة في الاستجابة إلى حاجات ورغبات العملاء وتقديم المنتج أو الخدمة بشكل نهائي في فترة زمنية قليلة، فالوقت اليوم يعد من الموارد المهمة التي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمنشآت، وهناك ثلاثة أنواع لبعد التسليم وهي: سرعة التسليم، التسليم بالوقت المحدد وسرعة التطوير

بعد التكلفة: يعد هذا البعد من العناصر الأساسية لنجاح المنشأة وتفوقها وتعزيز موقفها أمام المنافسين في السوق وذلك من خلال الوصول إلى أسعار تنافسية تتفوق بها على المنافسين وتعزز من ميزتها التنافسية، فمن الممكن تخفيض تكلفة العمليات من خلال الاستخدام الأمثل لطاقات الإنتاجية، فذلك يعد من الأساسيات لتقليل التكاليف هذا بالإضافة إلى دور الإدارة في دعم استراتيجية المنشأة لتكون متميزة في مجال التكلفة، إدارة العمليات تساهم بشكل كبير في تخفيض التكاليف مقارنة مع المنافسين والسعي للوصول إلى أسعار تنافسية تدعم من الميزة التنافسية لمنتجات وخدمات المنشأة في السوق، فضلاً على أن هناك جانب في الأسواق يقوم بتفضيل المنتجات أو الخدمات ذات التكلفة المنخفضة، فتسعى أغلب المنشآت لتقليل تكاليف إنتاجها وتسويق خدماتها إلى أقل تكلفة ممكنة مقارنة بالمنافسين، وذلك للحصول على أكبر حصة سوقية.

بعد المرونة: يعد هذا البعد من الأبعاد المهمة والاساسية لتحقيق الميزة التنافسية من خلال التغيير والاستجابة لحاجات العملاء، وتعني مدى قدرة المنشأة على مجاراة التغيرات التي تحدث في تصميم المنتجات والخدمات والاستجابة السريعة لها بما يحقق حاجات العملاء وتوفير الوقت والتقليل من هدره، كذلك تعني المرونة القدرة على إنتاج منتجات أو خدمات واجراء التعديلات عليها بسرعة عالية للاستجابة لحاجات العملاء، وتعني المرونة ايضاً قدرة المنشأة على توفير المنتجات والخدمات المختلفة في الوقت المحدد بالإضافة إلى قدرتها على تطوير وتحسين هذه المنتجات والخدمات لتقديم منتجات وخدمات حديثة.

II - الطريقة والأدوات:

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين والموظفات في مصرف الراجحي في العاصمة السعودية الرياض، وقد تم إجراء توزيع استبانة إلكترونية لمجتمع الدراسة.

عينة الدراسة: نظراً لصغر حجم المجتمع المتوقع قامت الباحثة بإجراء توزيع استبانة إلكترونية لمجتمع الدراسة. حيث تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية. حيث تم توزيع الاستبانات على جميع أفراد عينة الدراسة، وتم استلام عدد 280 استجابة. وبعد قراءة ومراجعة الاستبانات المستلمة تبين أن الصالحة للمعالجة الإحصائية منها 280 استجابة مكتملة الإجابات.

أداة جمع البيانات: تم استخدام الاستبانة كأداة لملائمتها لطبيعة الدراسة

وقد تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة أقسام كما يلي:

- القسم الأول: يحتوي على معلومات البيانات الأولية لعينة الدراسة، ويتكون من 4 فقرات، وهي: (الجنس، الدرجة العلمية، سنوات الخبرة، العمر).
- القسم الثاني: يناقش مكونات التكنولوجيا المالية (المتغير المستقل)، ويتكون من 20 فقرة ويتفرع منه أربع أبعاد كما يلي:

- 5 فقرات لبعـد خدمات الدفع.

- 5 فقرات لبعـد الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد.

- 5 فقرات لبعـد الاستثمار والتمويل.

- 5 فقرات لبعـد الخدمات الموجهة للبنوك والشركات.

- القسم الثالث: يناقش مكونات الميزة التنافسية (المتغير التابع)، ويتكون من 24 فقرة ويتفرع منه أربع أبعاد كما يلي:

- 6 فقرات لبعـد الجودة.

- 6 فقرات لبعـد التسليم.

- 4 فقرات لبعـد التكلفة.

- 8 فقرات لبعـد المرونة.

تم الاعتماد على الشكل المغلق في إعداد الاستبانة، وتم تصميمها وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي. تم حساب المدى $(5 - 1 = 4)$ ، ثم تقسيمه على عدد فترات المقياس الخمسة للحصول على طول الفترة أي: $(0.8 = 5/4)$ ، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (وهي الواحد الصحيح)؛ وذلك لتحديد الحد الأعلى للفترة الأولى وهكذا، ويوضح الجدول رقم (1) ذلك.

صدق أداة الدراسة:

قبل البدء في عملية تحليل البيانات واستخلاص النتائج منها، كان لابد من قياس صدق وثبات العبارات التي تتضمنها الاستبانة وإجراء عدد من الاختبارات، حتى تكون نتائج الدراسة ذات مصداقية عالية وأكثر واقعية:

صدق الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة: تم اختيار عينة استطلاعية مكونة من (20) موظف / موظفة في مصرف الراجحي في مدينة الرياض، وهم من خارج عينة الدراسة الفعلية. ووفقاً للبيانات تم حساب معامل ارتباط بيرسون بعد التأكد من اعتدالية البيانات. وذلك بهدف التعرف على درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة.

يتضح من الجدول رقم (2) أن قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل عبارة من العبارات مع محورها موجبة، ودالة إحصائياً وتعبّر عن قوة العلاقة الطردية بينهما عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل وفقرة واحدة كانت دالة عند مستوى دلالة (0.05) فأقل. تدل هذه النتائج على أن جميع فقرات الأبعاد الأربعة متسقة داخلياً مع قسم المتغير الأول التكنولوجيا المالية الذي ينتمي له ذلك ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات الأبعاد الأربعة.

يتضح من الجدول رقم (3) أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات مع محورها موجبة، ودالة إحصائياً وتعبّر عن قوة العلاقة الطردية بينهما عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل. وعليه فإن جميع فقرات الأبعاد الأربعة متسقة داخلياً مع قسم المتغير الثاني الميزة التنافسية الذي ينتمي له ذلك ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات الأبعاد الأربعة.

الصدق البنائي: للتعرف على درجة ارتباط كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة، تم حساب معامل ارتباط بيرسون، وكانت النتائج كما يوضحها الجدول رقم (4):

يتضح من الجدول رقم (4) أن قيم معاملات الارتباط بين كل محور مع الدرجة الكلية موجبة، ودالة إحصائياً مما يدل على علاقة طردية بينهما عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل. تشير هذه النتائج على الصدق البنائي لمحاور الاستبانة، ومناسبتها لقياس الأبعاد المعنية بالدراسة.

