

أثر التحول الرقمي التكنولوجي على القدرة التنافسية بالمصارف العراقية :دراسة تحليلية

أ.د. عايدة كمون

جامعة صفاقس

كلية العلوم الاقتصادية والتصرف

Email: aida.kammoun@isaas.usf.tn

حسين عدنان عيسى العلق

جامعة صفاقس

كلية العلوم الاقتصادية والتصرف

Email: hussain.easa@mu.edu.iq

الملخص

يعد الاقتصاد الرقمي توجها عالميا حديثا تسعى إلى تحقيقه مختلف المجتمعات والدول من خلال الاستفادة من معطيات العصر والتحول من اقتصاد الصناعات إلى اقتصاد المعلومات، الذي يركز أساسا على المعرفة وتقنيات المعلومات، باعتباره أساس شبكات الاتصال والمعلومات. وقد أتى هذا النوع من الاقتصاد عناصر عديدة تحقق فوائد في جميع مجالات الحياة الداعمة للتنمية المستدامة ومن بينها: التجارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني، الاستثمار الإلكتروني، والصيرفة الإلكترونية وغيرها من التطبيقات العديدة. في هذه الدراسة سنحاول التركيز على الصيرفة الإلكترونية والتي تشكل بدورها أحد إفرزات الاقتصاد الرقمي، ونظرا لأهمية ما قدمته الصيرفة الإلكترونية للاقتصاد تهدف هذه الدراسة إلى توضيح المزايا التي تحققها الصيرفة الإلكترونية في النشاط المصرفي ودورها في تحديث الخدمات المصرفية من خلال عمل المصارف العراقية على تطوير أنظمتها المصرفية من خلال تبني هذه التكنولوجيا التي من شأنها عصنة النظام المصرفي العراقي والارتقاء لأعلى مستويات.

اما على المستوى الجانب العملي فقد اكدت نتائج هذه الدراسة على عينة من 71 موظف سامي بالمصارف العراقية ان التحول الرقمي التكنولوجي يساهم مساهمة فعالة في الميزة التنافسية لهذه المصارف حيث تؤدي تطبيقات تكنولوجيا الرقمية الحديثة الى اكتساح اسواق اخرى وشرائح اخرى من العملاء ولذلك توصي هذه الدراسة بضرورة تبني التحول الرقمي التكنولوجي لهذه المصارف حتى تستجيب الى تطلعات العملاء من الحصول على خدمات سريعة ذات محتوى اعلامي مبهر ومعاصر تكون فيه الرقمنة عنصر فعال ومهيمن على هذه الخدمة.

الكلمات المفتاحية: المصارف، التحول الرقمي التكنولوجي، تحقيق الميزة التنافسية.

1. المقدمة

شهدت الساحة المصرفية خلال العشرة الأخيرة توسعا كبيرا في التكنولوجيا البنكية من أبرز مظاهرها انتشار الخدمات الالكترونية في البنوك التقليدية، إضافة إلى ظهور البنوك الالكترونية. وتعد رقمنة المصارف - أو ما يسمى بالصيرفة الإلكترونية- اتجاها حديثا عرف انتشارا سريعا نظرا لما يحققه من مزايا عديدة للمصارف.و المقصود بالصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، وبذلك تنشئ لهاته العمليات مواقع إلكترونية على الانترنت لتقديم نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفح وتحويل دون انتقال العميل إليها. وتمكن الخدمات/البنوك الإلكترونية من تحقيق مزايا عديدة في المجالات التالية: إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء - تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة - خفض التكاليف وزيادة كفاءة البنوك الالكترونية - خدمات البطاقات - توفير وسائل الدفع الالكترونية - وتنوع الخدمات المصرفية. هذا وقد أثبتت العديد من الدراسات أن الصيرفة الإلكترونية تمكن من خلق ميزة تنافسية مما يؤثر على القدرة التنافسية و جودة الخدمات بالمصارف.

ومن الجدير بالذكر، أن البنوك العراقية تعتبر في مقدمة القطاعات الخدمية التي وظفت التقنية في خدمة عملائها واستثمرت أموال طائلة لتوطين التقنية المتقدمة في مجال الخدمات المصرفية، مما جعلها من أكثر بنوك العالم تطورا، وكذلك ساهم تطوّر الخدمات الإلكترونية المصرفية بقنواتها المختلفة من رفع كفاءة التشغيل، وتقليص التكاليف التي تتحملها البنوك جراء تنفيذ تلك الخدمات لعملائها عبر الفروع (Mahdi,2012).

و أدى وجود تلك التطورات والتغيرات العالمية إلى صنع تحديات تنافسية كبيرة بين البنوك، حيث ازدادت التطبيقات الإلكترونية بصورة متلاحقة و كبيرة متزامنة مع حدة التنافس بين البنوك و سرعة تطوير البرمجيات الإلكترونية وشبكات الاتصال، و أصبح تطوير الخدمات المصرفية و مواكبة التطورات الإلكترونية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية، و الاهتمام بجودة الخدمات و تحقيق رغبات العملاء أحد المداخل الرئيسية لزيادة و تطوير القدرة التنافسية للبنوك (عبد القادر، 2005)، ذلك الأمر الذي يساهم في زيادة قدرة البنك التنافسية لمواجهة التهديدات التي يتعرض لها جراء التطورات الاقتصادية و الإلكترونية (طرطار وحلمي، 2010). كما تسهم الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل أو بآخر على اكتساب الميزة التنافسية من خلال رفع كفاءة الخدمة المقدمة وفاعليتها (عبيد، 2012).

مثل جل المصارف في مختلف دول العالم، قامت المصارف العراقية برقمنة خدماتها، فانخرطت بذلك في مجال الصيرفة الإلكترونية، فهل مكن ذلك من تحسين جودة الخدمات بها والرفع من قدرتها التنافسية ؟ هذا ما سنحاول الإجابة عنه في ورقة البحث هذه.

سنتناول في المبحث الثاني نتائج اهم الدراسات الأجنبية والعربية التي عالجت هذا الموضوع كما سنقوم بالتطرق الى الجوانب النظرية والاسس التي يركز عليها التحول الرقمي للبنوك ونتائج على القدرة التنافسية وعلى ضوء هذه الدراسات والنظريات ذات الصلة سنقوم في بشرح وتفسير فرضية البحث. هذه الفرضية الرئيسية في هذا البحث سيقع اختبارها على عينة من المصارف العراقية لاستخلاص النتائج وتحليلها، وهذا ما سيقع عرضه في العنوان الثالث من هاته الورقة.

2. الدراسات السابقة وتطوير فرضية البحث

لقد حاول العديد من الباحثين تسليط الضوء على أثر تلك الخدمات الإلكترونية المصرفية المختلفة في تحقيق الميزة التنافسية، ويعرض هذا المبحث أبرز الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث، للتعرف إلى ما توصلت اليه من نتائج من ناحية، وبيان ما يمكن أن تضيفه الدراسة الحالية من ناحية أخرى.

هدفت دراسة بعلي (Bali' 2016) ،إلى إبراز دور تكنولوجيا المعلومات المساندة لإدارة المعرفة في خلق ميزة تنافسية، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بدراسة ميدانية من خلال تصميم استبانة، حيث بلغت حجم العينة (92) موظفاً، للتعرف إلى وجهة نظرهم بخصوص إسهام هذا النوع من التكنولوجيا في نجاح عمليات إدارة المعرفة (التوليد، التخزين، التوزيع، التطبيق) والدور الكبير الذي تلعبه في خلق التميز للمؤسسات. وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها: وجود تأثير إيجابي لتكنولوجيا المعلومات المساندة لإدارة المعرفة في خلق ميزة تنافسية للبنك، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على توفير الأجهزة والبرمجيات اللازمة لتسهيل العمليات، وزيادة الوعي لدى الأفراد العاملين بأهمية العمل الجماعي عبر الشبكة الداخلية، والاعتماد على أنظمة الذكاء الاصطناعي المساندة لاتخاذ القرار وتحقيق التميز .

