



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسة

بعنوان :

أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات
الاقتصادية

دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

تحت إشراف الأستاذة الدكتورة :

بوصبيح صالح رحيمة

إعداد الطلبة:

مليكة قسوم

فاطمة الزهراء دندوقي

سمية خبزي

لجنة المناقشة: نوقشت يوم : 2025/06/19

رئيسا

مشرفا ومقررا

ممتحنا

أستاذ محاضر "أ" جامعة الوادي

أستاذة تعليم عالي جامعة الوادي

أستاذ محاضر "ب" جامعة الوادي

د. حملاوي سكيينة

أ.د. رحيمة بوصبيح صالح

د. فاطمة قاسول

الموسم الجامعي: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَبَارِكْ وَسَلِّمْ
وَبَارِكْ وَسَلِّمْ

الإهداء

بعد الحمد والشكر لله الذي لأعاني ومكنتني من إنجاز هذا العمل فما كان لشيء أن يزيد في ملكه إلا
بمشيئته جل شأنه أهدي ثمرة جهدي ...

إلى من كانا سببا في وجودي إلى والدي ربي رحمه ويسكنه فسيح جناته وإلى أمي الكريمة حفظها الله
ورعاها

إلى سندي ورفقاء دربي في هذه الحياة أخواتي وأخي الغالي

إلى من هم ملاقلي ونورهم يضيء حياتي أولاد أخوتي يعقوب وماريا وإسحاق وجنان وهنادي

إلى جميع الصديقات والأصدقاء

مليكَة قسوم

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وأسأله أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم
سبحان الله الذي كان سبباً في النجاح والتوفيق الذي خلقنا وانا ربنا السير في الطريق المستقيم
اهدي ثمرة عملي هذا

الى من كانت روحه النقية تسكن قلبي حتى بعد رحيله . . .

الى روح ابي الطاهرة الى من علمني الصبر والرضا من علق على أحلامه ورحل قبل ان يبرئ ثمارها
الى رفيقة دربي في الصبر والنجاح امي الحبيبة

سندي الأول ونبض دعائي منك تعلمت معنى التضحية ومعك عرفت ان الحب أفعال لا كلمات
الى اخوتي وأخي الغالي

كنتم دائماً العون في وقت الضيق لكم الفضل بعد الله في قدرتي على الوصول والمواصلة

الى رفيقات الدرب الطويل كنن النور حين خفت الامل والفرح في عز النعب

الى كل من دعمني بصدق

اهديكم هذا العمل راجية من الله ان أكون عند حسن ظنكم

الى نفسي التي راهنت على النجاح اصبري وصابري فلا يزال الطريق طويلاً

والى كل من اتسع قلبي لهم وضاعت هذه الورقة عن ذكرهم اهديكم عملي المتواضع عرفان لكم بالجميل
وتقدير الجهد لكم.

فاطمة الزهراء دندوقي

الإهداء

إلى أبي الغالي، فطالما شجعتني على المثابرة والجد

إلى القلب المعطاء والدتي الحبيبة التي بها أعلو، وعليها أرتكز

إلى إخواني وأخواتي الذين بذلوا جهدًا في مساعدتي وكانوا خير سندٍ

إلى عائلتي الثانية أهل زوجي كل باسمه

إلى زوجي الحبيب وشريك العمر والحياة

إلى ابنائي

إلى روح أبي الثاني وأمي الثانية راحة الله عليهم

إلى أصدقائي ومعارفي الذين أجلهم واحترمهم

إلى كل من ساهم ولو بخرف في حياتي الدراسية

إلى من تحملا معي عناء هذه المذاكرة مليكة وفاطمة الزهراء

إلى كل هؤلاء: أهدي هذا العمل، الذي أسأل الله تعالى أن يتقبله خالصًا

سمية خبزي

شكر وتقدير

إن الشكرُ والحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، نشكره ونحمده حمدا كثيرا مباركا فيه على جنرل عطائه وعلى كل ما أنعم عليه به وفضله علينا أن وفقنا لإتمام هذا البحث، ونسأله تعالى أن يتفّع به، مراجين منه عن وجل التوفيق والسداد في باقي مشوارنا البحثي.

من هذا المنبر نتقدم بالشكر الجزيل والتقدير إلى:

نتقدم بالشكر الجزيل وبخالص الامتنان والتقدير لأستاذتنا الدكتورة "بوصبيح صالح رحيمة" التي أشرفت

على هذه الدراسة، جزاها الله كل خير

وكذلك جنرل الشكر للجنة المحكمين الدكتورة حملاوي سكيّنة والدكتورة قاسمي عائشة والدكتورة رمضانبي وفاء.

كما نتقدم بالشكر إلى كل عمال وموظفي مؤسسة بريد الجزائر لولايقي المغير و تقرت

كما نتقدم بجزيل الشكر للأساتذة أعضاء لجنة المناقشة لتكرمهم بقبول مناقشة هذه الرسالة وإثرائها وتقييمها.

من أمد لنا يد العون وسأهم في تذليل الصعوبات طيلة أطوار إنجائنا هذا العمل.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر والامتنان لكل من تعلمنا على أيديهم طوال مسيرتنا العلمية...

شكرا لكم وجزاكم الله عنا خيرا

مليكة قسوم، فاطمة الزهراء دندوقي، سميرة خبزي

المُلخَص

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى إبراز ما مدى مساهمة التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في دعم تنافسية المؤسسات الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بولايي المغير وتقرت-، ومن أجل بلوغ هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الفصل النظري، حيث تطرقنا نظريا للتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية وتنافسية المؤسسات الاقتصادية، وكذلك تم الاعتماد على المنهج التحليلي في دراسة الحالة حيث تم توزيع استبيان على (138) موظفا وموظفة في المؤسسات محل الدراسة وتم الاعتماد على برنامج "SPSS.V27" في تحليل النتائج ؛ وكان من أبرز نتائجها هي وجود تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لأثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وأن التحول الرقمي هو المتغير الأكثر تأثيراً وله دلالة إحصائية قوية على تحسين التنافسية. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات والاقتراحات أهمها: دعم البنى التحتية الرقمية والأنظمة الذكية بما يضمن مرونة العمليات وسرعة الأداء وتعزيز ثقة المستخدمين في المدفوعات والتحويلات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: تحول رقمي؛ تكنولوجيا مالية؛ تنافسية مؤسسات اقتصادية، مؤسسة اقتصادية؛ بريد جزائر.

Abstract:

This study aims to highlight the extent to which digital transformation and financial technology contribute to enhancing the competitiveness of economic institutions, through a field study of a sample of postal institutions in the provinces of El Meghair and Touggourt. To achieve this goal, the descriptive approach was adopted in the theoretical chapter, where we theoretically addressed digital transformation, financial technology, and the competitiveness of economic institutions. The analytical approach was also adopted in the case study, where a questionnaire was distributed to (138) male and female employees in the institutions under study. The results were analyzed using the SPSS.V27 program. A statistically significant effect of the impact of digital transformation and financial technology on increasing the competitiveness of the institutions under study was found at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) and that digital transformation is the most influential variable and has a strong statistical significance in improving competitiveness. The study concluded with a set of recommendations and suggestions, the most important of which are: supporting digital infrastructure and smart systems to ensure operational flexibility and speed of performance and enhance user confidence in digital payments and transfers.

Keywords: Digital transformation; Financial technology; Competitiveness; Economic institution; Algeria Post.

الفهارس

فهرس المحتويات

III	الإهداء
V	الشكر
VI	الملخص
IV	الفهرس
VI	فهرس الجداول والأشكال
VII	قائمة الملاحق
VIII	قائمة الرموز والاختصارات
أ- هـ	المقدمة
	الفصل الأول
	إطار نظري حول متغيرات الدراسة
2	تمهيد الفصل الأول
3	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي حول التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية
3	المطلب الأول: مفهوم التحول الرقمي، أهميته، مظاهره ومؤشراته
8	المطلب الثاني: مفهوم التكنولوجيا المالية، أهميتها، مظاهرها ومؤشراتها
13	المطلب الثالث: مفهوم التنافسية، أهميتها، مظاهرها ومؤشراتها
21	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
22	المطلب الأول: طرح عام للدراسات السابقة
30	المطلب الثاني: الفروقات بين الدراسات والفجوة البحثية
31	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في عينة من مؤسسات البريد بولايي المغير وتقرت
32	تمهيد
32	المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية
32	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
36	المطلب الثاني: تصميم واختبار أداة الدراسة
43	المطلب الثالث: المعالجة الإحصائية
47	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
47	المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية
62	المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة
63	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات وتحليل النتائج
69	خلاصة الفصل
71	الخاتمة
75	قائمة المراجع
82	قائمة الملاحق

فهرس الجداول	
24	الجدول (1-1): يبين الفروقات بين الدراسات السابقة
30	الجدول (2-1): يبين الفجوة البحثية بين الدراسات السابقة والفجوة البحثية
36	الجدول (1-2): يوضح توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة
36	الجدول (2-2): يوضح معاملات الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد ومحاور الدراسة
37	الجدول (3-2): يوضح معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول
39	الجدول (4-2): يوضح معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني
40	الجدول (5-2): يوضح معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث
42	الجدول (6-2): يوضح توزيع الاستبيان
42	الجدول (7-2): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول
43	الجدول (8-2): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني
44	الجدول (9-2): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثالث
45	الجدول (10-2): يوضح سلم ليكارت الخماسي
47	الجدول (11-2): يوضح طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي
47	الجدول (12-2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس
48	الجدول (13-2): يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر
48	الجدول (14-2): يوضح توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي
49	الجدول (15-2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير سنوات الخبرة المهنية
50	الجدول (16-2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الوظيفة
51	الجدول (17-2): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول
53	الجدول (18-2): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني
56	الجدول (19-2): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث
59	الجدول (20-2): يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط الفرضية الفرعية الأولى
63	الجدول (21-2): يوضح تحليل التباين
64	الجدول (22-2): يوضح اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج
64	الجدول (23-2): يوضح نتائج تحليل الانحدار المتعدد الفرضية الفرعية الثانية
65	الجدول (24-2): يوضح تحليل التباين
65	الجدول (25-2): يوضح اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج
66	الجدول (26-2): يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط الفرضية الفرعية الثالثة
66	الجدول (27-2): يوضح تحليل التباين
67	الجدول (28-2): يوضح اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج
67	الجدول (29-2): يوضح نتائج تحليل الانحدار المتعدد الفرضية الفرعية الرابعة