ثبات أداة الدراسة: تم التحقق من ثبات أداة الدراسة من خلال استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ.

من نتائج الجدول رقم (5) نجد أن جميع معاملات الثبات ألفا كرونباخ بين فقرات قسم المتغير الأول التكنولوجيا المالية الذي يضم 4 أبعاد بحيث تضم 20 فقرة بلغت أدنى قيمة قدرها (0.794) في البعد الأول خدمات الدفع في حين بلغت أعلى قيمة وقدرها (0.915) في البعد الرابع الخدمات الموجهة للبنوك والشركات. بالنسبة لمعامل الثبات ألفا كرونباخ بين فقرات قسم المتغير الثاني الميزة التنافسية الذي يضم 4 أبعاد بحيث تضم 24 فقرة بلغت أدنى قيمة قدرها (0.892) في البعد الرابع المرونة في حين بلغت أعلى قيمة وقدرها (0.938) في البعد الأول الجودة. معامل ثبات جميع فقرات الأقسام مرتفعة جداً، حيث بلغت قيمة قدرها (0.976) وهو أكبر من (0.70) وهي القيمة العلمية لقبول ثبات الاستبانة العلمية. من خلال نتائج الصدق الاتساق الداخلي والثبات في الجداول السابقة يتضح لنا مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) بدرجة مرتفعة وصدق اتساقها الداخلي.

أساليب المعالجة الإحصائية:

خصائص أفراد العينة

نستعرض في الجدول رقم (6) ملخص يظهر لنا خصائص وسمات عينة الدراسة حسب (الجنس، العمر، الدرجة العلمية، الخبرة).

كما هو موضح لنا في جدول رقم (6) فقد تبين أن من بين 280 عينة، كان نسبة الذكور بلغت (51.4%) بعدد 144 فرداً من عينة الدراسة، وبلغت نسبة الإناث (48.6%) بعدد 136 فرداً حيث إنها نسبة أقل بقليل مقارنة مع نسبة الذكور. كما يوضح الجدول تقسيم الفئات العمرية مختلفة الحجم بناءً على ما يتناسب مع حجم عينة الدراسة، وتبين أن العدد الأكبر من أفراد عينة الدراسة هم من فئات العمرية المتوسطة أي أعمارهم بين (25-35) سنة ونسبة (43.9%). بالنسبة لعامل الدرجة العلمية لعينة الدراسة، يظهر في جدول رقم (3) أن (73.6%) من أفراد عينة الدراسة معظمهم يحملون شهادة البكالوريوس حيث بلغ عددهم 209 فرداً. وأما بالنسبة لآخر عامل ديموغرافي وهو الخبرة كما يتضح لنا في جدول رقم (6) فقد تبين أن العدد الأكبر هم من ذوي الخبرة من (6 - 10) سنوات بنسبة (28.6%).

III- النتائج ومناقشتها :

النتائج المتعلقة بوصف متغيرات الدراسة:

- النتائج المتعلقة بأبعاد المتغير المستقل: التكنولوجيا المالية

أظهرت نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات هذه الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال بجميع أبعادها (خدمات الدفع، الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد، الاستثمار والتمويل، الخدمات الموجهة للبنوك والشركات) كانت جميعها مرتفعة إذ جاءت قيم المتوسطات الحسابية لآراء عينة الدراسة على أبعاد المتغير المستقل على التوالي (4.252)، (4.445)، (4.068)، (4.507). وقد حصل بعد الخدمات الموجهة للبنوك والشركات على أعلى متوسط حسابي لجميع الفقرات (4.507). ثم يلي ذلك بعد الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد بمتوسط حسابي (4.445). يليه بعد خدمات الدفع بمتوسط حسابي (4.252) في حين جاء بالمرتبة الأخيرة بعد الاستثمار والتمويل بمتوسط حسابي (4.068). أثبتت النتائج أن مصرف الراجحي يعتمد في توفير ومعالجة البيانات على نظام معلومات والذي يعمل على تسهيل المعاملات عن طريق خدمات التوزيع المختلفة. فالموزعات الالكترونية تساهم في أداء الخدمات بشكل سريع. هذا بالإضافة إلى أن المصرف يمتلك قاعدة بيانات موحدة للعملاء يمكن الاطلاع عليها من أي مكان، ولا يغفل المصرف على امتلاك برمجيات تساهم في أمن وحماية المعلومات. وهذا من شأنه أن يزيد من الحصة السوقية ويوسع شريحة العملاء لبنك الراجحي مما يدعم قدرته التنافسية.

- النتائج المتعلقة بأبعاد المتغير التابع: الميزة التنافسية

أظهرت نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات هذه الدراسة أن الميزة التنافسية بجميع أبعادها (الجودة، التسليم، التكلفة، المرونة) كانت مرتفعة إذ جاءت قيم المتوسطات الحسابية لآراء عينة الدراسة على أبعاد المتغير التابع على التوالي (4.553)، (4.519)، (4.476)، (4.497) وقد حصل بعد الجودة على أعلى متوسط حسابي لجميع الفقرات (4.553) ثم يلي ذلك بعد التسليم بمتوسط حسابي (4.519) يليه بعد المرونة بمتوسط حسابي (4.497) وأخيراً بعد التكلفة بمتوسط حسابي (4.476).

نتائج فرضيات الدراسة

لاختبار الفرضيات تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لكون هذه الفرضيات تبحث عن أثر علاقة المتغير المستقل على مجموعة من المتغيرات التابعة وقد ظهرت نتائج اختبار هذه الفرضيات في الجدول رقم (9).

• توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية موجبة بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد الجودة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي. وبذلك تم رفض الفرضية الأولى وقبول الفرضية البديلة. إذ بلغ معامل الارتباط R (0.785) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.617). وهذا ما ينسجم مع نتائج دراسات (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Kemunto Kagiri, 2018، Paradeep et al, 2021). حيث توصلت هذه الدراسات إلى أن للتكنولوجيا المالية دور في التحسين من الميزة التنافسية وذلك من خلال التحسين من جودة المنتجات والخدمات. أكدت نتائج الدراسة الحالية أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في خلق خدمات تتمتع بجودة عالية في مصرف الراجحي. وذلك ما يعني تطبيق المصرف لمعايير الجودة في الأنشطة. فتبين أن للتكنولوجيا المالية دور في التحسين من جودة الخدمات المقدمة وأداء الخدمات بدقة مما يقلل من الأخطاء. فالجودة العالية لها دور في بناء سمعة جيدة للمنشأة وزيادة حصتها في السوق. وهي أيضا وسيلة لارتباط العملاء بالمنتجات أو الخدمات من خلال ارضائهم بجودة مناسبة. فحسب التقرير السنوي (2021)¹ لمصرف الراجحي "فقد حرص المصرف على أن يظل "الخيار الأول" للعملاء، مع الريادة في مؤشر صوت العميل في القطاع المصرفي على مستوى المملكة العربية السعودية. وكذلك تحسين مؤشر صوت العميل من خلال توفير تجربة مميزة للعملاء مدعومة بالقدرات الرقمية العالية. يعمل المصرف باستمرار على إعادة النظر في نهج التسويق الرقمي، مع التركيز على الإبداع والشراكات والتقنيات لكل من قطاعي الخدمات المصرفية للأفراد والشركات".

• توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد التسليم كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي. وبذلك تم رفض الفرضية الثانية وقبول الفرضية البديلة. إذ بلغ معامل الارتباط R (0.726). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.528). وهذا ما ينسجم مع الدراسات السابقة (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Kemunto Kagiri, 2018، Paradeep et al, 2021) في أن التكنولوجيا المالية تؤثر ولها علاقة على سرعة التسليم في المصرف. وقد أظهرت نتائج التحليل الوصفي فيما يخص بعد التسليم أنها كانت مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.519) هذا ما يشير إلى أن التكنولوجيا المالية لها دور في أن يكون هناك سباق في تلبية حاجات العملاء هذا ما يؤدي إلى سرعة الاستجابة لحاجات العميل والتقليل من الوقت الخاص بإنجاز الخدمات، والوفاء بمواعيد تقديم الخدمات، ذلك ما يؤدي إلى رضا العملاء. حسب التقرير السنوي (2021) لمصرف الراجحي وفي إطار تحقيق التوازن بين الابتكار والتنظيم والمخاطر في التحول نحو المعاملات عالية السرعة، أطلق مصرف الراجحي "نهج الدقيقة الواحدة" لتمكين إنهاء المعاملات والخدمات من

¹ - https://www.alrajhibank.com.sa/ir/ar/business_in_perspective/digital_footprint.

البداية إلى النهاية في غضون دقيقة واحدة. وكانت خدمات بطاقات الائتمان والمحافظ الرقمية ومنتج التمويل "وطني 1" الرائدة لدى المصرف من أوائل المنتجات التي طُبّق عليها نهج الدقيقة الواحدة شبه الفوري.

• توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي وبذلك تم رفض الفرضية الثالثة و قبول الفرضية البديلة. إذ بلغ معامل الارتباط $R(0.709)$ ، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.503) . وقد أظهرت نتائج التحليل الوصفي فيما يخص بعد التكلفة أنها كانت مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.476) . هذا ما يشير إلى أن التكنولوجيا المالية لها دور في تقليل تكاليف الخدمات المقدمة، وتكاليف تشغيل العمليات، وتكاليف عمليات الصيانة، هذا بالإضافة إلى إلغائها الأنشطة غير الضرورية والتي تسبب تكاليف عالية. وهذا ما ينسجم مع الدراسات السابقة (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Kemunto Kagiri, 2018، Paradeep et al, 2021) في أن تكنولوجيا المالية تؤثر على الحد من التكاليف في المصرف. يمتاز بنك الراجحي بقدرته على توفير منتجات أو خدمات بأسعار منافسة بالسوق وأقل من المنافسين. وهذا النوع من الميزة تنشأ من خلال قدرة البنك على تخفيض تكلفة العمليات مع المحافظة على جودة المنتجات والخدمات. تتم امتلاك ميزة التكلفة الأقل لابد من متابعة عدد من عناصر تطور التكاليف، فلا يمكن للمنشأة امتلاك ميزة التكلفة الأقل إلا إذا تمكنت من السيطرة على هذه العوامل مقارنة بالمنافسين في السوق. حسب التقرير السنوي (2021) لمصرف الراجحي تمكن المصرف من إجراء التقييمات الذاتية واستغلال الأدوات والتقنيات والنظم القائمة لتوفير الحلول المثلّي للأعمال. مع تحديث بنية الأعمال الأساسية للتكنولوجيا وكذلك إدخال تحسينات على واجهة برمجة التطبيقات (API: Application Programming Interface) وإصدار الشهادات الرقمية. وقد أدى هذا النهج الحكيم في إدارة الموارد وتحسين استغلالها إلى تحسين نسبة التكلفة إلى الدخل لدى المصرف.

• توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد المرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، وبذلك تم رفض الفرضية الرابعة و قبول الفرضية البديلة. إذ بلغ معامل الارتباط $R(0.768)$ ، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.590) . وهذا ما ينسجم مع الدراسات السابقة (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Kemunto Kagiri, 2018، Paradeep et al, 2021) في أن تكنولوجيا المالية تؤثر على المرونة التي يمتلكها المصرف. أظهرت نتائج التحليل الوصفي فيما يخص بعد المرونة أنها كانت مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.497) هذا ما يشير إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور في المرونة والتي تساهم في تطوير الخدمات المقدمة والتي تؤدي إلى توليد اقتراحات جديدة، بالإضافة إلى إدارة الوقت بمرونة عالية في حالات اختناقات العمل. ومسايرة التغيرات التي تحدث في رغبات العملاء، والتغيرات التي تؤثر على الخدمات المقدمة من المنافسين. أيضاً سرعة التفاعل مع اشعارات العملاء عند حدوث أي طارئ، والاستجابة السريعة لاقتراحات واحتياجات العملاء.

IV- الخلاصة:

تعد التكنولوجيا المالية من أهم متطلبات العصر الحالي، في ظل ما نشهده من تطورات. فباتت هذه التكنولوجيا تشكل أهمية كبيرة للمنشآت المالية في ضوء ما حققه من تميز وتعزيز للقدرات التنافسية. ومن خلال هذه الدراسة أدركنا أهمية التكنولوجيا المالية ودورها الكبير في تحقيق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي. وما تساهم في تقديمه من منتجات وخدمات تتمتع بجودة عالية، وتسليم المنتجات والخدمات في أقل وقت ممكن. بالإضافة إلى تقليل التكاليف على المصرف، والمرونة العالية التي يمتلكها المصرف، وطبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المالية والميزة التنافسية. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد الجودة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، وذلك عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$. وإذ بلغ معامل الارتباط $R(0.785)$ عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.617) . وهذا ما ينسجم مع الدراسات السابقة في أن التكنولوجيا المالية تؤثر على الجودة في المصرف. (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Paradeep et al، 2021; Kemunto Kagiri، 2018).
2. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد التسليم كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، وذلك عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$. وإذ بلغ معامل الارتباط $R(0.726)$ عند مستوى عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.528) . وهذا ما ينسجم مع الدراسات السابقة في أن التكنولوجيا المالية تؤثر على سرعة التسليم في المصرف. (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Paradeep et al، 2021; Kemunto Kagiri، 2018).
3. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، وذلك عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$. وإذ بلغ معامل الارتباط $R(0.709)$ عند مستوى عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.503) . وهذا ما ينسجم مع الدراسات السابقة في أن التكنولوجيا المالية تؤثر في الحد من التكاليف في المصرف. (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Paradeep et al، 2021; Kemunto Kagiri، 2018).
4. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية بين استخدام التكنولوجيا المالية وبين بعد المرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، وذلك عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ ، وإذ بلغ معامل الارتباط $R(0.768)$ عند مستوى عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.590) ، وهذا ما ينسجم مع الدراسات السابقة في أن التكنولوجيا المالية تؤثر على المرونة التي يمتلكها المصرف. (علام، 2022، محمد و محمد، 2016، Paradeep et al، 2021; Kemunto Kagiri، 2018).

التوصيات ووافق الدراسة:

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقديم مجموعة من التوصيات على النحو الآتي: أولاً إعطاء الاهتمام الكافي للتكنولوجيا المالية، والعمل على تطويرها بشكل دوري حيث أنها تشكل مصدر هام لتحقيق

التميز للمصرف. بالإضافة الى ضرورة الاهتمام بمستوى الرقابة على تكنولوجيا المالية في القطاع المصرفي، خصوصاً في ظل ما شهدناه من طرق الاحتيال المالية المختلفة التي ذكرها البنك المركزي السعودي، والتي أدت إلى اختلاف مستوى جودة الخدمات المقدمة وسرعة تقديمها، والتكاليف المرتفعة التي يتحملها المصرف عما سبق في ظل التكنولوجيا. أخيراً بناء نظام تشغيل يتمتع بالكفاءة العالية ويتجنب الأعطال التقنية المفاجئة أثناء تقديم الخدمات الالكترونية للعملاء في مصرف الراجحي، وهذا ما سوف يساهم في سرعة تقديم الخدمات وزيادة رضا العملاء، وتجنب خسارتهم.

من خلال مراجعة العديد من الدراسات والأبحاث المتعلقة بمفاهيم البحث، تجلت لنا بعض الأفكار التي يمكن اقتراحها لان تكون أفق لدراسات مستقبلية، وهي: أثر تكنولوجيا المالية على إدارة المخاطر. أثر تكنولوجيا المالية على أداء المصارف.

- الإحالات والمراجع

المراجع العربية

- أحمد إبراهيم سعيد حسن (2017)، "أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط. موجودة على الرابط التالي:
https://meu.edu.jo/libraryTheses/59fdb9111b506_1.pdf
- بختي عمارية ومجاني غنية (2019). "دور تكنولوجيا المالية في دعم القطاع المصرفي"، مجلة (المدير) المجلد 70، العدد 2، ص ص 94-111.
- بومود إيمان، مطرف عواطف و شاوي شافية (2020)، "ابتكارات التكنولوجيا المالية ودورها في تطوير أداء البنوك الإسلامية العربية". مجلة رؤى اقتصادية، المجلد 10، العدد 1، ص ص 333-348.
- حرفوش سعيدة (2019)، "التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي"، آفاق علمية، المجلد 11، العدد 3، ص ص 724-744.
- حمو محمد وزيدان محمد (2016)، "إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية". الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية. المجلد 8، العدد 2، ص ص 85-96.
- خالدي فراح، قوي في سعاد و مهاوة أمال (2022)، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على فاعلية العمل المصرفي الإلكتروني في ظل جائحة كورونا (covid19) دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية في أم البواقي" مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، المجلد 5، العدد 1، ص ص 94-108.
- رميسة هامل (2021)، "دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية -دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات المتواجدة بولاية أم البواقي"، رسالة ماجستير. جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي. موجودة على الرابط التالي: <http://bib.univ-oeb.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/12745/1/pdf.pdf>
- زواويد لزهاري و حجاج نفيسة (2018)، "التنافسية وبيئة الأعمال الجديدة كعامل لتنمية الابتكار المالي في المؤسسات المالية". مجلة آفاق للدراسات والبحوث - العدد الأول. ص ص 122-137.
- سعيدة نيس (2022)، "التكنولوجيا المالية فرصة لتطوير الخدمات المالية، مجلة أبحاث الاقتصاديات المتقدمة، المجلد 7، العدد 2، ص ص 227-242.
- عمران عبد الحكيم وجعيل جمال (2020). "التكنولوجيا المالية الحديثة وآثارها على البنوك والمؤسسات المالية"، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 4، العدد 1، ص ص 113-126.
- مروان درويش (2018)، "انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية على تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين"، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 4، العدد 02، ص ص 69-83.
- مصطفى، سلام، عبد الرضا، حيدر محمد كريم و سنان عبد الله حرجان (2020). "التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة استطلاعية لعينة من موظفي مصرف في بغداد التجاري والتجارة العراقي". مجلة جامعة جيهان- اربيل للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 4، العدد 2. ص ص 127-135
- مصطفى عبده نور (2015)، "الاستراتيجيات التسويقية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، موجودة على الرابط التالي: <http://repository.sustech.edu/handle/123456789/11313>
- هيبه، مروة حسام، (2019)، الحوكمة الرشيدة مدخلًا لتحقيق الميزة التنافسية بمدارس الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في مصر، مجلة العلوم التربوية بكلية التربية بالغردقة، العدد 3، المجلد 2.
- وليد كامل محمددين وكامل عام (2022)، "التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، مجلد 52، العدد 1، ص ص 159-220.
- وهيبة، عبد الرحيم (2018)، "عملة البتكوين وتكنولوجيا سلسلة الكتل في ظل التكنولوجيا المالية"، مجلة حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 32، الجزء الثالث، ص ص: 66
- وهيبة عبد الرحيم وأمين بن سعد (2018)، "شركات التكنولوجيا المالية في الشرق الأوسط وشمال افريقيا"، Global Journal of Economics and Business، المجلد 4، العدد 1، ص ص 33-45.
- وهابي، كلثوم، (2018)، إعادة هندسة العمليات كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد 5، العدد 2، ص ص 47-66.