وأجرى الخموس (2014) Khmus-AI دراسة هدفت إلى اختبار أثر جودة الخدمات المصرفية بين التميز في أداء العمليات المصرفية، وتحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية الأردنية، وتكون مجتمع الدراسة من كبار عملاء الشركات في هذه المصارف والبالغ عددهم حوالي 2000 عميل، وتم اختيار عينة بلغ حجمها 110 عملاء، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمة في تحقيق الميزة التنافسية.

في حين أجرى المطيري (2012) Mutairi-AI ،دراسة هدفت إلى بيان التوجه الإبداعي على تحقيق ميزة تنافسية للبنوك التجارية الكويتية حيث تم تصميم استبانة وزعت على عينة الدراسة البالغ عدده 102 ، وتم تحليل البيانات من خلال الأساليب الإحصائية، وتوصلت الدراسة الى وجود أثر ذي دلالة احصائية لجميع محاور الأبداع على تحقيق ميزة تنافسية للبنوك التجارية الكويتية (التميز، الاستجابة). وأوصت الدراسة بضرورة قيام البنوك التجارية الكويتية باعتماد انماط جديدة ومعاصرة في ادارة العمليات التشغيلية

لتحقيق تميز وتفوق على البنوك الاجنبية في الكويت، كما اوصت بضرورة اشراك العاملين في البنوك في التعليقات وابداء الرأي.

أشارت نتائج دراسة متوكل عبدالمنعم (2012) الى أن تقديم الخدمة المصرفية الكترونيا يعمل على بقاء المصرف ويحقق الرضا للعملاء ويؤدي الى سرعة التعامل، وزيادة وعي العملاء يؤدي الى الزيادة في استخدام الخدمات الالكترونية ويحسن سمعة البنك وعدم تعقيد الخدمة المصرفية الالكترونية تجذب العملاء لهذه الخدمات، وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة التطورات والتوجيهات التسويقية الالكترونية في التعامل مع العملاء وتوعية العملاء بمميزات التعامل الكترونيا مع البنك، ووضع خططا خاصة بتطوير التعامل الكترونيا مع فروع البنك : .

توصلت دراسة (2012) Reji Kumar إلى ان العلاقة بين جودة الخدمة المدركة والاشباع تفوق العلاقة بين المصدقية والاشباع، والعلاقة بين المخاطر المدركة وجودة الخدمة المدركة اكثر قوة وتفوق العلاقة بين المخاطر المدركة ومفهوم الاستمرارية لذلك نجد العلاقة بين الاشباع ومفهوم الاستمرارية اقوى ، وتوصلت الدراسة الى ان اهمية الاشباع مؤكد انها اقوى للمتبنى من اهمية استمرارية العملاء في الخدمة ، واوصت الدراسة بانه لا بد من التنبؤ بالمخاطر حتى يتم تجاوزها أو تقليلها لأنها تقف امام تبني الموبايل المصرفي مستقبلا ، والمخاطر تعيق الاستمرارية في الخدمة وتقلل من جودتها ولا بد من ان تكون هنالك مصداقية في كيفية تقديم الخدمة وجودتها.

تناولت دراسة **Kolodinsky, et al, 2004** العوامل المؤثرة في تبني العميل خدمات المصرف الإلكترونية بالتركيز على ثلاثة أنواع من تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية وهي: المصرف الناطق، تكنولوجيا دفع الفواتير إلكترونياً، وكذلك تكنولوجيا الحاسب الشخصي للدخول إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية، واستخدمت هذه الدراسة تحميل الانحدار بالرتب لإيجاد العلاقة بين الخصائص الديموغرافية للمبشرين والتوجه السلوكي في تبني تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية، وجاءت النتائج بوجود علاقة بين تبني الصيرفة الإلكترونية وخصائص تلك الخدمة كالبساطة أو التعقيد، والملائمة، والمخاطر المحتممة والميزة التنافسية المتحققة من هذه الخدمات.

تناولت دراسة محمد شرف الدين الطيب (2013) جودة الخدمة المصرفية الالكترونية عبر الانترنت المصرفي ، اوضحت نتائج الدراسة ان ه كلما كان مستوى جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل البنك من وجهة نظر العملاء فان ذلك يؤثر على الرغبة في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية فكلما كانت الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة اليهم جيدة كلما زاد معدل الاستخدام ، وتقديم الخدمة المصرفية الالكترونية عبر الانترنت بجودة عالية مع مراعات السهولة فى الاستخدام ، أو وصى الدارس بتوجيه العملاء حول كيفية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية قبل البدء فى انتاج وطرح الخدمة المصرفية لمعرفة مدى تقبل العملاء لهذه الخدمة

من دراسة شاهر عبيد (2012) تبين بانه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دور الخدمات الالكترونية المصرفية التي تقدمها البنوك في محافظة جنين تعزى لمتغير العمر والجنس والمهنة والمؤهل العلمي في جميع مجالات الدراسة والمجال الكلى. ومن نتائجها ايضاً تبين ان المتوسط الحسابي في دور الخدمات الالكترونية المصرفية التي تقدمها البنوك لتعزيز الميزة التنافسية كانت متوسطة. واوصت الدراسة بالعمل على تعزيز استخدام أحدث الوسائل التكنولوجية للزيادة من ارتباط العملاء وهو ما يعزز من المكانة التنافسية له.

تناولت دراسة وعد عمر محمد احمد (2012) جودة الخدمة المصرفية المقدمة عن طريق الصراف الآلي ومن نتائجها ان هذه الخدمة سريعة ومتنوعة ، وان الصراف الآلي في السودان حقق الاهداف التي انشأ من اجلها ولبي توقعات العملاء في هذا الخصوص ، واوصت الدراسة بإضافة خدمات اخرى مثل التحويل من حساب لحساب اخر والايداع النقدي، وان تقوم البنوك بالمراجعة الدورية للصرافات، وان تخفض التكاليف تحقيقاً للميزة التنافسية، وان تعمل على تسويق خدمة الصراف الآلي وتوسيع قاعدة المتعاملين معها :. تناولت دراسة شيماء عبد الله (2012) الموبايل المصرفي وتوصلت لنتائج بان هنالك علاقة بين الخصائص الديمغرافي واستخدام خدمة الموبايل المصرفي، وان معظم المستخدمين يرون انها سهلة وسريعة وامنه ، واوصت الدراسة بمعالجة الصعوبات التي تواجه مستخدمي خدمة الموبايل المصرفي ومراعات العوامل الديمغرافية للمستخدمين لتعميم وتسويق خدمة الموبايل المصرفي.

من هنا يمكننا ان نستنتج الفرضية الرئيسية في هذه الدراسة : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي التكنولوجي في المصارف والميزة التنافسية للبنوك.

3. منهجية البحث

يتناول الباحث في هذا المبحث إجراءات الدراسة الميدانية ويشتمل على التخطيط للدراسة التطبيقية موضحاً الإجراءات التي اتبعها في تصميم استبانة الدراسة الميدانية وواصفاً لمجتمع وعينة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة.

أعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الاستنباطي القائم على الانتقال من العام الخاص وذلك في الجانب النظري للدراسة. اما في الدراسة الميدانية فقد تم الاعتماد على اسلوب التحليل الوصفي حيث تم الحصول على المعلومات الخاصة بالدراسة واختبار الفرضيات للوصول الى صحتها من عدمها.

1.3. تصميم استمارة البحث

من اجل الحصول على المعلومات والبيانات الأولية لهذه الدراسة تم تصميم استبانة موجهة لموظفي البنوك لجمع المعلومات الميدانية، حيث قام الباحث بصياغة عباراتها ومراعاة الحيادية الممكنة بالابتعاد عن المعاني التي يصعب فهمها أو يلتبس معناها.