فهرس الأشكال

07	الشكل (1-1): يوضح مظاهر التحول الرقمي.
08	الشكل (2-1): يوضح مؤشرات التحول الرقمي
12	الشكل (3-1): يوضح مظاهر التكنولوجيا المالية
13	الشكل (4-1): يوضح مؤشرات التكنولوجيا المالية
16	الشكل (5-1): يوضح أنواع التنافسية
18	الشكل (6-1): يوضح مظاهر التنافسية
20	الشكل (7-1): يوضح مكونات مؤشر التنافسية
34	الشكل رقم (2-1): يوضح الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على مستوى المركزية
44	الشكل (2-2): يوضح التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول
45	الشكل (3-2): يوضح التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني
46	الشكل (4-2): يوضح التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثالث
49	الشكل (5-2): يوضح التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب متغير العمر
50	الشكل (6-2): يوضح التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي
51	الشكل (7-2): يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير السنوات الخبرة المهنية
52	الشكل (8-2): يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير الوظيفة

فهرس الملاحق

83	الاستبيان حول أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية
89	قائمة الأساتذة المحكمين
90	ملحق رقم: 01 يمثل معامل ثبات محور التحول الرقمي
91	ملحق رقم: 02 يمثل معامل ثبات محور التكنولوجيا المالية
91	ملحق رقم: 03 يمثل معامل ثبات محور القدرة التنافسية
92	ملحق رقم: 04 يمثل معامل ثبات الاستبيان
92	ملحق رقم: 05 يمثل تكرارات إجابات المحور الأول
93	ملحق رقم: 06 يمثل اختبار الفرضية الفرعية الأولى
94	ملحق رقم: 07 يمثل اختبار الفرضية الفرعية الثانية
95	ملحق رقم: 08 يمثل اختبار الفرضية الرئيسية

قائمة الرموز والاختصارات		
DT	Digital Transformation	التحول الرقمي
FinTech	Financial Technologie	التكنولوجيا المالية
Comp	Competitiveness	التنافسية
ICT	Information and communication technologies	تقنيات المعلومات والاتصالات
AI	Artificial Intelligence	الدكاء الاصطناعي
IOT	Internet of Thing	انترنت الأشياء
SPSS	Statistical Software	البرنامج الإحصائي
P2P	Peer-to-Peer	القروض المباشرة
ANOVA	Analysis of Variation	تحليل التباين
Alpha	Statistical Significance Level	مستوى الدلالة الإحصائية 005

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم تحولات متسارعة في شتى المجالات التكنولوجية والتقنية، فرضت واقعا جديدا على المؤسسات الاقتصادية بجميع أنواعها. فالثورة الرقمية وما رافقها من تطور نظم المعلومات والاتصالات قد أعادت تشكيل طرق العمل وأساليب تقديم الخدمات، ودفعت المؤسسات الى تبني استراتيجيات رقمية حديثة من أجل البقاء في دائرة المنافسة. وفي هذا السياق، برز التحول الرقمي (Digital Transformation) كعنصر أساسي في تعزيز الفعالية التنظيمية ورفع جودة الأداء، في حين ظهرت التكنولوجيا المالية (FinTech) كابتكار ثوري يغير شكل الخدمات المالية التقليدية ويسهم في تحسين الوصول اليها وسرعة تقديمها.

في المقابل، على مستوى الدول النامية، ومنها الجزائر، بدأت المؤسسات العمومية تدرك أهمية هذا التوجه، خصوصا في ظل التحديات المتعلقة بتعزيز الأداء وتقليص الفجوة التكنولوجية. من بين هذه المؤسسات يبرز بريد الجزائر كمؤسسة حيوية تعد أحد الأركان الأساسية في المنظومة المالية الوطنية، نظرا لمل توفره من خدمات مالية بريدية تمس شرائح واسعة من المواطنين. وفي السنوات الأخيرة، شرعت مؤسسة بريد الجزائر في تنفيذ سلسلة من مشاريع التحول الرقمي، كإطلاق تطبيق بريدي موب، وتعميم الدفع الإلكتروني، وتوسيع خدمات البطاقة الذهبية، وغيرها من الحلول المالية الرقمية، في محاولة منها لمواكبة التغيرات الحاصلة و الانخراط في منظومة التكنولوجيا المالية.

ومن هنا، فإن بناء إطار نظري شامل يربط بين هذه المفاهيم يُعد ضرورة أكاديمية وعملية لفهم العلاقة الجدلية بينهم، وتحديد الكيفية التي يمكن بها للتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية أن يساهما في تحسين التنافسية، خاصة في ظل بيئة عالمية تتزايد فيها الضغوط التكنولوجية والتغيرات الاقتصادية. هذا الإطار النظري يتيح فهماً أعمق للمتغيرات المفسرة للنجاح التنظيمي، ويقدم رؤى استراتيجية لصانعي القرار لتعزيز جاهزية مؤسساتهم لمواجهة التحديات المستقبلية.

.. وبناء على ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

1. المشكلة الرئيسية:

إلى أي مدى يساهم التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في زيادة تنافسية مؤسسة بريد الجزائر لولايتي المغير وتقرت؟

2. الأسئلة الفرعية:

من التساؤل الرئيسي السابق يمكننا أن نُثير مجموعة من الأسئلة الجزئية تسهيلاً للإجابة عن المشكلة الرئيسية:

① هل يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية مؤسسة بريد الجزائر لولايتي المغير وتقرت؟

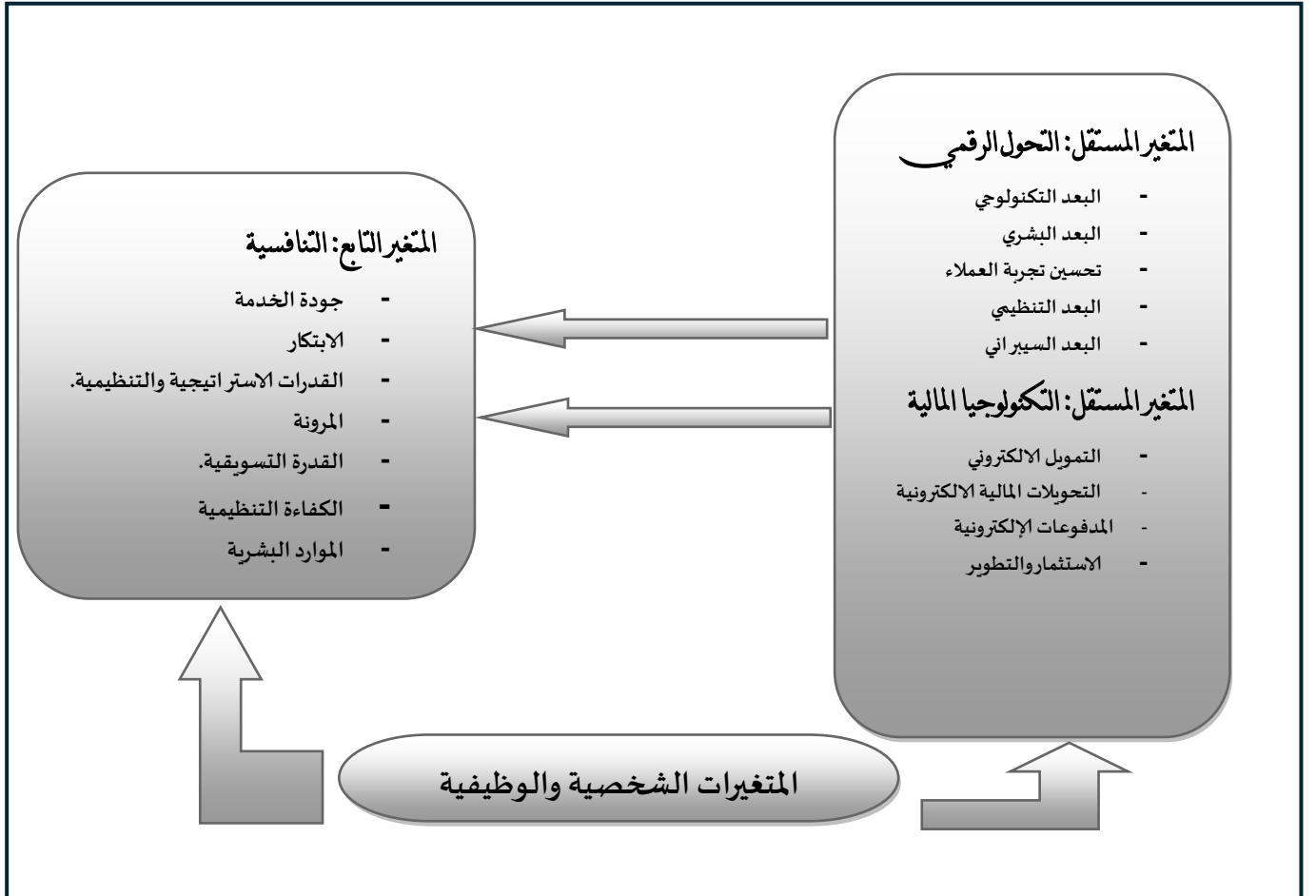
② هل يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية مؤسسة بريد الجزائر لولايتي المغير وتقرت؟

3. فرضيات الدراسة:

وكإجابة مؤقتة على التساؤلات السابقة نعتمد الفرضيات الآتية:

- ① - الفرضية الرئيسية: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية مؤسسة بريد الجزائر لولايي المغير وتقرت عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".
- ② - الفرضيات الفرعية:
 - الفرضية الفرعية الأولى: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي على زيادة تنافسية مؤسسة بريد الجزائر لولايي المغير وتقرت عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".
 - الفرضية الفرعية الثانية: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية مؤسسة بريد الجزائر لولايي المغير وتقرت عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

نموذج الدراسة:



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على متغيرات الدراسة.