Referrals and references

- Ahmed Ibrahim Saeed Hassan (2017), "The Impact of Total Quality Management Practices on Achieving Competitive Advantage: A Field Study in Jordanian Pharmaceutical Companies According to Company Size," Master's Thesis, Middle East University. Available at the following link: https://meu.edu.jo/libraryTheses/59fdb9111b506_1.pdf
- Annals of the University of Algiers 1, Issue 32, Part Three, pg.: 66
- Bakhti Omariya and Majani Ghaniya (2019). "The Role of Financial Technology in Supporting the Banking Sector", (Al-Mudabir) Magazine, Vol. 70, No. 2, pp. 94-111.

- Bernardo Nicoletti (2018), "The Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Services", Palgrave Macmillan, P : 12
- Boumod Iman, Mutref Awatef and Shawi Shafia (2020), "Financial Technology Innovations and their Role in Developing the Performance of Arab Islamic Banks." *Economic Insights Journal*, Volume 10, Issue 1, pp. 333-348.
- Hammou Mohamed and Zidan Mohamed (2016), "Banking Technology Management in order to improve the competitiveness of banks, with reference to Algerian banks." *The Academy of Social and Human Studies*. Volume 8, Issue 2, pp. 85-96.
- Harfoush Saida (2019), "Financial Technology is a Promising Industry in the Arab World," *Scientific Horizons*, Volume 11, Issue 3, pp. 724-744.
- In Financial Institutions. *Afaq Journal for Studies and Research* - Issue 1, pp. 122-137.
- Kemunto E. R. and Kagiri A. (2018), "Effect of Implementation of FINTECH Strategies on Competitiveness in the Banking Sector in Kenya: A case of KCB Bank of Kenya". *European Journal of Business and Strategic Management*, Vol.3, Issue 3, pp 29 – 44.
- Khaledi Farah, Qawfi Souad and Mahawa Amal (2022), "The impact of information and communication technology on the effectiveness of electronic banking work in light of the Corona pandemic (covid19), a case study of a sample of banking agencies in Umm Al-Bawaqi," *Journal of Economic Growth and Entrepreneurship*, Volume 5, Issue 1, pp. 94-108.
- Makumbila, Louis Boy (2017), "Supplier development for competitive advantage in manufacturing small medium enterprises", Master thesis, Nelson Mandela Metropolitan University. <https://vital.seals.ac.za/vital/access/manager/PdfViewer/vital:28576/SOURCE1?viewPdfInternal=1>
- Marwan Darwish (2018), "The implications of using modern technology in providing banking services on improving the performance of banks operating in Palestine", *Journal of Economics and Finance*, Volume 4, Issue 02, pp. 69-83.
- Mostafa Abdo Nour (2015), "Marketing Strategies and Their Impact on Achieving Competitive Advantage," Master Thesis,
- Mostafa, Salam, Abd al-Ridha, Haider Muhammad Karim, and Sinan Abdullah Harjan (2020). "Financial Technology and its Role in Achieving Sustainable Development: An Exploratory Study of a Sample of Employees of the Baghdad Commercial Bank and Iraqi Trade." *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, Volume 4, Issue 2, pp. 127-135
- Omran Abdul Hakim and Jail Jamal (2020). "Modern financial technologies and their effects on banks and financial institutions." *Al-Aseel Journal for Economic and Administrative Research*, Volume 4, Issue 1, pp. 113-126.
- Pradeep Dwivedi1 · Jawaher Ibrahim Alabdooli1 · Rajeev Dwivedi, (2021), "Role of FinTech Adoption for Competitiveness and Performance of the Bank: A Study of Banking Industry in UAE". *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 16, p.p.:130–138
- Prestige, Marwa Hossam, (2019), Good governance as an introduction to achieving competitive advantage in schools of the second cycle of basic education in Egypt, *Journal of Educational Sciences*, Faculty of Education, Hurghada, Issue 3, Volume 2.
- Rua O. L. and Santos C., (2022), " Linking brand and competitive advantage: The mediating effect of positioning and market orientation", *European research on management and business economics*, 28, 100194
- Rumaisa Hamel (2021), "The Role of Knowledge Management in Achieving Competitive Advantage - An Empirical Study on Some Institutions in Umm El-Bouaghi Governorate," Master Thesis. Larbi Ben M'hidi University, Umm El-Bouaghi. Available at the following link: <http://bib.univ-oeb.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/12745/1/pdf.pdf>
- Saida Ness (2022), Fintech is an opportunity to develop financial services, *Journal of Advanced Economic Research*, Volume 7, Issue 2, pp. 227-242.
- Sudan University of Science and Technology, available at the following link: <http://repository.sustech.edu/handle/123456789/11313>
- Wahbi, Kulthum, (2018), Operations Reengineering as an Introduction to Enhancing Competitive Advantage, *Journal of Financial, Accounting and Administrative Studies*, Volume 5, Issue 2, pp. 47-66.
- Wahiba Abdel-Rahim and Amin Bin Saad (2018), "FinTech Companies in the Middle East and North Africa", *Global Journal of Economics and Business*, Vol. 4, No. 1, pp. 33-45.
- Wahiba, Abdel-Rahim (2018), "Bitcoin and Blockchain Technology in the Shadow of Financial Technology",
- Walid Kamel Muhammadin and Kamel Allam (2022), "Digital Transformation and its Impact on Enhancing the Competitive Advantage of Banking Services from the Point of View of Customer Service Officers: A Field Study on Application to the Banking Sector in Southern Upper Egypt," *Scientific Journal of Economics and Trade*, Volume 52, Issue 1, p. 159- 220.
- Wang H., Zheng L. J., Xu X. and Hung T. H. B.(2022), " Impact of Financial Digitalization on Organizational Performance A Look at the Dark Side", *Journal of Global Information Management*, Vol 30, n 1, p.p:1-35.

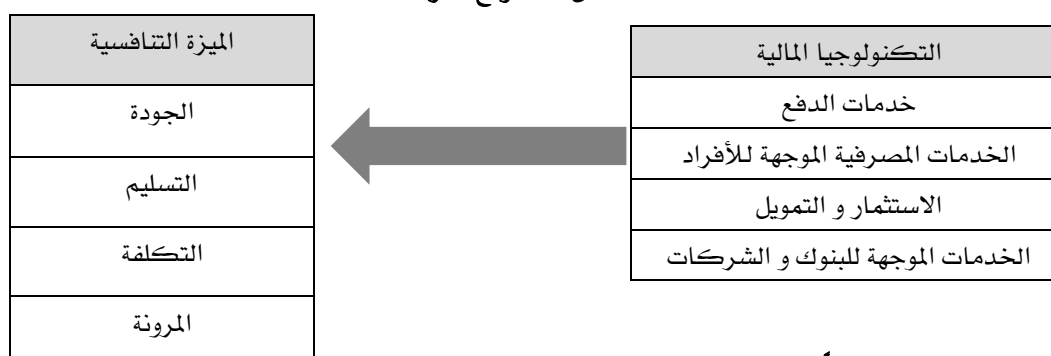
Wang, Yang & Xiuping, Sui & Zhang, Qi, 2021. "Can fintech improve the efficiency of commercial banks? —An analysis based on big data," *Research in International Business and Finance*, vol. 55(C).