واشتمل الاستبيان الموجه إلى موظفي البنوك العراقية على قسمين:

- القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد العينة وهي التخصص العلمي، المؤهل المهني، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة.

- القسم الثاني متعلق بإبراز تأثير التحول الرقمي على القدرة التنافسية للمصارف.

وسيتم استخدام الترميز الرقمي والهيجاء اللاتيني في ترميز إجابات أفراد المجتمع للإجابات المتعلقة بالمقياس الخماسي، حيث يتم إعطاء درجة واحدة للإجابة (غير موافق تماماً) ودرجتان للإجابة (غير موافق) وثلاث درجات للإجابة (موافق إلى حد ما) وأربع درجات للإجابة (موافق) وخمس درجات للإجابة (موافق تماماً)، وسيتم استخدام متوسط القياس (3) وهو متوسط القيم (1، 2، 3، 4، 5) للإجابات الخمسة، كنقطة مقارنة لتحديد مستوى إجمالي كل محور من محاور الدراسة.

2.3. عينة البحث

يعرف مجتمع البحث بأنه الإطار المرجعي للباحث لاختيار عينة البحث، ويُقصد به أيضاً كامل أفراد أو مشاهدات أو أحداث موضوع البحث. وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع البحث في المصارف العراقية والبالغ عددها (21) خلال فترة الدراسة (2019).

يتمثل مجتمع العينة في أعضاء مجلس الإدارة، الإدارة التنفيذية (متمثلة في مديري الإدارة المالية)، وقد تم اختيار عينة مكونة من (5) مصارف من بين (21) مصرفاً أي بنسبة (23%) من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، كما تعتبر هذه النسبة من الناحية الاحصائية ذات مقبولية وممثلة للمجتمع المدروس، كما انها كانت مستوفية للشروط التي يتطلبها البحث، وان الباحث قد تم استبعاد المصارف الاخرى بسبب وجود مصارف حديثة او بسبب غلق بعض المصارف بسبب اعلان افلاسها فأصبحت البيات لتلك المصارف غير صالحة للقياس. لتناول موضوع أثر التحول الرقمي التكنولوجي في البنوك على أبعاد الميزة التنافسية، تم توزيع 200 استمارة استبيان على العاملين في 5 بنوك عينة البحث وتم من خلالها جمع بيانات البحث من المدراء العاملين بالبنوك وتم الحصول على (71) اجوبة.

جدول(1): نبذة مختصرة عن المصارف عينة البحث

ت	المصرف	الرمز المختصر	سنة التأسيس	تاريخ الادراج في السوق	عدد الافراد المبحوثين
1	مصرف بغداد العراقي	BBOB	1992	2004	14
2	مصرف الرافدين	RAFB	1941	2008	20
3	مصرف الرشيد	RASH	1988	2008	15
4	مصرف العراقي الاسلامي	IIB	1992	1993	12
5	مصرف الطيف الاسلامي	ITB	2006	2007	10
71	المجموع				

يبين الجدول رقم (2) عدد استمارات الاستبيان الموزعة والمسترجعة ونسبة المسترجع منها.

جدول (2): الاستمارات الموزعة والمسترجعة ونسبة المسترجع منها

الموزع	عدد الاستبانات التالفة	عدد الاستبانات المسترجعة دون إجابة	عدد الاستبانات المجاب عليها	نسبة المسترجع %
200	55	74	71	35%

3.3. وصف الافراد المبحوثين المتعلق بموظفي المصارف

من خلال الجدول رقم (3) يلاحظ أن معظم مفردات عينة الدراسة هم من الذكور ويمثلون نسبة (70%) من جميع مفردات عينة الدراسة، والباقي من الإناث ويمثلن نسبة (30%) من جميع مفردات عينة الدراسة. أشارت النتائج كذلك أن (17%) يحملون شهادة البكالوريوس، بينما (40%) يحملون مؤهلات الدراسات العليا و(28%) يحملون شهادة الدبلوم المتوسط. بلغت نسبة ما دون الثانوية العامة (15%). يستتبط كذلك من نفس الجدول أن (14%) من أفراد العينة يتمتعون بخبرة مهنية تقدر بمعدل 5 سنوات، (56%) يتمتعون بخبرة مهنية بين 5 و 10 سنوات، (30%) يتمتعون بخبرة مهنية تقدر بمعدل 10 سنوات . وبصورة عامة يلاحظ أن معظم مفردات العينة لهم خبرة كبيرة مما يجعلهم يدركون استمارة الاستبيان بشكل صحيح.

جدول (3): توزيع أفراد مجتمع الدراسة بحسب النوع والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة

العدد	النسبة %	العدد	خصائص مفردات العينة
ذكر	70.4	50	الجنس
أنثى	29.6	21	
30 سنة فأقل	7.05	5	العمر
31-40 سنة	16.9	12	
41-50 سنة	19.7	14	
51-60 سنة	28.17	20	
أكثر من 60 سنة	28.17	20	
ما دون الثانوية العامة	15.48	11	
بكالوريوس	16.9	12	
دبلوم ليسانس	28.17	20	
ماجستير	31	22	
دكتوراه	8.45	6	
اقل من 5 سنوات	14.08	10	عدد سنوات الخبرة المصرفية
من 5 - 10 سنوات	56.34	40	
اكثر من 10 سنوات	29.58	21	

4.3. نموذج الدراسة ومتغيرات الدراسة

ان متغيرات الدراسة هي في علاقة مباشرة مع الفرضيات التي وقع تطويرها في الجانب النظري ولهذا الغرض سيقع استخدام الانحدار الخطي المتعدد (linear regression) كطريقة ملائمة لتحليل الفرضية

$$\text{المتغير التابع} = \text{الحد الثابت} + \text{معامل الإنحدار (المتغير المستقل)} + \text{معامل الإنحدار (المتغيرات المراقبة)} + \text{الخطأ العشوائي}$$

ويمكن تقدير معالم نموذج الانحدار حسب معادلة الانحدار بالشكل التالي:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + \beta_4 * X_4 + \beta_5 * X_5 + \varepsilon \quad (M1)$$

حيث: Y : الميزة التنافسية للبنوك (B_COMAD)

X₁: التحول الرقمي التكنولوجي (NUM_TECH) ؛ X₂: الجنس (GENDER) ؛ X₃: العمر (AGE)

X₄: المؤهل العلمي (EDU_QUAL) ؛ X₅: عدد سنوات الخبرة المصرفية (EXP) ؛ ε : الخطأ العشوائي

1.4.3. قياس المتغير التابع: الميزة التنافسية للبنوك

استخدم الباحث الترميز الرقمي في ترميز إجابات أفراد المجتمع للإجابات المتعلقة بالقياس الخماسي، حيث تم إعطاء درجة واحدة للإجابة (غير موافق بشدة) ودرجتان للإجابة (غير موافق) وثلاث درجات للإجابة (محايد) وأربع درجات للإجابة (موافق) وخمس درجات للإجابة (موافق بشدة).

ويمكن تعريف الميزة التنافسية للبنوك كما يلي: هي الخصائص الفريدة للمنتج أو الخدمة التي تميز المصرف عن غيره وتحقق من خلالها تفوقاً تسويقياً من وجهة نظر موظفي البنوك المستجوبين. يوضح الجدول الموالي الأبعاد التي وقع الاعتماد عليها لقياس هذا المتغير.