4. مبررات اختيار الموضوع:

- ارتباط الموضوع بالتخصص والرغبة في دراسة موضوعات التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية.
- قلة الدراسات التي تعالج موضوع التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية وأثرهما على تنافسية المؤسسات الاقتصادية؛
- الرغبة في محاولة الإسهام في إثراء مكتبة الجامعة بهذه الدراسة.
- التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية من أهم مواضيع الساعة التي أثرت على بيئة الأعمال الحالية.

5. أهداف الدراسة وأهميتها:

1.5. أهداف الدراسة: نسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ♦ محاولة الإلمام بأهم المفاهيم النظرية الخاصة بالتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية؛
- ♦ تحديد أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على تنافسية المؤسسة بريد الجزائر لولائي المغير وتقرت؛
- ♦ إبراز أهمية كل من التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية للشركات الاقتصادية ودورها في تحسين تنافسيتهما، وانعكاسهما على دعم نموها واستمراريتها.

2.5. أهمية الدراسة: تم تناول موضوع أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على تنافسية المؤسسات الاقتصادية نظرا للاعتبارات الآتية:

- حاجة المؤسسات الى تبني التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية لتعزيز تنافسيتهما محليا أو عالميا؛
- المكانة والأهمية التي يحتلها التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في ظل الشراسة التنافسية؛
- الحياة الاقتصادية وما تتطلبه من التكيف والتأقلم مع الواقع الذي فرضته التطورات الهائلة في التكنولوجيا؛
- سعي المؤسسة الاقتصادية الى اللحاق بالركب والحفاظ على موقعها الاستراتيجي وضمان حصتها في السوق والعمل على زيادتها.

6. الإطار الزمني والمكاني:

إن الدراسة الميدانية أو ما يسمى بدراسة الحالة، تَفْرُضُ علينا تحديد الإطار الزمني التي ستدرس خلاله متغيرات البحث، والإحصائيات والمعطيات اللازمة؛ مع تحديد المناطق التي ستشملها الدراسة ومن ثمّ فإنه:

- ♦ زمانياً: تشمل الدراسة الميدانية الفترة الممتدة من: 17 جانفي 2025 الى 20 ماي 2025.
- ♦ مكانياً: فقد وقع اختيارنا على مؤسسة بريد الجزائر بولاية المغير وولاية تقرت وكان اختيارنا بناء على ما يشهده هذا القطاع من تطور رقمي ملحوظ في تقديم خدماته بكل أنواعها.

7. المنهج والأدوات المستخدمة:

تحددت المناهج البحثية التي سنعتمدها في بحثنا بناء على طبيعة وطريقة معالجة الإشكالية الرئيسية؛ وقد اعتمدنا على منهجية IMRAD للإجابة عن إشكالية الدراسة الرئيسية والإشكاليات الفرعية ومن ثم فرضيات الدراسة. وتبعاً لذلك اعتمدنا مجموعة من عدة مناهج بحثية، أهمها:

① **المنهج الوصفي:** يعتمد هذا المنهج على وصف الظاهرة، حيث حاولنا وصف الأجزاء النظرية المتعلقة بموضوعات التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية، كما سهل لنا هذا المنهج ضبط متغيرات الدراسة استعانة بالأدبيات النظرية والدراسات السابقة في الموضوع.

② المنهج التاريخي: يتعلق تطبيق هذا المنهج بتتبع ظاهرة معينة وفقا لتطور تاريخي عادة ما يركز على الإطار الزمني للدراسة؛ حيث ركزنا على الإسهامات التاريخية في بناء النظريات والدراسات في موضوعات أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، هذا من جهة الشق النظري؛ أما من جهة الشق دراسة الحالة فقد تتبعنا تطور متغيرات الدراسة تاريخيا.

③ المنهج التقويمي: حيث استخدمنا منهج التقويم لتحديد وتثمين أهم الجوانب الإيجابية الناتجة عن تبني المؤسسة للتحويل الرقمي والتكنولوجيا المالية.

④ المنهج التحليلي: استعانة بأسلوب دراسة الحالة؛ استخدمنا المنهج التحليلي بهدف قياس العلاقة بين متغيرات الدراسة؛ واستعملنا في ذات المنهج أدوات التحليل الاقتصادي.

⑤ المنهج الإحصائي: تم الاعتماد على هذا المنهج في الجانب التطبيقي للدراسة؛ أي في الدراسة الميدانية كطريقة من طرق البحث، لأن طبيعة الموضوع تحتاج إلى الأسلوب الكمي وتركز استخدامه في الفصل التطبيقي قصد قياس أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية وذلك باستخدام برنامج "SPSS.V27"

8. صعوبات الدراسة:

تعد عملية الإنشاء، وخاصة في سياق البحث العلمي، من العمليات التي تتطلب الدقة والتنظيم منهجيا، ولكن تكتنفها مصاعب عدة بدءا بطبيعة الموضوع وتشعباته وصولا لتشابك الأهداف المراد تحقيقها من وراء ذلك. وما أضاف علينا ضغطاً في إنجاز بحثنا هو بعض العوامل التي تعتبر تحدياً أو تهديدا يواجهه الدراسة، كضيق الوقت، وقلة المراجع والمعلومات باللغة العربية فيما تعلق بالتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية، وعدم كفاية الموارد والإمكانات، وغيرها:

اهم الصعوبات: تتمثل في قلة الردود في التحكيم وتأخرها

- صعوبة توزيع الاستبيان.
- عدم جدية المستجوبين.
- عدم التمكن من برامج القياس.

9. محتوى البحث:

قسمنا المذكرة إلى فصلين، وُسمي الفصل الأول بإطار نظري مفاهيمي حول متغيرات الدراسة؛ ويندرج تحته مبحثين، المبحث الأول حول الإطار المفاهيمي حول التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية، والذي يتضمن ثلاثة مطالب، المطلب الأول يتضمن مفهوم التحول الرقمي وأهميته ومؤشراته ومظاهره، أما المطلب الثاني يتناول مفهوم التكنولوجيا المالية وأهميتها ومؤشراتها ومظاهرها، وسلط المطلب الثالث الضوء على مفهوم التنافسية وأهميتها ومؤشراتها ومظاهرها.

أما المبحث الثاني فعنوانه بالدراسات السابقة والذي يندرج تحته مطلبين: المطلب الأول طرح عام للدراسات السابقة، أما المطلب الثاني فخصص للفروقات بين الدراسات والفجوة البحثية.

وخصصنا الفصل الثاني لدراسة الحالة الذي عالجنا فيها أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على تنافسية بريد الجزائر لولاية المغير وولاية تقرت، وقد حددنا في المبحث الأول الطريقة والأدوات، ومجتمع وعينة الدراسة وضبطنا فيه المتغيرات والمعطيات المجمعة والاختبارات والأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة في معالجة المعطيات؛ أما المبحث الثاني حاولنا فيه تقدير النماذج ومناقشة وتحليل النتائج الخاصة بالاستبيان والعينة.

أمّا خاتمة بحثنا فقد ضمناها ما توصلت إليه الدراسة من نتائج مدعّمين إيّاها باقتراحات نظرية وأخرى عملية لعلّها تكون إضافة علمية وعملية في هذا المجال.

وما التوفيق والسداد إلّا من عند الله وحده.

الفصل الأول

إطار نظري حول متغيرات الدراسة

مُهِيل

أثّرت التطورات المتسارعة في التحول الرقمي بشكل عميق على مختلف جوانب حياتنا، ولم يكن القطاع الاقتصادي بمنأى عن هذه التحولات الجذرية. فقد ظهر مفهوم التكنولوجيا المالية ليعيد تشكيل الخدمات المالية التقليدية، مطلقاً العنان لابتكارات غير مسبوقة في طريقة الدفع، والاقتراض، والاستثمار وغيرها. هذا التقاطع بين التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية لم يؤدي فقط إلى تحسين الكفاءة وتجربة العملاء؛ بل أفرز أيضاً ديناميكية جديدة في التنافسية بين المؤسسات المالية القائمة والوافدين الجدد من شركات التكنولوجيا الناشئة. ففي هذا العصر الرقمي، أصبحت القدرة على تبني التقنيات الحديثة والاستفادة منها محركاً أساسياً لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. إن فهم ماهية التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية، واستيعاب تأثيرها على المشهد التنافسي يمثل ضرورة حتمية للباحثين لتناول هذا الموضوع وإبراز كل تشعباته وأبعاده العلائقية والوظيفية والتفاعلية من أجل إيجاد تصور لمعالم هاته الثلاثية التي سترسم معالم المؤسسات الاقتصادية في الاقتصاد العالمي الجديد.

سنحاول من خلال هذا الفصل دراسة الأدبيات المتعلقة بالمفاهيم العامة حول التحول الرقمي، التكنولوجيا المالية والتنافسية وعرض ومناقشة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة.