Zahra, S. F. (2021). "The Culture Of Financial Innovation And The Extent Of Applying Principles Of Financial Innovation In An Organization." *Nour journal of Economic Studies*, 06 (01), pp. 460- 478.

Zawaed Lazhari and Hajjaj Nafisa (2018), "Competitiveness and the New Business Environment as a Factor for the Development of Financial Innovation

الملاحق

الشكل 1: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على متغيرات الدراسة وأبعادها

الجدول (1) : تقسيم فئات مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة	الفئة الأهمية	حدود الفئة
		من إلى
5	أوافق بشدة (بدرجة كبيرة جداً)	4.21 إلى 5.00
4	أوافق (بدرجة كبيرة)	3.41 إلى 4.20
3	محايد (بدرجة متوسطة)	2.61 إلى 3.40
2	لأوافق (بدرجة قليلة)	1.81 إلى 2.60
1	لا أوافق بشدة (بدرجة قليلة جداً)	1.00 إلى 1.80

المصدر: من إعداد الباحثة وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي

الجدول (2): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات الاستبانة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (المتغير المستقل: التكنولوجيا المالية)

المحور	الابعاد	رقم العبارة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
المتغير المستقل: التكنولوجيا المالية	البعد الأول: خدمات الدفع	1	0.494*	0.027
		2	0.775**	0.000
		3	0.781**	0.000
		4	0.798**	0.000
		5	0.843**	0.000
	البعد الثاني: الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد	1	0.802**	0.000
		2	0.906**	0.000

المحور	الابعاد	رقم العبارة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	البعد الثالث: الاستثمار والتمويل	3	0.697**	0.001
		4	0.868**	0.000
		5	0.781**	0.000
		1	0.900*	0.000
		2	0.763**	0.000
		3	0.767**	0.000
		4	0.828**	0.000
		5	0.886**	0.000
		1	0.849**	0.000
		2	0.932**	0.000
	البعد الرابع: الخدمات الموجهة للبنوك والشركات	3	0.813**	0.000
		4	0.932**	0.000
		5	0.813**	0.000

❖ تعني قيمة معامل الارتباط هو معنوي عند قيمة الدلالة (0.01).

❖ تعني قيمة معامل الارتباط هو معنوي عند قيمة الدلالة (0.05).

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج التحليل الاحصائي

الجدول (3): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات الاستبانة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (المتغير التابع: الميزة التنافسية)

المحور	الابعاد	رقم العبارة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
المتغير التابع: الميزة التنافسية	البعد الأول: الجودة	1	0.792**	0.000
		2	0.874**	0.000
		3	0.877**	0.000
		4	0.955**	0.000
		5	0.955**	0.000
		6	0.792**	0.000
	البعد الثاني: التسليم	1	0.785**	0.000
		2	0.778**	0.000
		3	0.882**	0.001
		4	0.916**	0.000
		5	0.808**	0.000
		6	0.750**	0.000
	البعد الثالث: التكلفة	1	0.911**	0.000
		2	0.894**	0.000
		3	0.873**	0.000
		4	0.858**	0.000
	البعد الرابع: المرونة	1	0.585**	0.007
		2	0.707**	0.000
		3	0.817**	0.000
		4	0.832**	0.000
		5	0.872**	0.000
		6	0.843**	0.000
		7	0.801**	0.000
		8	0.664**	0.001

❖ تعني قيمة معامل الارتباط هو معنوي عند قيمة الدلالة (0.01).

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج التحليل الاحصائي

الجدول (4): معاملات الارتباط بين معدل كل بعد من أبعاد الدراسة مع المعدل الكلي لفقرات الاستبانة

المحاور	الابعاد	معامل الارتباط بالدرجة الكلية	القيمة الاحتمالية
المتغير المستقل: التكنولوجيا المالية	البعد الأول: خدمات الدفع	0.818**	0.000
	البعد الثاني: الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد	0.964**	0.000
	البعد الثالث: الاستثمار والتمويل	0.906**	0.000
	البعد الرابع: الخدمات الموجهة للبنوك والشركات	0.850**	0.000
المتغير التابع: الميزة التنافسية	البعد الأول: الجودة	0.907**	0.000
	البعد الثاني: التسليم	0.939**	0.000
	البعد الثالث: التكلفة	0.868**	0.000
	البعد الرابع: المرونة	0.954**	0.000

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج التحليل الاحصائي

الجدول (5): معامل ألفا كرونباخ للاستبانة

محاو الاستبانة	الابعاد	عدد العبارات	ثبات المحور
المتغير المستقل: التكنولوجيا المالية	البعد الأول: خدمات الدفع	5	0.794
	البعد الثاني: الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد	5	0.864
	البعد الثالث: الاستثمار والتمويل	5	0.887
	البعد الرابع: الخدمات الموجهة للبنوك والشركات	5	0.915
المتغير التابع: الميزة التنافسية	البعد الأول: الجودة	6	0.938
	البعد الثاني: التسليم	6	0.895
	البعد الثالث: التكلفة	4	0.895
	البعد الرابع: المرونة	8	0.892
الثبات العام			0.976

المصدر: من اعداد الباحثة وفقا لنتائج التحليل الاحصائي

الجدول (6): خصائص العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة (ن = 280)

المتغيرات الديموغرافية	العدد (ن)	النسبة المئوية (%)
الجنس		
ذكر	144	51.4%
أنثى	136	48.6%
العمر		
أقل من 25 سنة	12	4.3%
من 25 – 35 سنة	123	43.9%
من 36 – 46 سنة	81	28.9%
	54	

من 47 – 57 سنة	10	19.3%
أكبر من 57 سنة		3.6%
الدرجة العلمية		
ثانوي	22	7.9%
دبلوم	39	13.9%
بكالوريوس	209	73.6%
ماجستير	13	4.6%
الخبرة		
من 1 – 5 سنوات	77	27.5%
من 6 – 10 سنوات	80	28.6%
من 11 – 15 سنة	53	18.9%
أكثر من 15 سنة	70	25%
المجموع لكل متغير	280	100%

المصدر: من إعداد الباحثة وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

الجدول (7): استجابات أفراد عينة الدراسة حول المتغير المستقل أبعاد التكنولوجيا المالية