الرمز	أبعاد الميزة التنافسية للبنوك
	الأسعار التنافسية
B_COAD1	تهتم ادارة المصرف بتقديم خدمات للزبائن بأسعار تنافسية مقارنة مع المصارف الأخرى
B_COAD2	يراعي المصرف الاسعار عند تقديم الخدمات المصرفية مع حاجات الزبائن.
B_COAD3	هنالك دراسات كافية لأسعار المنافسين في السوق عند تحديد اسعار الخدمات المصرفية.
B_COAD4	توجد استراتيجية لدى ادارة المصرف للتغييرات في الأسعار تشجع الزبائن للتعامل معنا.
	تحسين الجودة
B_COAD5	يوجد سعي جاد من قبل الادارة لتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن.
B_COAD6	لا توجد مطالبات وشكاوى من قبل الزبائن لتحسين جودة الخدمات المصرفية بكل الفروع
B_COAD7	تطبق الأساليب والآليات المتطورة في ادارة الجودة الشاملة على مستوى فروع مصرفنا كافة.
B_COAD8	توجد اقسام ووحدات تنظيمية تعنى بدراسات وبحوث تحسين الجودة في الخدمات المصرفية.
	المرونة
B_COAD9	للمصرف أفكارا إبداعية للعاملين والتي تفيدي في تقديم الخدمات المميزة للزبائن.
B_COAD10	يسعى المصرف الى مواكبة جادة للتطورات والمستجدات في البيئة.
B_COAD11	هنالك حرص حقيقي من قبل العاملين لتقديم خدمات مميزة للزبائن.
	الوقت
B_COAD12	خدمات المصرف سريعة جداً قياساً بأداء بالمصارف الخاصة الأخرى في العراق.
B_COAD13	السرعة في تقديم الخدمة للزبون مهمة قياساً بالعوامل الأخرى مثل السعر، طريقة التعامل.
B_COAD14	تجرى بين الحين ولآخر دراسات لتطوير اداء العمل في تقديم الخدمة بأسلوب سريع ومتميز.

2.4.3. قياس المتغير المستقل: التحول الرقمي التكنولوجي

لقياس مدى التحول الرقمي في المصارف العراقية وقع توجيه استبيان الى موظفي البنوك من اجل استطلاع آرائهم فيما يخص اهمية التكنولوجيات الرقمية المعتمدة في البنوك الجدول الموالي يوثق كيفية قياس هذا المتغير .

الرمز	أبعاد التحول الرقمي التكنولوجي
NUM_TECH 1	تساعد التكنولوجيا الرقمية على زيادة الميزة التنافسية
NUM_TECH 2	تستخدم المؤسسة التكنولوجيا الرقمية لإشباع حاجات ورغبات عملائها
NUM_TECH 3	تستخدم المؤسسة التكنولوجيا الرقمية لإجراء الاتصالات داخل المؤسسة وما بين وكالاتها
NUM_TECH 4	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة النظام داخل المصرف
NUM_TECH 5	يتعامل العملاء مع المصرف لتوفر خدمات مصرفية مرتكزة على التكنولوجيا المصرفية المتقدمة
NUM_TECH 6	تتحكم المؤسسة في المخاطر الناتجة عن استعمال تكنولوجيا الرقمية
NUM_TECH 7	نظام التكنولوجيا الرقمية سهل الاستخدام
NUM_TECH8	استخدام التكنولوجيا الرقمية يساعد المؤسسة لإنجاز المهام والوظائف بطريقة أسرع وأدق
NUM_TECH9	يتم تدريب العاملين على استخدام التكنولوجيا المستحدثة والتعامل معها
NUM_TECH10	يعمل المصرف على تحديث وتطوير الأجهزة والبرمجيات الخاصة بتكنولوجيا الرقميات باستمرار

3.4.3. قياس المتغيرات المراقبة

في هذه الدراسة وقع الاعتماد على سلسلة من المتغيرات المراقبة المتعلقة بخصائص موظفي البنوك (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة المصرفية). كل هذه المتغيرات لا تطرح اشكالا فيما يخص كيفية قياسها باعتبار انه يمكننا ان نقيس هذه المتغيرات بصفة مباشرة.

4. التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة

عرضت الدراسة في هذا المبحث تحليل استمارة الاستبيان من حيث تبويب وتحليل إجابات أفراد مجتمع الدراسة باستخدام حزمة البرمجيات الجاهزة SPSS في تحليل البيانات .

4.1. اختبار "كرونباخ ألفا" للصدق و الثبات (Cronbach's Alpha)

يبين جدول (4) نتائج إختبار "كرونباخ ألفا" (Cronbach's Alpha) حول عناصر متغيرات الدراسة. نلاحظ من هذا الجدول أن قيمة معامل كرونباخ ألفا تتراوح بين (0.660 و 0.675) لكل المتغيرات وهي قيمة عالية (أكبر من 0.6)، مما يدل على وجود ارتباط قوي بين الإجابات.

الجدول رقم (4): إختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبيان

المحور	محتوى المحور	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
1	الميزة التنافسية للبنوك	14	0.660
2	التحول الرقمي التكنولوجي	10	0.675

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

4.2. تحليل نتائج التحليل العاملي لمتغيرات الدراسة

تحليل مصفوفة الارتباطات: ينطلق التحليل العاملي في البدء بمصفوفة الارتباطات ومدى ملائمتها للتحليل وعلى وفق المعايير المحددة مسبقا في الفقرة (1.2). فمن خلال جدول (9) نلاحظ بأن:

- قيمة KMO تتراوح بين (0.791 و 0.560) لكافة متغيرات الدراسة وهي اكبر من (0.50) مما يدل على ملائمة مصفوفة الارتباطات للتحليل وفق معيار كيزر.
- قيمة اختبار بارنليت للدائرية (sig=0.000) وهي اقل من 0.05 اي يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول البديلة اي ان مصفوفة الأرتباطات هي ليست مصفوفة مفردة (معنوي).

يوضح جدول (5) اختبار بارنليت للدائرية ومقياس KMO لمتغيرات الدراسة

الجدول (5): مؤشر KMO و اختبار بارنليت لمتغيرات الدراسة

المتغيرات التابعة		
✓ الميزة التنافسية للبنوك		
0.609	قياس دقة عينات KMO	
532.688	Chi تقريبا	اختبار الكروية لبارنليت
91	(df) درجة الحرية	
0.000	(sig) الدلالة المعنوية	
المتغيرات المستقلة		
✓ التحول الرقمي التكنولوجي		
0.602	قياس دقة عينات KMO	
219.999	Chi تقريبا	اختبار الكروية لبارنليت
45	(df) درجة الحرية	
0.000	(sig) الدلالة المعنوية	

المصدر: مخرجات التحليل العاملي من برنامج الـ SPSS

4.3. تحليل مكونات الأساسية لمتغير التحول الرقمي التكنولوجي

يبين العمود الثاني من الجدول الموالي حاصل مجموع مربعات التباينات المشتركة عند كل متغير في العوامل المستخرجة. وهكذا تبدو تغيرات الدراسة ذات جودة عالية للتمثيل حيث ان:

استخراج القيم الذاتية: ينطلق التحليل حسب هذه الطريقة من البحث عن القيم الذاتية والنسب المرتبطة بالمحاور العاملة، حيث تشير القيمة الذاتية إلى كمية التباين المفسر في المتغيرات من قبل العامل الذي ارتبطت به، بمعنى تشتت المتغيرات حول كل محور عاملي. ولهذا الغرض ندرج الجدول اللاحق والذي يبين القيم الذاتية ونسب التشتت.