المبحث الأول

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي حول التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية

من خلال هذا المبحث سنحاول، تحديد مختلف التعاريف الخاصة بمتغيرات الدراسة: التحول الرقمي، التكنولوجيا المالية والتنافسية

المطلب الأول: مفهوم التحول الرقمي، أهميته، مظاهره ومؤشراته

يشهد العالم اليوم تحولات جذرية بفعل التقدم السريع في التكنولوجيا الرقمية؛ مما أدى إلى إعادة تشكيل طريقة عمل الشركات، وفي قلب هذا التغيير العميق يبرز التحول الرقمي، الذي يعد عملية متكاملة تهدف إلى دمج التقنيات الرقمية في جميع جوانب العمل، بهدف تحسين الأداء، وتطوير نماذج الأعمال، وتعزيز تجربة العملاء، لم يعد التحول الرقمي خياراً، بل أصبح ضرورة تنافسية تفرضها بيئة الأعمال المعاصرة التي تتسم بالسرعة، والتعقيد، والترابط العالمي.

الفرع الأول: تعريف التحول الرقمي: قبل الخوض في مختلف التعريفات التي تناولت التحول الرقمي، سنخرج سريعاً إلى تطور مفهوم

التحول الرقمي تاريخياً:

1- تطور مفهوم التحول الرقمي: يعتبر مفهوم التحول الرقمي؛ مفهوماً حديثاً، وذلك لأنه يحل تدريجياً محل مفهوم الرقمية. وقد استخدم هذا الأخير منذ عام 2004 ويرتبط منذ فترة طويلة بمصطلح "الرقمنة" الذي يشير إلى أحدث الثورات التكنولوجية. ويتجاوز مصطلح التحول الرقمي هذا، حيث يرتبط ارتباطاً كاملاً بمحجم المؤسسة مع الأخذ في الاعتبار كل من الابتكارات التكنولوجية وكذلك الأبعاد الاستراتيجية والإنسانية.

ويعود مصطلح الرقمية إلى ظهور الإنترنت، بحيث تمثل هذه الأخيرة التكنولوجيا الرئيسية للقرن الحادي والعشرين. وقد تطورت طبيعتها وهيكلها واستخدامها بمرور الوقت. وقد عرف هذا التطور ستة مراحل رئيسية وتتمثل في مايلي:

1.1- الويب 1.0 (1991-1999): ويعرف بشبكة الإنترنت التقليدية، وهي شبكة ثابتة، تركزت على توزيع

المعلومات، نظراً لتعقيد البرامج في ذلك الوقت، وكان المستخدم يستقبل بشكل بسيط للمعلومات دون أي إمكانية لنشر المحتوى.

2.1- الويب 2.0 (2000-2009): ويعرف بالشبكة التشاركية أو الاجتماعية، فهي تتميز بعد المشاركة وتبادل

المعلومات والمحتوى، حيث أصبح المستخدم فاعلاً وصانعاً للمحتوى.

3.1- الويب 3.0 (2010-2019): ويعرف بالشبكة الدلالية، تهدف إلى تنظيم كتلة المعلومات المتاحة وفقاً للسياق،

واحتياجات كل مستخدم مع مراعاة موقعه وتفضيلاته، مما يظهر تقارب أنظمة المعلومات الجغرافية والشبكات الاجتماعية وإدارة المشاريع. (نجايوي وقرابصي، 2019)

4.1- الويب 4.0 (2020 إلى يومنا هذا): يعرف بالويب التكافلي، وهو عبارة عن شبكة مفتوحة ومرتبطة وذكية

وسريعة. يهدف إلى سد الفجوة بين العالمين المادي والافتراضي، وتشجيع زيادة تفاعل المستخدمين وتعاونهم. (Rafaski، 2025)

5.1- الويب 5.0 (2019 إلى يومنا هذا): (بورباية، 2024)

تم تدشين تقنية الجيل الخامس التي تعد أحدث تقنيات الاتصالات المتنقلة وتعرف باسم (G New Radio5) أو (G NR5).

وبخلاف تقنيات الاتصالات اللاسلكية السابقة، فإن الجيل الخامس أحدث ثورة تتعدى عالم الاتصالات وتقنية المعلومات لتمس كافة جوانب الحياة من خلال العديد من التطبيقات الصناعية والصحية والتعليمية، بالإضافة إلى تطبيقات المواصلات والتعدين من خلال توفير:

سرعات اتصال عالية جداً وزمن استجابة قصير جداً، بالإضافة إلى موثوقية اتصال عالية جداً وقدرة على ربط عدد كبير من الأجهزة.

ورغم أن G5 ظهرت في 2019، إلا أن الكثير من الدول لم تستفد بعد من هذه التقنية لكونها تتطلب تجهيزات وبنيات تحتية متطورة.

6.1-الويب 6.0 (فيد الدراسة) : بحلول عام 2030، من المتوقع أن تعمل تقنية الجيل السادس على تعزيز قدرات أحدث شبكات G5، وتقديم تغطية ووظائف محسنة وسرعات فائقة لبيانات الهاتف المحمول. كما من المنتظر أن تدعم المليارات من أجهزة إنترنت الأشياء في جميع أنحاء العالم، وتمكن الناس من الاستمتاع بتطبيقات مثل الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR).

2-تعريف التحول الرقمي :

1.2- يعرف التحول الرقمي (Digitale transformation DX) بأنه "عملية انتقال الشركات الى نماذج عمل تعتمد على التقنيات الرقمية لدعم تطوير وابتكار ما يقدم من منتجات وخدمات وتوفير قنوات جديدة للتسويق وفرص عمل تزيد من قيمة منتجاتها سواء كانت سلع أو خدمات." (رشوان و قاسم، 2020)

2.2- ويعرف أيضا على أنه "عملية دمج التكنولوجيا الرقمية في عالم الاعمال، وتغيير أساسي في كيفية تشغيل وتقديم القيمة للزبائن، كما أنه تغيير ثقافي يتطلب من المؤسسات أن تتحدى باستمرار الوضع الراهن وتجربه وتزيح الفشل". (بجايوي و قراصي، 2019)

3.2- كما عرف أيضا أنه برنامج شامل يتجاوز مجرد استخدام التكنولوجيا داخل المؤسسة حيث يركز على إعادة تصميم أساليب العمل الداخلية والخارجية. يتضمن ذلك تطوير نماذج الأعمال لتلبية احتياجات العملاء بطريقة أكثر سهولة وسرعة. ويعمل التحول الرقمي على تعزيز الكفاءة التشغيلية وتحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات مبتكرة ومرنة؛ مما يتطلب من المصارف التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة التكنولوجيا. كما يدفع هذا التحول المؤسسات إلى تبني ثقافة الابتكار والتعاون في تحقيق أهدافها الاستراتيجية والبقاء في صدارة المنافسة في السوق المالي.» (بلقاسمي و سلام، 2024)

4.2-وكما عرفت شركة IDC " التحول الرقمي على أنه " العملية المستمرة التي تقوم بها المؤسسات للتكيف مع متطلبات عملائها وأسواقها عبر توظيف القدرات الرقمية؛ من اجل ابتكار نماذج عمل جديدة ومنتجات وخدمات مع تحسين الكفاءة التشغيلية والأداء التنظيمي في نفس الوقت". (سلامي و بوشي، 2019)

ومن خلال هذه التعاريف السابقة نستخلص أن التحول الرقمي هو استبدال تلك الاساليب والتقنيات التقليدية بأخرى حديثة ومتطورة حتى تساعد في تقليل وقت عملية إنجاز المهام واختصار الوقت وإعطاء نتائج دقيقة وبالتالي الوصول إلى ما هو مطلوب.

3-أنواع التحول الرقمي: يمكن تصنيف التحول الرقمي إلى عدة أنواع رئيسية. (عقوبي، 2024)

- تحول العمليات: يركز على تحسين العمليات الداخلية للشركة من خلال أتمتة المهام، وتحليل البيانات، واستخدام أدوات إدارة علاقات العملاء.....
- تحول النموذج التجاري: يتعلق بتغيير طريقة عمل الشركة بالكامل، مثل الانتقال من البيع التقليدي إلى التجارة الإلكترونية، أو تطوير منتجات وخدمات جديدة تعتمد على التكنولوجيا؛
- تحول الثقافة: يهدف إلى تغيير ثقافة المؤسسة لتشجيع الابتكار، وتبني التكنولوجيا، وتطوير مهارات الموظفين؛
- تحول البيانات: يركز على جمع وتحليل البيانات الضخمة لاتخاذ قرارات أفضل، وتطوير منتجات وخدمات مخصصة.

4- مراحل التحول الرقمي: (عقوبي، 2024)

- التقييم: يتم تقييم الوضع الحالي للشركة، وتحديد نقاط القوة والضعف، وتحديد الأهداف الاستراتيجية؛
- التخطيط: يتم وضع خطة تفصيلية تحدد التقنيات التي سيتم استخدامها، والموارد المطلوبة، والجداول الزمنية؛
- التنفيذ: يتم تنفيذ الخطة تدريجياً مع التركيز على تدريب الموظفين، وتبني التقنيات الجديدة؛
- التقييم المستمر: يتم تقييم النتائج بشكل مستمر، وإجراء التعديلات اللازمة لتحسين الأداء.