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		ابعاد التكنولوجيا المالية (المتغير المستقل)
		درجة الأهمية	قيمة المتوسط	
3	0.770	مرتفعة جداً	4.252	خدمات الدفع
2	0.681	مرتفعة جداً	4.445	الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد
4	0.765	مرتفعة	4.068	الاستثمار والتمويل
1	0.589	مرتفعة جداً	4.507	الخدمات الموجهة للبنوك والشركات

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

الجدول (8): استجابات أفراد عينة الدراسة حول المتغير التابع أبعاد الميزة التنافسية

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		ابعاد التكنولوجيا المالية (المتغير المستقل)
		درجة الأهمية	قيمة المتوسط	
1	0.632	مرتفعة جداً	4.553	الجودة
2	0.681	مرتفعة جداً	4.519	التسليم
4	0.705	مرتفعة جداً	4.476	التكلفة
3	0.670	مرتفعة جداً	4.497	المرونة

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

الجدول (9): نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية	المتغير المستقل	المتغيرات التابعة	قيمة (T) المحسوبة	مستوى الدلالة P-Value	قيمة (F) المحسوبة	مستوى الدلالة (Sig)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R2)
الأولى	التكنولوجيا المالية	الجودة	21.143	0.000	447.027	0.000	0.785	0.617
الثانية		التسليم	17.619	0.000	310.420	0.000	0.726	0.528
الثالثة		التكلفة	16.764	0.000	281.037	0.000	0.709	0.503
الرابعة		المرونة	20.002	0.000	400.070	0.000	0.768	0.590
• الدرجة الحرة (1 - ن) = 279 • مستوى الحرية او المعنوية 0.05 • قيمة t الجدولية = (1.97)								

المصدر: من إعداد الباحثة وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بمتغيرات الدراسة

التسلسل	فقرات بعد خدمات الدفع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يستخدم مصرف الراجحي الية الدفع بالاعتماد على الهواتف الذكية.	4.31	0.839	4	الأهمية مرتفعة جداً
2	يتمتع مصرف الراجحي بطاقات اعتماد للدفع الإلكتروني.	4.41	0.842	1	الأهمية مرتفعة جداً
3	يعتمد مصرف الراجحي على نماذج التحويلات الخارجية الإلكترونية.	4.33	0.965	3	الأهمية مرتفعة جداً
4	لدى المصرف إدارة لتدفقات الدفع للتجارة الإلكترونية.	4.36	0.893	2	الأهمية مرتفعة جداً
5	لدى المصرف إدارة للمحافظ الرقمية.	3.85	1.230	5	الأهمية مرتفعة جداً
جميع فقرات بعد خدمات الدفع		4.252	0.770	الأهمية مرتفعة جداً	

التسلسل	فقرات بعد الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يقدم مصرف الراجحي خدمات الدفع الإلكتروني للأفراد.	4.44	0.810	3	الأهمية مرتفعة جداً
2	يساعد مصرف الراجحي في تقريب البنوك من الأفراد من خلال المعاملات الإلكترونية.	4.40	0.853	5	الأهمية مرتفعة جداً
3	يساعد مصرف الراجحي الأفراد في إدارة الاموال الشخصية عن بعد.	4.41	0.859	4	الأهمية مرتفعة جداً
4	يدعم مصرف الراجحي فلسفة العمل بالتعاون مع الافراد و المواطنين الكترونياً.	4.50	0.733	1	الأهمية مرتفعة جداً
5	يسمح مصرف الراجحي باستخدام الهواتف الذكية في المعاملات المالية.	4.48	0.780	2	الأهمية مرتفعة جداً
جميع فقرات بعد الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد		4.445	0.681	الأهمية مرتفعة جداً	

التسلسل	فقرات بعد الاستثمار والتمويل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يملك مصرف الراجحي برامج تمويل واضحة.	4.43	0.768	1	الأهمية مرتفعة جداً
2	يقدم مصرف الراجحي مقترحات متنوعة للعميل في الاستثمارات المالية.	3.66	1.234	4	الأهمية مرتفعة
3	يهتم مصرف الراجحي باستقطاب مدخرات العملاء.	4.30	0.865	3	الأهمية مرتفعة جداً
4	يوفر مصرف الراجحي منصات التمويل الجماعي للمنظمات و الهيئات المالية في شكل استثمارات في رأس المال او قروض.	3.57	1.271	5	الأهمية مرتفعة
5	يقدم مصرف الراجحي استشارات مالية عن بعد.	4.38	0.855	2	الأهمية مرتفعة جداً
جميع فقرات بعد الاستثمار والتمويل		4.068	0.765	الأهمية مرتفعة	

التسلسل	فقرات بعد الخدمات الموجهة للبنوك والشركات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يقدم مصرف الراجحي تقنيات من أجل تحسين إدارة البنوك والشركات.	4.20	0.980	5	الأهمية مرتفعة جداً
2	يقدم مصرف الراجحي حلول للقطاع المصرفي بالاعتماد على التكنولوجيا المالية .	4.58	0.714	3	الأهمية مرتفعة جداً
3	يحرص مصرف الراجحي على تطوير إدارة المنشآت من اجل تسجيل المعاملات بالاعتماد على التكنولوجيا المالية.	4.57	0.658	4	الأهمية مرتفعة جداً
4	يشجع مصرف الراجحي باستخدام التكنولوجيا المالية على جمع و تحليل قاعدة بيانات كبيرة.	4.60	0.654	1	الأهمية مرتفعة جداً
5	يقدم مصرف الراجحي باستخدام التكنولوجيا المالية برامج معالجة المعلومات للمنشآت.	4.59	0.676	2	الأهمية مرتفعة جداً
جميع فقرات بعد الخدمات الموجهة للبنوك والشركات		4.507	0.589	الأهمية مرتفعة جداً	

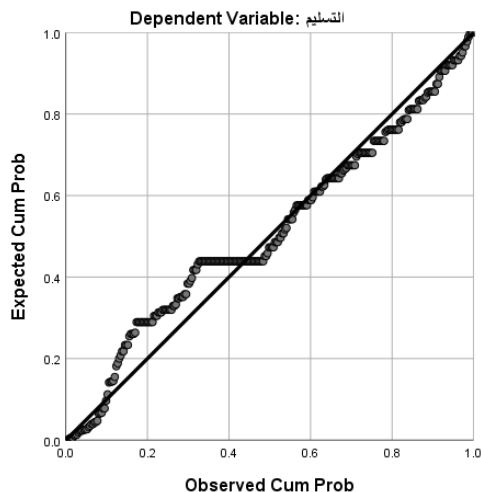
التسلسل	فقرات بعد الجودة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة.	4.60	0.643	1	الأهمية مرتفعة جداً
2	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في تطبيق معايير الجودة في كافة الأنشطة.	4.56	0.658	2	الأهمية مرتفعة جداً
3	يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف في الحصول على المعلومات اللازمة لتحسين جودة الخدمات.	4.54	0.712	4	الأهمية مرتفعة جداً
4	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في وضع خطط تحسين للجودة.	4.54	0.727	5	الأهمية مرتفعة جداً
5	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في إداء الخدمات بدقة مما يقلل من الأخطاء.	4.53	0.718	6	الأهمية مرتفعة جداً
6	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في معرفة احتياجات العملاء والعمل على تقديم الخدمات بالجودة المطلوبة.	4.55	0.696	3	الأهمية مرتفعة جداً
جميع فقرات بعد الجودة		4.553	0.632	الأهمية مرتفعة جداً	