جدول رقم (6): نوعية التمثيل لعناصر المتغير "أثر التحول الرقمي التكنولوجي"

ارتباط العنصر	العناصر
0.583	تساعد التكنولوجيا الرقمية على زيادة الميزة التنافسية NUM_TECH 1
0.575	تستخدم المؤسسة التكنولوجيا الرقمية لإشباع حاجات ورغبات عملائها NUM_TECH 2
0.593	تستخدم المؤسسة التكنولوجيا الرقمية لإجراء الاتصالات داخل المؤسسة وما بين وكالاتها NUM_TECH 3
0.774	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة النظام داخل المصرف NUM_TECH 4
0.703	يتعامل العملاء مع المصرف لتوفر خدمات مصرفية مرتكزة على التكنولوجيا المصرفية المتقدمة NUM_TECH 5
0.588	تتحكم المؤسسة في المخاطر الناتجة عن استعمال التكنولوجيا الرقمية NUM_TECH 6
0.810	نظام التكنولوجيا الرقمية سهل الاستخدام NUM_TECH 7
0.842	استخدام التكنولوجيا الرقمية يساعد المؤسسة لإنجاز المهام والوظائف بطريقة أسرع وأدق NUM_TECH8
0.705	يتم تدريب العاملين على استخدام التكنولوجيا المستحدثة والتعامل معها NUM_TECH9
0.685	يعمل المصرف على تحديث وتطوير الأجهزة والبرمجيات الخاصة بتكنولوجيا الرقميات باستمرار NUM_TECH10

المصدر الباحث: مخرجات التحليل العاملي من برنامج SPSS

يبين الجدول الموالي القيمة الذاتية المقابلة لكل محور عاملي، حيث تم تحديد عامل أساسي، بناء على أحد الاتجاهات المتعلقة بقيمة الارتباط الذي ينبغي اخذه بعين الاعتبار، و نظرا لخصائص العينة موضع الدراسة فإننا سنعتمد في تحليل العوامل على القيمة 0.4 كنسبة لقبول الارتباط المتغير بالمحور المفسر. ينصب اهتمامنا في هذا الجدول على القسم الثاني عن الأول لكونهما ناتجان عن استخدام طريقة

التحليل إلى مركبات أساسية. غير أننا سننعمد في التفسير على القسم الثالث، و الذي يشير إلى القيم الذاتية بعد عملية تدوير المحاور، حيث تهدف هذه الأخيرة إلى تحويل مصفوفة الارتباط الأولية إلى مصفوفة ارتباط مكافئة لما تتسم بقدر كبير من الوضوح، وذلك من خلال تعظيم الارتباط الكلي و تحجيم الارتباطات الصغرى. يتبين أن العامل المأخوذ، يفسر % 47 من الظاهرة محل الدراسة، وهي نسبة عالية و مقبولة كعامل مفسر .

في الواقع توجد عدة أساليب لتحديد عدد العوامل (المحاور الأساسية)، ومن بينها أسلوب التباين المفسر، حيث يتجه بعض المحللين إلى إدراج العوامل التي نسبة محددة من التباين. يتبين من جدول القيم الذاتية بعد التدوير أن نسبة التشتت الإجمالي للعوامل المستخرجة كانت %47، حيث تتوزع هذه النسب على العامل الأول والوحيد كما يلي: يفسر العمل الأول %47 من التشتت الإجمالي، ونقابلة أعلى قيمة ذاتية وهي 14.53؛ وحسب أسلوب "كايزر" تستبعد العوامل ذات القيم الذاتية اقل من الواحد الصحيح. يرتبط في الواقع عدد العامل المأخوذة لوصف ظاهرة ما بطبيعة وهدف البحث والدقة المطلوبة. وبعد دراسة تمثيل العناصر تكون نتائج تحليل المكونات الأساسية كالآتي:

جدول (7): التباين الكلي المفسر "التحول الرقمي التكنولوجي"

استخلاص مجموع تربيع العوامل المتحصل عليها			القيمة الأولية الخاصة			البيان
التراكم %	التباين %	الإجمال %	التراكم %	التباين %	الإجمال %	
47.402	47.402	4.740	47.402	47.402	4.740	1
			71.144	23.742	2.374	2
			78.541	7.397	0.740	3
			84.193	5.652	0.565	4
			89.443	5.250	0.525	5
			92.841	3.398	0.340	6
			95.491	2.650	0.265	7
			97.659	2.167	0.217	8
			98.947	1.288	0.129	9
			100.00	1.053	0.105	10

المصدر: مخرجات التحليل العايلي من برنامج الSPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن المتغير " التحول الرقمي التكنولوجي بالمصارف» يتكون من عامل أساسي، حيث تتسم هذه المصفوفة بالوضوح في إمكانية ملاحظة المتغيرات المرتبطة بكل عامل من العوامل المستخرجة، مما يسهل عملية تفسيرها والكشف عن المعاني التي تتضمنها. ولقد اعتمدنا في تسمية العوامل المستخرجة على أسلوب الوصف والسببية، وذلك أن متغيرات الدراسة عبارة عن مؤشرات اقتصادية تسمح بالوصف، كما تسمح بتحديد السبب انطلاقاً من تفسيراتها الاقتصادية. فينبغي أن يأخذ التفسير المبني على السببية بعين الاعتبار :

- طبيعة المتغيرات التي ارتبطت بالعامل؛
 - الإلمام بالظروف ذات الصلة بالظاهرة محل الدراسة؛
 - الاعتماد على النظريات والاتجاهات السائدة في المجال الذي تنتمي إليه الظاهرة.
- تسمية العوامل المستخرجة: انطلاقاً من مصفوفة العوامل بعد تدوير المحاور، يمكن إدراج الجدول الآتي لتقديم الوصف الأولي للعامل. تحصلنا على مصفوفة العوامل بعد التدوير والتي يبينها الجدول التالي حيث تحصلنا على عامل وحيد الذي بإمكاننا أن نسميه بالتحول الرقمي التكنولوجي.

4.4. تحليل مكونات الأساسية لمتغير الميزة التنافسية للبنوك

طبق الباحث طريقة التحليل العامل الاستكشافي باستخدام طريقة المكونات الأساسية مع تدوير مائل ودلت النتائج المتحصل عليها على وجود عامل وحيد يفسر (47%) من التباين الكلي والمؤلف من سبع فقرات.

نلاحظ من خلال الجدول أن نوعية التمثيل للعناصر لا تقل عن 0,5. من خلال الجدول 8 نلاحظ أن المتغير "الميزة التنافسية" يتكون من عامل أساسي وذلك كما هو مبين في الجدول التالي. وتجدر الإشارة أن الباحث طبق طريقة تحليل العامل الاستكشافي باستخدام طريقة المكونات الأساسية مع تدوير مائل ودلت النتائج المتحصل عليها على وجود عامل وحيد يفسر 88 % من التباين الكلي والمؤلف من سبع فقرات.

نلاحظ من خلال الجدول أن نوعية التمثيل للعناصر لا تقل عن 0,5. وفي الجدول التالي نقدم نتائج تحليل المكونات الأساسية وهي كالتالي: حيث أنه من الجدول الأسفل يتضح ارتفاع وزن العامل حيث نجد أن جميع القيم تزيد عن الحد الأدنى المقبول (0.5) الأمر الذي يشير إلى إمكانية الاعتماد على تلك المقاييس فضلاً عن ارتفاع قيمة التباين المفسر بواسطة تلك العامل مجتمعة حيث بلغت (47 %) وهي نسبة جيدة مقارنة بالنسبة المقبولة 60 % في العلوم الاجتماعية كما أن قيمة الجزر الكامن eigenvalue أو القيمة الذاتية تزيد عن الواحد الصحيح لجميع العوامل وهو الحد الأدنى المطلوب. وبناء على ذلك تم اعتماد جميع فقرات المتغير والبالغ عددها (7) عبارة.

جدول (8): التباين الكلي المفسر " الميزة التنافسية "

استخلاص مجموع تربيع العوامل المتحصل عليها			القيمة الأولية الخاصة			البيان	
التراكم %	التباين %	الإجمال %	التراكم %	التباين %	الإجمال %		
47,952	47,952	3,913	47,952	47,952	3,913	1	العامل
			58,713	10,761	2,907	2	
			62,641	3,927	1,950	3	
			71,235	8,594	1,203	4	
			78,035	6,801	0.952	5	
			83,109	5,073	0.710	6	
			87,167	4,058	0.568	7	
			90,187	3,021	0.423	8	
			93,033	2,845	0.398	9	
			95,434	2,401	0.336	10	
			97,379	1,945	0.272	11	
			98,491	1,112	0.156	12	
			99,425	0.934	0.131	13	
			100,000	0.575	0.080	14	

المصدر الباحث: مخرجات التحليل العائلي من برنامج SPSS

4.5. اختبار فرضية الدراسة

لاختبار فرضية الدراسة تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد والبسيط (linear regression) كطريقة ملائمة لتحليل الفرضيات وذلك وفقاً للآتي. وتم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الدلالة الاحصائية لفرضيات الدراسة.