الفرع الثاني: أهمية التحول الرقمي: (بلاغيث، خليف، و شرقي، 2022)

- يعمل التحول الرقمي على إعادة تشكيل الطريقة التي يعيش ويتواصل بها الناس، اعتماداً على التقنيات التكنولوجية المتاحة، مع التخطيط المستمر والسعي الدائم لإعادة صياغة الخبرات العلمية ما ينتج عنه استفادة كاملة من التقنيات الحديثة لتكون أكثر إدراكاً ومرونة في العمل والقدرة على التنبؤ ما يساعد على توفير استراتيجية لخلق قيمة تنافسية أعلى؛ مما يساهم في خلق الكثير من الفوائد كالتالي:
- توفر التكنولوجيا العديد من الآليات التي تساهم في رفع كفاءة العمل والإنتاجية المنوطة به، الى جانب تسريع عملية العمل وتسهيلها؛
 - توفر العديد من البرامج الحاسوبية التي تساعد على تحقيق الدقة في المعاملات المالية وما يتعلق بها من رواتب الموظفين، أو دفع الفواتير أو غير ذلك، وتجعل من تنفيذ هاته المهام أكثر سهولة؛
 - تحقق التكنولوجيا درجة عالية من التنافس بين الشركات أو المؤسسات، وتقدم العديد من الآليات المساعدة على ذلك، والتي من ضمنها التسويق والبيع عبر الانترنت، بالإضافة للتواصل مع العملاء الملائمين في المكان والوقت المناسب؛
 - تسهل عملية التواصل ما بين زملاء العمل أو حتى بين العملاء والمستهلكين؛
 - ظهور اقتصاديات أساسها المعلومات والمعرفة، وظهور منتجات وخدمات جديدة، وبعبارة أخرى فان المعرفة أصبحت أصول استراتيجية أساسية منتجة وان المنافسة أساسها الوقت؛
 - تطورات الانترنت المتلاحقة وتفاعلاتها التكنولوجية والمتمثلة في ثورة شبكات المعلومات المحوسبة والاتصالات، فالتفاعلات والتدخلات التكنولوجية أو الرقمية في العقد الماضي أصبح حقيقة واضحة فهناك أربع صناعات واسعة تسير نحو بناء منصات وقواعد مشتركة هي الأجهزة والبرمجيات والصناعات الالكترونية الاستهلاكية والصناعات الخاصة بالاتصالات المتعلقة بالاتصالات السلكية واللاسلكية وصناعة المحتوى كصناعة النصوص والموسيقى والبحوث؛
 - النمو في الاقتصاد المرتبط عالمياً والذي يطلق عليه مجازاً العولمة فهناك إدارة وسيطرة لمواقع الأسواق العالمية الالكترونية وهناك مجاميع عمل موزعة عالمياً ونظم توزيع واتصال عالمية؛
 - أثبتت كل المعطيات أن تكنولوجيا والاتصال هي أفضل سلاح تشهده المؤسسات في وجه ظاهرة التعقيد الذي بات يعترئها، حيث لجأت المؤسسات إلى التوجه والتسارع نحوها كونها عاملاً مساعداً وفعالاً في حل الكثير من المشاكل في البيئة الإدارية.

الفرع الثالث: مظاهر التحول الرقمي: (bakkah.com، 2025)

للتحول الرقمي مظاهر حيث تختلف فيما بينها بطريقة أو درجة التحول حسب طبيعة نشاطها وكذلك نوع التقنية التي تحتاجها إلا أن بعض التقنيات التي صنف الأكثر انتشارا هي:

1 -تطبيقات الهواتف الذكية(Mobil apps) : يساهم استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في تسهيل عملية التسوق وتقليل الوقت؛ والذي قد يختلف باختلاف طبيعة عمل الشركة، ويحتاج الى ادراج تقنيات التخزين السحابي لضمان سرعة أعلى؛

2-الحوسبة السحابية(Cloud technology) : تستخدم تكنولوجيا السحابة داخل الشركات للاحتفاظ بالبيانات الخاصة بالشركة، والتي قد توجد على خادم أو أكثر متصل أو منفصل بموقع الشركة، وتستخدم بعدة طرق منها:

- الاحتفاظ بنسخ احتياطية لبيانات الشركة؛

- سهولة الوصول لبرامج المؤسسة من قبل الموظفين؛

- مشاركة البنية التحتية للبرامج مع فرق عالمية؛

- استضافة المواقع.

3 -انترنت الأشياء (Internet of things): يعرف أنترنت الأشياء (LOT) على أنه بعض المستشعرات والأجهزة المتصلة بالأنترنت، حيث يمكن من خلاله التحكم ومراقبة العديد من العمليات منها:

- متابعة كاميرات الأمان؛

- مراقبة خطوط الإنتاج والجودة؛

- التحكم في المعدات وعمل الصيانة لها؛

- الخدمات اللوجيستية.

4 -الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي (Artificial intelligence and machine Learning): يختلف الذكاء

الاصطناعي عن التعلم الآلي، ولكن يتم استخدامهما جنباً إلى جنب، حيث يستخدم التعلم الآلي لتنفيذ عمليات الذكاء الاصطناعي وتطويرها. وتعتبر من التقنيات التي تم استخدامه بتوسع في الفترة الأخيرة، وساعد على تحليل السوق بشكل أوسع، ووضع استراتيجيات وقرارات ملائمة له ومنها: الروبوتات الآلية لردشة؛

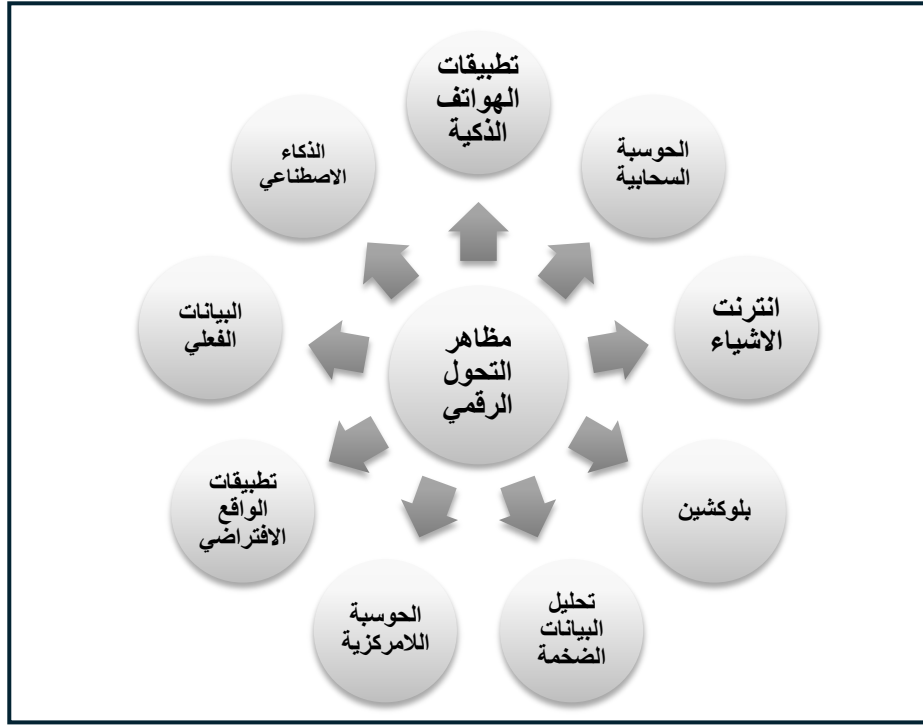
5-بلوكشين (Blochchain): هي عبارة عن سجلات موثوقة يمكن من خلالها اجراء المعاملات أو تخزين موقع الويب التابع للمؤسسة، وذلك لإدارة البيانات بشكل دولي وتتبع سلال التوريد. كما يمكن استخدامها لتبادل العملات الرقمية مثل (Bictoin)، أو بيع الرموز غير القابلة للاستبدال (NFTs)؛

6-تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics): تحليل البيانات الضخمة هي استخدام التكنولوجيا لتحليل وفهم البيانات الكبيرة والمعقدة. بما في ذلك البيانات المنطوية على احجام ضخمة وتنوع كبير وسرعة توليدها. يهدف تحليل البيانات الضخمة الى استخراج الأنماط والاتجاهات الكامنة في هذه البيانات واستخدامها لاتخاذ قرارات استراتيجية؛

7-الحوسبة اللامركزية (Decentralized Computing): الحوسبة اللامركزية تستخدم تقنيات البلوكشين والعقود الذكية لبناء نظم تطبيقية تعمل بشكل غير مركزي، مما يعني أن البيانات والعمليات لا تتواجد في مكان مركزي واحد، بل توزعت على عدة أجهزة متصلة بالشبكة. يوفر هذا النمط من الحوسبة أمانا وشفافية أكبر للعمليات، ويزيد من مقاومتها للتلاعب أو التهديدات الأمنية؛

8-تطبيقات الواقع الافتراضي: تطبيقات الواقع الافتراضي والواقع المعزز؛ تستخدم التقنيات التفاعلية لإنشاء تجارب مستخدم محسنة ومثيرة للاهتمام. توفر تطبيقات الواقع الافتراضي تجارب تفاعلية تقوم على محاكاة بيئات واقعية، في حين تستخدم تطبيقات الواقع المعزز تقنيات تعزيز الواقع لإضافة عناصر رقمية الى بيئة الواقع الحقيقي، مما يسمح بتحسين التفاعل مع البيئة الرقمية وتعزيز تجربة المستخدم؛

9- تحليل البيانات الفعلي (Real-time analytics): يساعد تحليل البيانات في الوقت الفعلي بواسطة الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي على تحسين تجارب العملاء، وزيادة الإيرادات، والتنبؤ بعمل الصيانة وقائية للأجهزة والمعدات.