التسلسل	فقرات بعد التسليم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف في سرعة الاستجابة لحاجات العميل.	.5404	0.687	1	الأهمية مرتفعة جداً
2	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في التقليل من الوقت الخاص في إنجاز خدمات العملاء.	4.520	0.738	3	الأهمية مرتفعة جداً
3	تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي يستخدمها المصرف في خدماته تؤدي إلى زيادة رضا العملاء.	4.503	0.748	5	الأهمية مرتفعة جداً
4	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف إلى أن يكون هناك سباق في تلبية حاجات العملاء.	4.532	0.723	2	الأهمية مرتفعة جداً
5	يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف إلى زيادة رضا العملاء المستفيدين.	4.520	0.743	4	الأهمية مرتفعة جداً
6	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في العمل بدقة والوفاء بمواعيد تقديم الخدمات إلى العملاء.	4.500	0.799	6	الأهمية مرتفعة جداً
	جميع فقرات بعد التسليم	4.519	0.681		الأهمية مرتفعة جداً

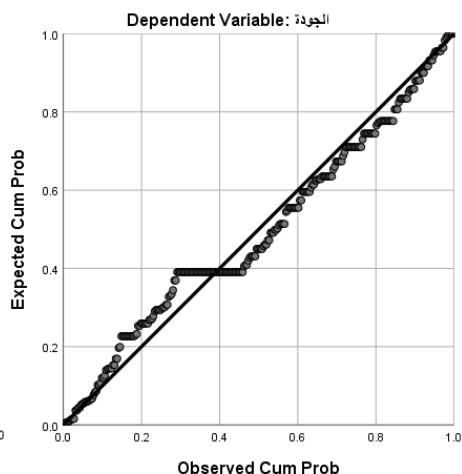
التسلسل	فقرات بعد التكلفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في تقليل تكلفة الخدمات المقدمة.	4.52	0.752	1	الأهمية مرتفعة جداً
2	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في تقليل تكلفة تشغيل العمليات.	4.48	0.803	3	الأهمية مرتفعة جداً
3	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في إلغاء الأنشطة والعمليات غير الضرورية والتي تسبب تكاليفاً عالية.	4.50	0.733	2	الأهمية مرتفعة جداً
4	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في تقليل تكاليف عمليات الصيانة.	4.41	0.829	4	الأهمية مرتفعة جداً
	جميع فقرات بعد التكلفة	4.476	0.705		الأهمية مرتفعة جداً

التسلسل	فقرات بعد المرونة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف في استمرارية تطوير الخدمات المقدمة.	4.54	0.702	1	الأهمية مرتفعة جداً
2	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف في توليد اقتراحات جديدة.	4.49	0.790	4	الأهمية مرتفعة جداً
3	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف في مسايرة التغيرات التي تؤثر على الخدمات المقدمة من المنافسين.	4.48	0.766	6	الأهمية مرتفعة جداً
4	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف في مسايرة التغيرات التي تحدث في رغبات وحاجات العملاء.	4.53	0.677	2	الأهمية مرتفعة جداً
5	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في إدارة الوقت بمرونة عالية وحل الاختناقات التي تحدث في العمل.	4.48	0.821	7	الأهمية مرتفعة جداً
6	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في التفاعل مع اشعارات العملاء عند حدوث طارئ بالخدمة.	4.49	0.790	5	الأهمية مرتفعة جداً
7	لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف دور في الاستجابة لاقتراحات واحتياجات العملاء.	4.46	0.802	8	الأهمية مرتفعة جداً
8	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف يتيح وصول العملاء إلى قواعد بياناتهم والمعلومات المتعلقة باشتراكاتهم.	4.52	0.728	3	الأهمية مرتفعة جداً
جميع فقرات بعد المرونة		4.497	0.670	الأهمية مرتفعة جداً	

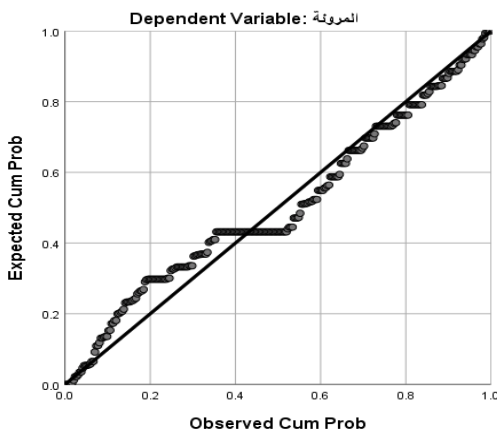
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



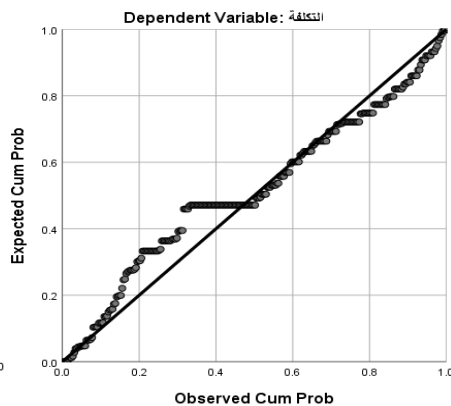
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA:

اعطيات بنعمر. (2023). دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف السعودية -دراسة حالة مصرف الراجحي-، مجلة رؤى اقتصادية، 13(01)، جامعة الوادي، الجزائر، ص.ص 19-47.

يتم الاحتفاظ بحقوق التأليف والنشر لجميع الأوراق المنشورة في هذه المجلة من قبل المؤلفين المعنيين بموجب رخصة المشاع الإبداعي نسب

المصنف - غير تجاري 4.0 رخصة عمومية دولية (CC BY-NC 4.0).



Roa Iktissadia Review is licensed under a [Creative Commons Attribution-Non Commercial license 4.0 International License](#). [Libraries Resource Directory](#). We are listed under [Research Associations](#) category