يستخدم تحليل الانحدار لإيجاد العلاقة بين متغير تابع، ومتغير أو مجموعة متغيرات مستقلة، وتشير إشارة ثوابت الانحدار التي يتم تقديرها من البيانات الفعلية إلى نوع العلاقة بين متغير تابع والمتغيرات المستقلة، أي إذا كانت إشارة الثابت موجبة فإن العلاقة طردية، أي أن زيادة المتغير المستقل تؤدي إلى زيادة المتغير التابع، أما إذا كانت إشارة الثابت سالبة فإن العلاقة عكسية، أي أن زيادة المتغير المستقل تؤدي إلى انخفاض المتغير التابع.

ولتحديد معنوية العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة يتم إجراء اختبار "t"، فإذا كانت قيمة "t" المحسوبة أكبر من قيمة "t" أو أقل من قيمة "-t" الجدولي بدرجة حرية ومستوى معنوي محددتين، فإن العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع معنوية، أما إذا كانت قيمة (t ، -t) الجدوليتين فإن العلاقة بين المتغيرين غير معنوية.

ولتحديد مدى مساهمة المتغيرات المستقلة في تفسير التغيرات في المتغير التابع، يتم إيجاد معامل التحديد، حيث قيمة معامل التحديد تتراوح بين 0% إذا لم تساهم المتغيرات المستقلة في تفسير التغيرات في المتغير التابع، وبين 100% إذا ساهمت المتغيرات المستقلة في تفسير جميع التغيرات في المتغير التابع. ولتحديد مدى ملائمة نموذج الانحدار في دراسة العلاقة بين المتغيرات، يتم استخدام اختبار F، فإذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية بدرجة حرية محددين ومستوى معنوي محدد، فن نموذج الانحدار غي ملائم لتفسير العلاقة بين المتغيرات، أما إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية بدرجة حرية محددين ومستوى معنوي محدد، فإن نموذج الانحدار ملائم لدراسة العلاقة بين تلك المتغيرات .

كما سيتم الحصول على إحصائيات تستخدم لمعرفة المعنوية الإجمالية للنموذج ومنها R و R². فالأول R هو معامل الارتباط البسيط والذي يقيس قوة العلاقة بين متغيرين أو أكثر، أما R² فهو يسمى بمعامل التحديد والذي يستخدم لمعرفة القوة التفسيرية للنموذج المقدر (المعادلة المقدرة) في حالة الانحدار الخطي البسيط (متغير مستقل واحد مع متغير معتمد واحد).

4.5.1. شروط تطبيق تحليل الانحدار

✓ اختبار الارتباط الخطي المتعدد

يؤدي زيادة عدد المتغيرات التفسيرية الى ارتفاعات احتمالية الخطية بين تلك المتغيرات والخطية او الازدواج الخطي بين المتغيرات يعني وجود ارتباط خطي قوي بين قيم المتغيرات التفسيرية لنموذج الانحدار المراد تقديره. حيث ان وجودها قد يؤدي الى التضليل بشأن النتائج الخاصة بتأثير كل متغير. لذا فان صحة النموذج تعتمد بشكل كبير على مدى استقلاليه المتغيرات المفسرة. وقد تم ضمن الدراسة الحالية التأكد من هذه المشكلة استخدام كل من معامل ارتباط بيرسون (*Pearson Correlation*) ومقياس (*Collinearity Diagnostics*)

يظهر الجدول رقم نتائج الارتباط وفقا لمعامل ارتباط بيرسون (*Pearson Correlation*) وحيث اظهرت النتائج المتحصل عليها ان معاملات الارتباط بين المتغيرات المفسرة تعكس وجود ارتباط ضعيف بين جميع المتغيرات حيث لم تتجاوز قيم معاملات الارتباط المتحصل عليها نسبة 50%. كما ان كثيرا منها لم يكن دالا احصائيا باستثناء متغيرين حيث لوحظ معامل ارتباط مرتفع نوعا ما قدر ب 75%. وبالرغم

من ذلك فان جميع معاملات الارتباط تحصل عليها لم تصل الى الحد الذي يؤدي الى حدوث مشكله الازدواج الخطي فجميعها لم تتعدى نسبة 50 %.

جدول (9):نتائج إختبار Pearson

EXP	EDU_ QUAL	AGE	GENDER)	التحول الرقمي التكنولوجي	
,078	,057	-,132	,073	1	التحول الرقمي التكنولوجي
-,041	,057	-,107	1		GENDER
,107	,149	1			AGE
,061	1				EDU_ QUAL
1					EXP

كما تم اجراء مجموعة من الاختبارات الاحصائية من اجل التثبت في دقة وجودة النموذج المعتمد وسنقدم في ما يلي أهم هذه النتائج.

✓ إختبار الارتباط الذاتي

للتأكد من خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي تم إجراء اختبار (Watson Durbin) ونتائج هذا الاختبار مبينة في الجدول الاسفل الذي اكد عدم وجود ارتباط ذاتي.

4.5.2. نتائج تحليل الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على ما يلي :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي التكنولوجي في المصارف والميزة التنافسية للبنوك

و من خلال نتائج دراستنا نلاحظ أن ثابت الانحدار هام وإيجابي مما يشير إلى وجود علاقة طردية (موجبة) بين التحول الرقمي التكنولوجي في المصارف وتحسين الميزة التنافسية للبنوك، الأمر الذي ينص على قبول الفرضية الرئيسية. اذ يتبين لنا من خلال الجدول أن ثابت الانحدار هام جداً وإيجابي وذو دلالة معنوية أقل من 1% ($t = 6.997, B = 0.630$) مما يشير إلى وجود علاقة طردية ايجابية.

إذاً نستنتج إجمالاً أن العامل الرئيسي للمتغير المستقل الثاني المتعلق بالتحول الرقمي التكنولوجي لها تأثير ايجابي و هام من حيث الدلالة المعنوية وهو ما يؤدي إلى قبول هذه الفرضية.

يبدو أن الفرضية، التي تعمل على التحقق مما إذا كانت التحول الرقمي التكنولوجي في المصارف تؤثر إيجابيا على الميزة التنافسية للبنوك ، قد تم التحقق من صحتها. يوضح الجدول (10) علاقة إيجابية وهامة بين التحول الرقمي التكنولوجي في المصارف والميزة التنافسية للبنوك.

تتوافق هذه الدراسة مع دراسة محمد سلمان رشوان وعبد الحفيظ احمد قاسم (2020) ان موافقه افراد العينة على انه يوجد دور للتحول الرقمي في جذب الاستثمارات للبنوك وتحقيق الوضع المالي المستقر

وقد يغزى ذلك الى ان التحول الرقمي قد يحقق الاستقرار المالي للبنوك من خلال تشجيع المستثمرين الاجانب على الدخول الى الاسواق المحلية والتغلب على العقبة التي تواجههم في انهاء معاملاتهم ومن غير اللجوء الى المعاملات الورقية وهذا يختلف مع نتائج كل من دراسة ابو سمره (2019) و دراسة يوسف (2019) و دراسة John L., et al (2018).