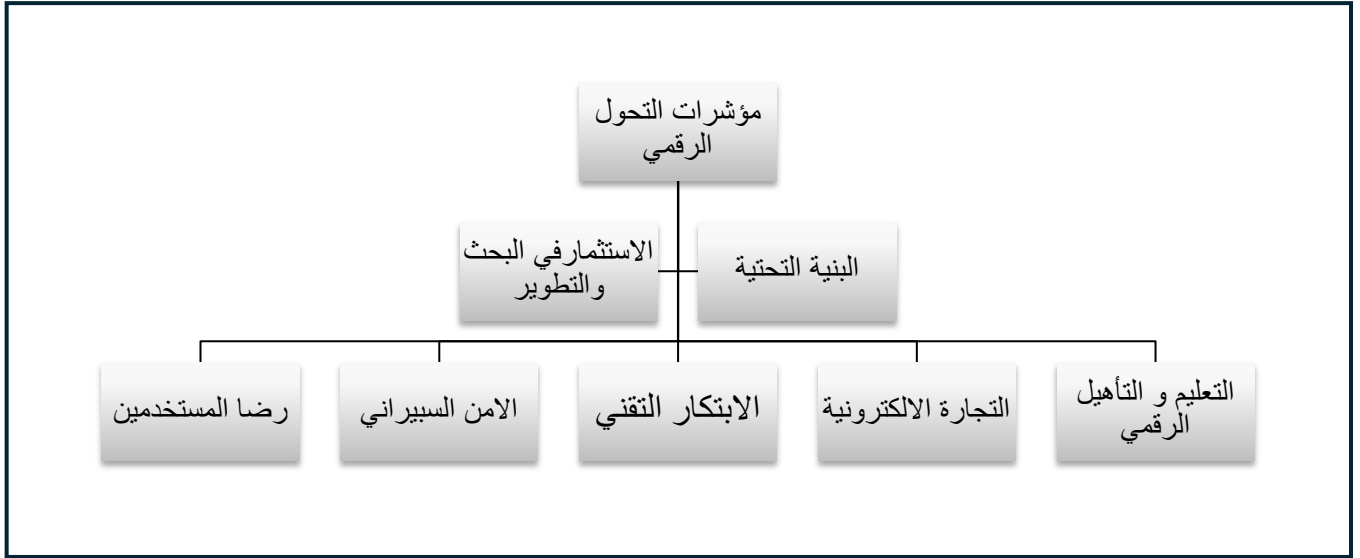


الشكل رقم (1-1): يوضح مظاهر التحول الرقمي
المصدر: من إعداد الطالبات

الفرع الرابع: مؤشرات التحول الرقمي (مؤشرات قياس التحول الرقمي - استشارات برينز فالي)
مؤشرات قياس التحول الرقمي تختلف حسب طبيعة المؤسسة (حكومية، خاصة، خدمية، إنتاجية....)، ولكن هناك مجموعة من المؤشرات المعتمدة عالمياً لقياس مدى التقدم في هذا المجال. ومن أبرز هاته المؤشرات مايلي:

- ❖ البنية التحتية الرقمية: تشمل هذه المؤشرات تقدير جودة البنية التحتية الرقمية بما في ذلك توفر الانترنت عالي السرعة وتغطية الشبكات اللاسلكية؛
- ❖ الاستثمار في البحث والتطوير: يمكن قياس التحول الرقمي من خلال مستوى الاستثمار في مجال البحث والتطوير في التكنولوجيا والابتكار؛
- ❖ التعليم والتأهيل الرقمي: تعكس هذه المؤشرات جودة التعليم الرقمي ومدى تأهيل الشباب والقوى العاملة لاستخدام التكنولوجيا الرقمية؛
- ❖ التجارة الإلكترونية: يمكن قياس مدى نجاح التحول الرقمي من خلال نمو حجم التجارة الإلكترونية وزيادة عدد الشركات التي تشارك فيها؛

- ❖ الابتكار التقني: تشير هذه المؤشرات الى مدى استثمار الشركات والحكومة في البحث والابتكار التقني وتطوير حلول جديدة مثل المؤشر (MSCI ACWI IMI) للابتكار في مجال التكنولوجيا المالية؛
- ❖ الامن السيبراني: تقييم مدى الاستعداد لمواجهة التهديدات السيبرانية وحماية البيانات والانظمة الرقمية؛
- ❖ رضا المستخدمين: يمكن قياس مدى رضا المستخدمين عن المنتج أو خدمة أو تجربة معينة وهو يعكس مدى تلبية توقعاتهم أو تجاوزها مما يؤدي إلى تقييم إيجابي لتفاعلهم.



الشكل رقم (1 - 2): يوضح مؤشرات التحول الرقمي

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على ما سبق

المطلب الثاني: التكنولوجيا المالية تعريفها، أهميتها، مظاهرها ومؤشراتها:

الفرع الأول: تعريف التكنولوجيا المالية:

قبل الخوض في المفاهيم الخاصة حول التكنولوجيا المالية، سنحاول تسليط الضوء على مراحل التطور التي مرت بها التكنولوجيا المالية تاريخياً.

1- تطور التكنولوجيا المالية: (صابر، 2023)

التكنولوجيا المالية ظاهرة قديمة، تجلت في المصطلحين؛ الخدمات المصرفية وفي مؤسسات الخدمات المالية، واللدان تم تداولهما منذ القرن الماضي، وعليه يمكن تقسيم مراحل تطورها الى ثلاث مراحل أساسية كمايلي:

1.1- المرحلة الأولى (1866-1967): تزامنت هذه المرحلة مع بروز العولمة المالية وظهور التلغراف والسكك الحديدية وقد كان

لإنشاء أول كابلات اتصالات عبر المحيط الأطلسي لربط الولايات المتحدة الأمريكية بأوروبا عام 1850 قد لعب دوراً أساسياً في عمليات التحويل الإلكتروني للأموال. ثم في عام 1950 ظهرت بطاقات الائتمان بديلاً عن النقود في المعاملات التجارية؛ لتبسيط المعاملات اليومية للأفراد.

2.1- المرحلة الثانية (1967-2008): تميزت هاته المرحلة بهيمنة الخدمات المالية التقليدية على التكنولوجيا المالية مع تطور كبير في الرقمنة، وظهرت الآلات الحاسبة وأجهزة المحمول وأجهزة الصراف الآلي. كما ظهرت البورصات الرقمية مثل ناسداك (NASDAQ) عام 1971. وتم تأسيس نظام سويفت (SWIFT) عام 1973.

3.1- المرحلة الثالثة (2008-الى يومنا هذا): تميزت بظهور لاعبين جدد وهي الشركات الناشئة والمتخصصة في مجال التكنولوجيا المالية. وظهرت العملات الرقمية عام 2009 من اجل توفير حلول الدفع عبر الهاتف والانترنت. كما ظهرت في عام 2011 خدمات تحويل الأموال من فرد لآخر مباشرة وخدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول.

2- مفهوم التكنولوجيا المالية:

لقد كان يشار الى التكنولوجيا المالية (Fintech) في الأصل باسم " اتحاد التكنولوجيا الخدمات المالية" والذي كان مشروع (Citigroup) لتشجيع التعاون التكنولوجي، واليوم ترمز التكنولوجيا المالية الى الكيانات التي تستخدم التقنيات المبتكرة الحديثة، والتي تمكن من توفير المساعدات المالية. أما عن المفهوم الاصطلاحي لها فلا يمكن الحد من مفهوم التكنولوجيا المالية (Fintech) بالمعنى النهائي، فحسب الاقتصاديون الذين تناولوا مفهوم التكنولوجيا المالية يرجحون بأن مفهومها بشكل عام يشمل الشركات التي تقدم خدمات واسعة النطاق من الاعمال المصرفية وتحويل الشركات وأسواق راس المال وتحليلات البيانات المالية والمدفوعات والإدارة المالية الشخصية الى التحويلات المالية والبحوث المالية والهياكل الاساسية المصرفية . حتى انه يعتقد بأنه يجب الربط بين التجارة الالكترونية وكذلك الامن السيبراني بالتكنولوجيا المالية، هذا بالإضافة الى تفرداها بمجموعة من الخصائص جعلت من خدماتها المالية أكثر طلبا. (قيمش، 2023-2024).

لقد تم استخدام مفاهيم مختلفة للتكنولوجيا المالية من جانب الهيئات الدولية والمحلية، بعضها ضيق وبعض اخر واسع النطاق، وهذا لوصف جانب التقدم المحرز في التكنولوجيا المستخدمة في المجال المالي على مستوى العالم. لذا سوف نعرض مجموعة من المفاهيم المرتبطة بهذه الأخيرة:

1.2- فالتكنولوجيا المالية هي اختصار لعبارة " (Financial Technology)، وهي تجمع بين الخدمات المالية والتقنيات الحديثة والمبتكرة القائمة على الإنترنت والتطبيقات بهدف جذب العملاء." (قطار ، 2024-2025)

2.2- كما يعرفها مجلس الاستقرار المالي (Board Stability Financial) أنها "ابتكارات مالية باستخدام التكنولوجيا يمكنها استحداث نماذج عمل أو تطبيقات أو عمليات أو منتجات جديدة، ولها أثر مادي وملمس على الأسواق والمؤسسات المالية، وعلى تقديم الخدمات المالية؛"

3.2- ولقد عرفت لجنة بازل للرقابة المصرفية ا على أنها "أي تكنولوجيا أو ابتكار مالي ينتج عنه نموذج أعمال أو عملية أو منتج جديد له تأثير على الأسواق أو المؤسسات المالية." (توات, 2021)

4.2- تعرف التكنولوجيا حسب معهد البحوث الرقمية في العاصمة البولندية دبلن على انها "عبارة عن الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية وتشمل هذه الاختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للبنوك والتي من ضمنها؛ المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الاموال وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة والارباح ومعرفة الارباح المتوقعة للاستثمارات وغير ذلك من العمليات المصرفية. (قطار، 2024-2025)

من خلال ما سبق يمكن تعريف التكنولوجيا المالية على أنها "كل ابتكار مالي يهدف إلى تسهيل المعاملات المالية بكل أنواعها، من خلال اختصار الوقت وتقليل التكاليف على المؤسسات المالية. مما يساعد على الحفاظ على العملاء الحاليين وجذب عملاء محتملين، وهذا ما يؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات المالية وبالتالي زيادة مستويات الربحية.