يتطلب تطوير الخدمات المصرفية البحث الدائم عن الافكار الجديدة التي تهم جودة الخدمة المصرفية ويجب ان تكون افكار متطورة وتصب في صالح خدمة لزبون، ويفضل ان تكون هذه الافكار المبتكر أصلية ولا تأتي من فراغ، فوجود هذه الافكار في الاساس هي حصيلة تفاعل او تداخل البيئة الخارجية مع بيئة المصرف، ففي هذه الحالة كلما زادت الافكار الجديدة زاد احتمال التوصيل الى افكار صالحة للتطبيق وتساهم في رفع جودة الخدمة المصرفية، وهنا المصرف لم يبذل الجهد الكبير في الحصول على هذه الافكار حيث تتجمع لديه من مصادر مختلفة كآراء الموظفين والزبائن او يأخذ افكار المصارف الاخرى من خلال الاندماج او العمل المشترك بينه وبين المصارف الاخرى. لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق جودة في خدماتها، باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحقيقاً للتميز والريادة. ولقد أدى تبني تكنولوجيا المعلومات في المصارف إلى التأثير على الخدمات المصرفية وتطويرها تماشياً مع التطورات السريعة الحاصلة في المجال المصرفي لتظهر الصيرفة الالكترونية.

جدول (10): تحليل الانحدار للنموذج التحليلي الثاني

Y=β0+β1*X1+β2 *X2 +β3 *X3 +β4 *X4 + β5 *X5 + ε				الميزة التنافسية للبنوك (B_COMAD)
المتغير التابع	الرمز	ثابت الانحدار β	أحصائي اختبار T	مستوى الدلالة المعنوية
X1: التحول الرقمي التكنولوجي	NUM_TECH	0.630	6.997	0.000
X2: الجنس	GENDER	0.270	2.991	0.004
X3: العمر	AGE	0.183	2.011	0.048
X4: المؤهل العلمي	EDU_QUAL	-0.054	-0.599	0.551
X5: عدد سنوات الخبرة المصرفية	EXP	0.028	0.314	0.755
معامل التحديد R ² = 0.453 إحصائي اختبار F = 12.587 الخطأ المعياري DW = 1.037				الوصف الإحصائي لنموذج

اما فيما يتعلق بالدور الذي يلعبه المتغيرات المراقبة كالجنس و العمر و المؤهل العلمي و عدد سنوات الخبرة المصرفية في تحسين الميزة التنافسية للبنوك فنلاحظ من خلال الجدول المرافق وجود علاقة تأثيرية لكل من الجنس و العمر على تعزيز الميزة التنافسية.

و من خلال نتائج دراستنا المتعلقة بالدور الذي يلعبه المتغير المراقب الاول الجنس نلاحظ أن ثابت الانحدار هام وإيجابي مما يشير إلى وجود علاقة طردية (موجبة) بين المتغير المراقب الاول على تحسين الميزة التنافسية للبنوك. اذ يتبين لنا من خلال الجدول أن ثابت الانحدار هام جداً وإيجابي وذو دلالة معنوية أقل من 1% ($t = 2.991, B = 0.270$) مما يشير إلى وجود علاقة طردية ايجابية.

اما في ما يتعلق بالدور الذي يلعبه المتغيرات المراقبة الثاني العمر في تحسين الميزة التنافسية للبنوك فنلاحظ من خلال الجدول المرافق وجود علاقة تأثيرية. اذ يتبين لنا من خلال الجدول أن ثابت الانحدار هام جداً وإيجابي وذو دلالة معنوية أقل من 1% ($t = 2.011, B = 0.183$) مما يشير إلى وجود علاقة طردية ايجابية.

كذلك و من خلال هذا الجدول نلاحظ ان المؤهل العلمي (EDU_ QUAL) و عدد سنوات الخبرة المصرفية (EXP) ليس لهم تأثير على تحسين الميزة التنافسية للبنوك.

4.5.3. تحليل نتائج الدراسة والتوصيات

افرزت نتائج هذه الدراسة جملة من المستخلصات يمكن تلخيصها كما يأتي

1. تعمل البنوك العراقية على مراجعته اليه جودة الخدمات الرقمية باستمرار وتتم اتخاذ الاجراءات اللازمة لتحسين هذه الخدمات وتوظيف التقنية في مراقبة جودة الخدمات الإلكترونية.
2. تقوم البنوك العراقية بتطوير نماذج ابداعيه ومبتكره لتوظيف التقنيات الإلكترونية الناشئة لمراقبة الاداء والالتزام بالمهام والمسؤولية وفقا لإطار الحوكمة قبل حدوثها.
3. تقوم البنوك العراقية برفع تقارير استباقيه للإدارة العليا والادارات المعنية الإلكترونية الناشئة في مراقبه مؤشرات الاداء بهدف تعزيز التنافسي الميزة التنافسية.
4. تراقب البنوك العراقية مؤشرات اداء العمليات والاجراءات الإلكترونية وتقوم بعمليات القياس والتحليل من خلال التقارير الدورية بهدف تحسين الاداء الميزة التنافسية.
5. تعمل البنوك العراقية بوضع خطه لتطوير واعداد الموظف ورفع مستوى إلمامهم بعملية التحويل الرقمي .
6. تقوم البنوك العراقية بقياس اثر التدريب في مجال التحويل الرقمي على رفع مستوى ادائه والخدمي والخدمات التي يقدمها لتعزيز الميزة التنافسية.

7. تقوم البنوك العراقي باستخدام انظمه الكترونيه لتحليل سلوك المستفيدين والمستثمر لقياس رضاهم جميع خدماته ويقوم بتحليل النتائج واتخاذ الاجراءات اللازمة

التوصيات

بناء على النتائج التي وقع الحصول عليها، توصي هذه الدراسة ما يلي:

1. ضرورة قيام البنوك العراقية بجعل التدريب على التحول الرقمي من اهم الالاهم الاولويات التي يجب ان تركز عليه الإدارة العليا او التي تستخدمها كأداة فعالة لأعداد الكفاءات اللازمة لأداء العمل الالكتروني وذلك بإتاحة الفرصة اكثر على استخدام التكنولوجيا الحديث حديثه.
2. يتطلب التحول الرقمي توافر مهارات عالية لا تقتصر فقط على المهارات الإدارية بل يلتزم الجمع بين المهارات الإدارية والتي تساعد الإدارة العليا للبنوك على سرعه الاستجابة لعلاج المشكلات الطارئة.
- ان تحسين الميزة التنافسية للبنوك قائم على تكنولوجيا المعلومات التي تعتبر عامل مهم في جودة الخدمة المصرفية وهذا ما اظهرته نتائج البحث من خلال وجود تأثير طردي بين مكونات تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية و من هنا توصي الدراسة بالعديد من التوصيات منها:
3. ضرورة سعي المصارف الى استقطاب ذوي الخبرة والاختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات لمساعدتها في اداء اعمالها الضرورية والخاص بالتكنولوجيا.
4. ضرورة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات وتطويرها باستمرار لمساهمتها الفعالة في انجاح الخدمات المصرفية .
5. ضرورة اعتماد المصارف بشكل اوسع على الاتصال الالكتروني بدل من الاتصال التقليدي وذلك من اجل الحصول على اقصى سرعة ممكنة في الحصول على المعلومات
6. ضرورة الشفافية وتقليل التزوير والوقوع بالأخطاء.
7. ضرورة توفير المعلومات الدقيقة والمتجددة اي اتخاذ القرارات الصائبة.
8. ضرورة استغلال الوقت بطريقة افضل.
9. ضرورة تبسيط اجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها اكثر وضوح وفعالية.

5. الخاتمة

يتضح من الدراسات السابقة أنها تتفق في تناول موضوع الخدمات الإلكترونية المصرفية في البنوك، ولكنها تتفاوت فيما بينها في تناول موضوع الخدمات، حيث هدفت أغلب الدراسات السابقة إلى معالجة الخدمات الإلكترونية المصرفية من زوايا مختلفة مثل تسويق و جودة الخدمات، في حين ركزت دراسات أخرى في تسليط الضوء على دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية، و تقتصر تلك الدراسات على اختيار ودراسة بعض من الخدمات الإلكترونية مثل: الصرافات الآلية، و البطاقات الإلكترونية، و الرسائل القصيرة، فقط، بينما تناولت هذه الدراسة معظم هذه الخدمات الإلكترونية و هو مالم تتطرق إليه اغلب تلك الدراسات. وتتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنها استخدمت الاستبانة كأداة بحث، ولكنها اختلفت عنها في متغيرات ومجتمع الدراسة.

اما على المستوى الجانب العملي فقد اكدت نتائج هذه الدراسة على عينة من 71 موظف سامي بالمصارف العراقية ان التحول الرقمي التكنولوجي يساهم مساهمة فعالة في الميزة التنافسية لهذه المصارف حيث تؤدي تطبيقات تكنولوجيا الرقمية الحديثة الى اكتساح اسواق اخرى وشرائح اخرى من العملاء ولذلك توصي هذه الدراسة بضرورة تبني التحول الرقمي التكنولوجي لهذه المصارف حتى تستجيب الى تطلعات العملاء من الحصول على خدمات سريعة ذات محتوى اعلامي مبهز ومعاصر تكون فيه الرقمنة عنصر فعال ومهيمن على هذه الخدمة.

توصي هذه الدراسة بناء على النتائج التي وقع الحصول عليها ما يلي:

1. ضرورة قيام البنوك العراقية بجعل التدريب على التحول الرقمي من اهم الالام الاولويات التي يجب ان تركز عليه الإدارة العليا والتي تستخدمها كأداة فعالة لأعداد الكفاءات اللازمة لأداء العمل الإلكتروني وذلك بإتاحة الفرصة اكثر على استخدام التكنولوجيا الحديث حديثه .

2. يتطلب التحول الرقمي توافر مهارات عالية لا تقتصر فقط على المهارات الإدارية بل يلتزم الجمع بين المهارات الإدارية و التي تساعد الإدارة العليا للبنوك على سرعه الاستجابة علاج مشكلات الطارئة.

قائمة المراجع

- طرطار احمد وحلمي ساره، (2010) جودة الخدمات المصرفية كألية لتفعيل الميزة التنافسية ادارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات. الملتقى الدولي 2010 الجزائر جامعة قسنطينة
- شاهر محمد عبيد (2012) اثر جودة الخدمات الالكترونية المصرفية على رضا والتزام العملاء في البنك الاسلامي الفلسطيني. ورقه بحث.
- أرتيمة، هاني جزاع، والطالب، غسان (2011)، تحسين الخدمات الإلكترونية المصرفية ودورها في تطوير الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية (دراسة تطبيقية على البنوك الإسلامية الأردنية في إقليم الشمال)، الأردن :مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، مج (11)، ع.ع(2)
- إسماعيل، شاكر (2007)، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية "إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض، المؤتمر العلمي الخامس بعنوان نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، الأردن: جامعة فيلادلفيا.
- الأعرج، طارق (2013)، العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات والنوافذ التي تقدمها البنوك الإلكترونية "دراسة تحليلية لأراء عينة من المتعاملين مع البنوك القطرية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
- سالم، محمد؛ العجرمي، عبير؛ أحمد، نهيل؛ الغماري، وسام (2011)، دور الإبداع التسويقي والتكنولوجيا في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك العاملة في محافظات غزة من وجهة نظر العملاء، غزة :مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، مج (13)، ع (2)، ص 107- 138.
- طرطار، أحمد، و حلمي، ساره(2010) ، جودة الخدمات المصرفية كألية لتفعيل الميزة التنافسية، إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، الملتقى الدولي (2010) الجزائر: جامعة قسنطينة.
- نقماري سفيان (2013) الإبداع والابتكار في النظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك – ورقة مقدمة إلى: الملتقى الدولي الأول حول: اقتصاديات المعرفة و الإبداعخلال الفترة : 17-18 افريل 2013م.
- صالح، حيدر (2017) قياس أثر جودة علاقات الزبون المصرفي على ولائه للمصرف، بحث تطبيقي في المصارف الخاصة العاملة في الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد (19) 1.

نصر حمود مزنان فهد(2011) "إمكانيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية" مجلة كلية الادارة والاقتصاد العدد ٤ السنة 2011 ص 16-2

فاطمة جاسم محمد، 2008 " اثر تكاليف الجودة في تحسين الاداء المالي"، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 20 , كلية الادارة و الاقتصاد. جامعة البصرة ص48. 2008.

فروحات ليلي، 2012 " جودة الخدمات المصرفية و اثرها على تحقيق ميزة تنافسية"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر، تخصص مالية و بنوك، 2012.ص6.

أبو النجا، محمد عبد العظيم (2008)، التسويق المتقدم، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.

إدريس، ثابت عبد الرحمن (2006)، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية- مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.

البار، عدنان مصطفى (2019)، التحول الرقمي كيف ولماذا، جامعة الملك عبد العزيز، جامعة أم القرى، السعودية.

الدراكة، مأمون سليمان (2008)، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

بردان، عباس (2019)، ما هو التحول الرقمي وكيف تعرفه الشركات الرقمية ومحركات دفع التحول الرقمي والتكنولوجي، الجزء الأول.

رشوان، عبد الرحمن، قاسم & زينب عبدالحفيظ. (2020). دور التحول الرقمي في رفع كفاءة أداء البنوك وجذب الاستثمارات

(The Role of the Digital Transformation In Raising The Efficiency Of The Banks' Performance And Attract The Investments). In The 1st International

Conference on Information Technology & Business ICITB2020.

- Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile banking adoption: an examination of technology acceptance model and theory of planned behavior. *International journal of business research and development*, 2(1).
- Agboola, A. (2006). Information and communication technology (ICT) in banking operations in Nigeria: An evaluation of recent experiences. *Retrieved December, 25(2007)*, 56.
- Ahmad, A. E. M. K., & Al-Zu'bi, H. A. (2011). E-banking functionality and outcomes of customer satisfaction: an empirical investigation. *International journal of marketing studies*, 3(1), 50-65.
- Akinyosoye–Gbonda, O. O. (2011). CUSTOMERS' PREFERENCE FOR E-BANKING SERVICES: A CASE STUDY OF SELECTED BANKS IN SIERRA LEONE. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(4), 108-116.
- Ankrah, E. (2012). Technology and service quality in the banking industry in Ghana. *Information and knowledge management*.
- Bagram, M. M. M., & Khan, S. (2012). Attaining customer loyalty! The role of consumer attitude and consumer behavior. *International review of management and business research*, 1(1), 1-8.
- Islam, M., Scrbak, M., Kavi, K. M., Ignatowski, M., & Jayasena, N. (2014, August). Improving node-level mapreduce performance using processing-in-memory technologies. In *European Conference on Parallel Processing* (pp. 425-437). Springer, Cham.
- Kheng, L. L., Mahamad, O., & Ramayah, T. (2010). The impact of service quality on customer loyalty: A study of banks in Penang, Malaysia. *International journal of marketing studies*, 2(2), 57.
- Mojares Edward Kervin B. (2014), Customer Satisfaction and Loyalty Among Internet Banking Users of Philippine National Bank in Batangas City, *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, vol. 2 no. 2.
- Mumin, Y. A., Nkegbe, P. K., & Kuunibe, N. (2012). AN ANALYSIS OF CUSTOMERS' LOYALTY TO BANKS IN GHANA.

Omari, H., & Bataineh, T. (2012). The impact of e-banking on achieving competitive advantage for banks in Jordan. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 4(7), 271-285.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12-40.

Saeidipour, B., Vatandost, T., & Akbari, P. (2012). Study the effects of development of electronic banking on customer satisfaction levels by using Kano model (Case Study: Refah Bank of Kermanshah, Iran). *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 3(5), 950-960.

Saleem, Z., & Rashid, K. (2011). Relationship between customer satisfaction and mobile banking adoption in Pakistan. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(6), 537.

Sarkis, J., Koo, C., & Watson, R. T. (2013). Green information systems & technologies—this generation and beyond: Introduction to the special issue. *Information Systems Frontiers*, 15(5), 695-704.