1- أهم العوامل التي ساعدت في التحول إلى التكنولوجيا المالية: (صابر، 2023)

- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المالي؛
- الوتيرة السريعة في استخدامات الهواتف الذكية والإنترنت بالإضافة إلى التوافر الضخم للبيانات والمعلومات؛
- التجارة الإلكترونية والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية؛
- تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات التمويل ومنافستها للبنوك، حتى أصبحت العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة خدمات مالية وثيقة الصلة بعمل البنوك؛
- القبول المتزايد من العملاء للخدمات المالية الممكنة تكنولوجيا. نتيجة التأثير الإيجابي للعمليات المصرفية الحديثة.

الفرع الثاني: أهمية التكنولوجيا المالية: (طعانه، 2024)

ان استخدام التكنولوجيا المالية سواء من طرف المؤسسات بمختلف أنواعها أو الأشخاص العاديين وفر العديد من المزايا لمستخدميها الذي ينعكس على الاقتصاد بشكل عام ومن ذلك اكتسبت التكنولوجيا المالية أهميتها في العصر الحالي من خلال ما يلي:

1- تقديم خدمات مالية أكثر كفاءة:

- تسريع المعاملات: التكنولوجيا المالية تسمح بتنفيذ المعاملات المالية؛ بشكل أسرع وأسهل، سواء داخل حدود الدولة أو عبر الحدود الدولية، مما يوفر للمؤسسات الوقت والجهد؛
- تبسيط العمليات: يمكن للتكنولوجيا المالية تبسيط العمليات المصرفية والمالية، مثل فتح الحسابات، وإجراء المدفوعات، وتحويل الأموال مما يسهل على العملاء التعامل مع المؤسسات المالية؛
- توفير حلول مالية مخصصة: تتيح التكنولوجيا المالية للمؤسسات المالية تقديم حلول مالية متخصصة لعملائها، بناء على احتياجاتهم الفردية، مما يزيد من رضاهم ويحفزهم على البقاء؛
- تخفيض التكاليف: يمكن للمؤسسات المالية التي تستخدم التكنولوجيا المالية تخفيض تكاليف التشغيل، وتحسين كفاءتها، وزيادة أرباحها؛

2-زيادة نطاق الوصول إلى الأسواق:

- إتاحة الوصول إلى الفئات غير المشمولة ماليًا: تساهم التكنولوجيا المالية في الوصول إلى الفئات غير المشمولة ماليًا، مثل أصحاب الدخل المنخفض، والشركات الصغيرة والمتوسطة، مما يعزز الشمول المالي ويساهم في النمو الاقتصادي؛
- توسيع نطاق الوصول الجغرافي: يمكن للتكنولوجيا المالية الوصول إلى العملاء في مناطق جغرافية أوسع، دون الحاجة إلى وجود فروع بنكية في كل مكان.

3-تحسين جودة الخدمات:

- توفير تجربة أفضل للعملاء: تساهم التكنولوجيا المالية في تحسين تجربة العملاء من خلال توفير خدمات مالية أكثر سهولة وراحة وسرعة.
- زيادة رضا العملاء: تقدم التكنولوجيا المالية خدمات مالية مبتكرة وعالية الجودة لزيادة رضا العملاء، وزيادة ولائهم.
- 4-تعزيز الابتكار: يعنى تشجيع تطوير حلول جديدة ومبتكرة لمواجهة التحديات أو تحقيق فرص جديدة.

5- إضافة ميزة تنافسية: للمؤسسات والشركات التي تعمل على استخدام التكنولوجيا المالية والتي تواكب تطوراتها، حيث أن التكنولوجيا المالية أصبحت دلالة على تقدم تلك المؤسسات والشركات.

الفرع الثالث: مظاهر التكنولوجيا المالية: (midocean.ae, 2025)

شهد قطاع الخدمات المالية خلال العقدین الأخيرین تحولات جذرية بفعل بروز ما يعرف بالتكنولوجيا المالية، وهي تشير الى استخدام التكنولوجيا الحديثة لتقديم الخدمات المالية بطرق أكثر كفاءة وسرعة وابتكاراً؛ مما أعاد تشكيل العلاقة بين المؤسسات المالية والعملاء؛ وفتح الباب أمام لاعبين جدد في السوق. وتتجلى مظاهر التكنولوجيا المالية في عدة جوانب رئيسية، تعكس كيف أحدثت هذه التكنولوجيا تحولا في الخدمات المالية التقليدية، ومن أبرزها ما يلي:

1- خدمات الدفع عبر الهواتف المحمولة: من أكثر الخدمات شيوعاً بين المستخدمين العاديين مثل:

- المحافظ الإلكترونية؛ (Apple Pay , Google Pay)، التحويل عبر الهاتف المحمول (M-Pesa).
- تسهيل الدفع بدون نقد أو بطاقات، وبسرعة فائقة.

2- الإقراض الرقمي: يقصد بها اقتراض الشركات الصغيرة أو الأشخاص من جهات غير مالية توجد حالياً منصات متخصصة يمكن الاقتراض منها في أي وقت عبر الانترنت.

- منصات القروض المباشرة بين الافراد (P2P Lending) والشركات الصغيرة والمتوسطة (Lending Club, Funding Circle)

- تستغني عن البنوك كوسيط.

3- الاستشارات وخدمات التداول المعتمدة على الروبوتات:

- هي عبارة على تطبيقات مستندة الى الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي؛ لتقديم خدمات مالية، الى جانب تطبيقات تيسر التداول من أي مكان مع تقديم تحليلات وتوصيات مفيدة، مثل منصات الروبوت الاستشاري (Robo-Advisors) و (Wealthfront Betterment).

4- التمويل الجماعي (Crowdfunding): يشهد نمواً كبيراً وثابتاً في عالم المال، حيث يوفر على المستثمر الصغير الحاجة الى الاقتراض أو الاستعانة بمستثمرين كبار للتمويل، فيلجأ الى جمع التمويل من أكثر من جهة عبر منصات متخصصة.

- مواقع مثل (Kickstarter, Indiegogo)، حيث يتم جمع الأموال من جمهور واسع لدعم مشاريع أو شركات ناشئة.
- 5- سلاسل الكتل والعملات المشفرة: تقنيات تيسر التعاملات المالية فيما بين الشركات، ويعتبر استخدامها وقاية من مشكلات خطيرة مثل البيانات المزيفة وتكرار عمليات الدفع من خلال تقنيات التخزين المركزي للمعاملات والدفاتر غير القابلة للتغيير وغيرها.
- مثل البيتكوين، الاثيريوم، واستخدام البلوكشين في تسوية المعاملات المالية.

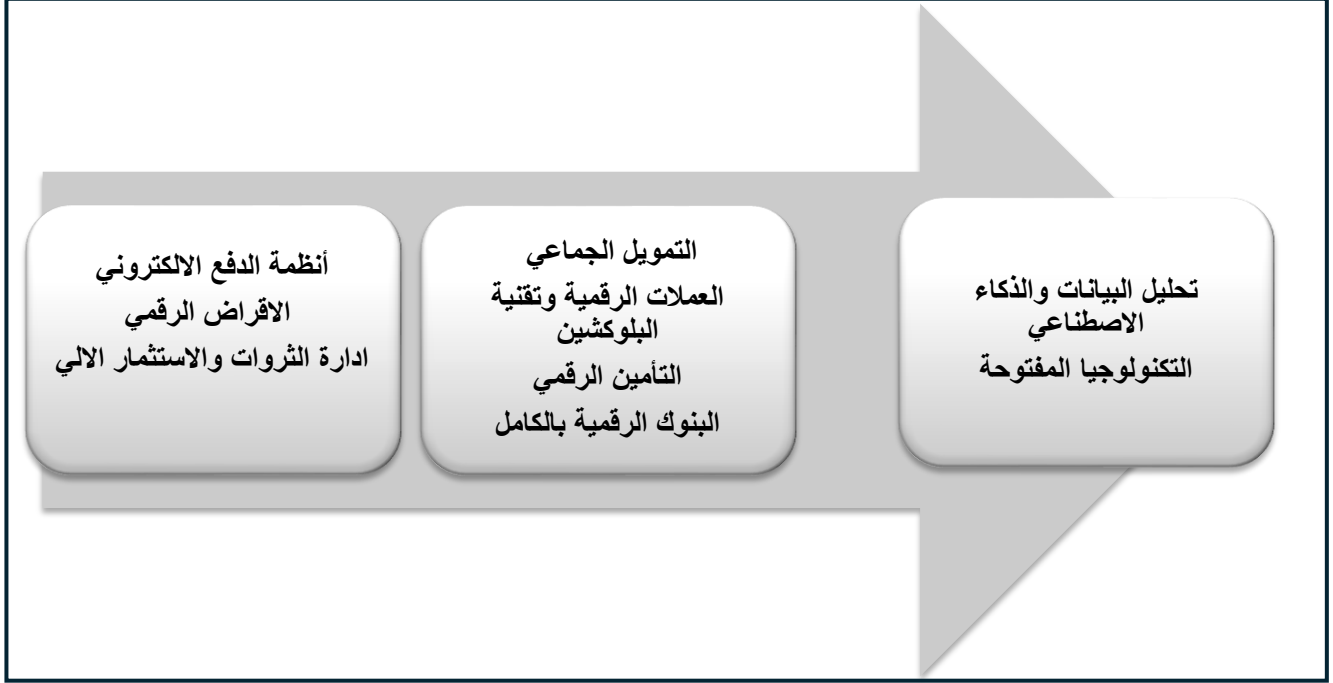
6- التأمين الرقمي (InsurTech): أدى التطور والنمو في أنظمة الخدمات المالية الرقمية الى مرونة أكبر في تطوير حلول تأمينية تقدم قيمة عالية للمستخدم وتحسن من تجربته مثل:

- شركات تستخدم التكنولوجيا لتقديم خدمات تأمين مرنة وسريعة، مثل (Lemonade).
- تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتحديد الأسعار ومعالجة المطالبات.

7- البنوك الرقمية بالكامل (Neobanks):

- بنوك بدون فروع، تقدم جميع خدماتها عبر تطبيقات الهاتف أو الانترنت، مثل (N26 و Revolut).
- تستهدف العملاء الشباب الباحثين عن تجربة مصرفية سهلة وسريعة.

- 8- **التقنيات التنظيمية (Regtech):** في ظل واقع مالي سريع ومتطور، تركز التقنيات التنظيمية على تحسين امتثال الممارسات المالية للقوانين، وتيسير وضع اللوائح مبسطة وآمنة وسهلة الفهم. (تعرف على الأنواع المختلفة للتقنيات المالية).
- 9- **إدارة التمويل الشخصي:** تهدف هذه التقنية الى تحسين إدارة الثروة الشخصية والمحافظة الاستثمارية وممارسات استثمار التجزئة، من خلال اعتماد أكبر على الأتمتة وغيرها من التقنيات.



الشكل رقم: (1 - 3): يوضح مظاهر التكنولوجيا المالية

المصدر: من اعداد الطالبات بناء على ما سبق

الفرع الثالث: مؤشرات التكنولوجيا المالية: (يوسف، 2021)

- هي مجموعة من المعايير الكمية والنوعية، التي تمكن من قياس تطور التكنولوجيا المالية ومتابعة مدى انتشارها، داخل المؤسسات الاقتصادية تتمثل في:
- **السياسات والتشريعات:** تشمل القوانين واللوائح التي تدعم وتحفز استخدام التكنولوجيا المالية، مثل تشريعات الابتكار المالي والتحول الرقمي؛
 - **جانب الطلب:** يعكس مستوى الطلب على خدمات التكنولوجيا المالية من قبل المستهلكين والشركات، مما يشجع على تطوير هذه الخدمات؛
 - **توفر التمويل:** يُظهر مدى سهولة الحصول على التمويل لدعم مشاريع التكنولوجيا المالية والشركات الناشئة؛
 - **البنية التحتية المالية:** تشمل البنية التكنولوجية والهيكل المالي الذي يدعم عمليات التكنولوجيا المالية مثل البنوك الإلكترونية والمدفوعات الرقمية؛
 - **تنمية المواهب:** تعني تطوير القدرات البشرية اللازمة لابتكار وتطبيق التكنولوجيا المالية؛
 - **التعاون والشراكات:** يشمل التعاون بين الشركات والمؤسسات لتعزيز التكنولوجيا المالية وتحقيق التكامل بين مختلف الخدمات؛

- مؤشرات التغذية الراجعة: مثل انتشار بطاقات الائتمان والخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والتي تُظهر مدى قبول التكنولوجيا المالية في السوق.



الشكل رقم (1 - 4): يوضح مؤشرات التكنولوجيا المالية

المصدر: من اعداد الطالبات بناء على ما سبق

المطلب الثالث: مفهوم التنافسية وأهميتها ومظاهرها ومؤشراتها:

لقد عرف العالم في العقود الأخيرة، تطورات واسعة في الفكر الاقتصادي المرتبط بالتنافسية فقد برزت نظرية النمو الجديدة التي تولي أهمية كبرى للانفتاح والتطور التقني والمعرفة في استدامة النمو وبرزت كذلك نظرية التجارة الجديدة التي ركزت على دور السياسات الفاعلة من قبل الحكومات والشركات وخلق الميزة التنافسية، ففي مجال التجارة الخارجية يرجع الاهتمام المتزايد بمفهوم القدرة التنافسية على أساس حصة التجارة في الاقتصاد العالمي بنسب أكبر من نمو الناتج الإجمالي العالمي، وأصبحت التجارة الخارجية تحتل مكانة أكبر في الاقتصاد. حيث بلغ متوسط حصة التجارة الخارجية في الناتج المحلي الإجمالي العالمي أكثر من 90٪ خلال سنة 2000 بعد أن كان في حدود 50٪ في بداية الستينات من القرن الماضي، وباتت التجارة الخارجية نتيجة للعملة وتبعاتها تعمل تحت ظروف المنافسة غير الكاملة أي أقرب لفرضيات النظرية الجديدة للتجارة العالمية، كما أصبح هدف التصدير هاجسا بالنسبة لكل العالم والنامية منها على وجه الخصوص. (نوري، 2006)

من خلال هذا المطلب سنسلط الضوء على مفهوم التنافسية وأهميتها، مظاهرها وأخيرا مؤشراتنا.

الفرع الأول: تعريف التنافسية

" ان تحديد مفهوم التنافسية مسألة في غاية الأهمية لأنها تحدد معالم الظاهرة ونطاقها وكيفية قياسها وتفسيرها ومعوقات تطويرها ولكن هذا التحديد ليس بالأمر اليسير بسبب تعقد مفهوم التنافسية مثله مثل المفاهيم الاقتصادية الاخرى ذات الأوجه المتعددة كالعولمة والتنمية، وكذلك بسبب عدم وجود إطار نظري قوي وغودج متماسك يسمح بتفسيرها وتحديدتها تحديدا علميا دقيقا، ونتيجة لذلك لا يزال مفهوم التنافسية وقياسها خاضعا لمناظرات بين الباحثين والأكاديميين تمخض عنه العديد من التعريفات والمؤشرات على عدة مستويات والتي تحاول تحديد وقياس واحدا أو أكثر من الأوجه المتعددة للتنافسية، فمثلا يرى بعض الباحثين أن التنافسية على المستوى الوطني تمثل فكرة عريضة تظم الانتاجية الكلية ومستويات المعيشة والنمو الاقتصادي، بينما آخرون يرون أن لها مفهوما ضيقا يركز على تنافسية السعر والتجارة، غير أن التنافسية على المستوى الجزئي يعتبر أقل تشعبا وتعقيدا من التنافسية الوطنية، فتنافسية المنتج يمكن إدماجها بسهولة في الإطار النظري الذي يفسر السلوك الأمثل للمؤسسة والمتمثل في تخفيض التكاليف أو تعظيم الأرباح والأخذ بعين الاعتبار تركيبة السوق وأسعار عوامل الانتاج والمنتج " . (منير، 2006)

وقبل الخوض في المفاهيم حول التنافسية، سنحاول تسليط الضوء على ظروف ظهور مفهومها من خلال الأدبيات الاقتصادية التي تناولت موضوع التنافسية والتي يتبين من خلالها أن هذا المفهوم قد ارتبط ظهوره على الصعيد العالمي الى حدثين مهمين:

- **الحدث الاول:** تزامن ظهور مصطلح التنافسية مع التراجع الكبير في الميزان التجاري الأمريكي خلال فترة الثمانينات من القرن الماضي، فضلا عن تحول الولايات المتحدة الأمريكية في منتصف الثمانينات من القرن الماضي، من أكبر دائن الى أكبر مدين في العالم، وفقدان حصتها السوقية بشكل كبير لصالح منافسيها في تلك الفترة اليابان ودول أوروبا الغربية، مما أدى الى ظهور مصطلح التنافسية على أيدي علماء إدارة الاعمال في الولايات المتحدة الأمريكية، بحيث ظهرت العديد من الكتابات والتقارير حول مفهوم التنافسية ومؤشراتها، الههدف منها تشجيع الساسة الأمريكيين على اتباع آلية تنافسية من أجل الحفاظ على مكانة الولايات المتحدة الأمريكية في الاقتصاد العالمي. وعليه تم إنشاء سنة 1986 مجلس التنافسية الأمريكي الذي كان يهدف الى نشر الوعي لدى الرأي العام الأمريكي، والتحاور ونشر التقارير والمؤشرات وتقديم المقترحات من أجل زيادة الانتاجية ودفع عجلة النمو الاقتصادي ورفع مستوى معيشة المواطن الأمريكي. (مراوي، 2022-2023)
 - **الحدث الثاني:** حيث ظهر الاهتمام مجددا بهذا المفهوم وبدرجة مكثفة في بداية التسعينات من القرن العشرين كإفراز طبيعي لما أطلق عليه بالنظام الاقتصادي العالمي الجديد، وخاصة بعد انخيار الكتلة الشيوعية متمثلة في الاتحاد السوفياتي سابقا، وظهور سمات وتداعيات عديدة له، والتي كان من أبرزها ظهور ما سمي بظاهرة "العولمة" (GLOBALIZATION) والتأكيد مرة أخرى على التوجه نحو الاعتماد على اقتصاديات وقوى السوق. (نوير، 2003)
- بعد التطرق التاريخي لظهور مصطلح التنافسية سنحاول تقديم بعض التعاريف:

عرفت **هيئة التجارة والصناعة البريطانية**؛ التنافسية بالنسبة للمؤسسة على أنها "القدرة على انتاج منتجات وخدمات عالية الجودة، وبأسعار تنافسية، وفي نفس الوقت المناسب ما يعكس قدرتها على تلبية احتياجات المستهلكين بشكل أكثر فاعلية من المنافسين الآخرين."

في الجانب الآخر؛ تعرف تنافسية المؤسسة بأنها "الجهود والاجراءات والابتكارات وضغوط وجميع الأنشطة الإدارية والتسويقية والانتاجية والابتكارية والتطويرية التي تقوم بها المؤسسة بهدف زيادة عدد المستهلكين في الاسواق ذات الاهتمام بها".

كما تعرف تنافسية المؤسسة على أنها " قدرة المؤسسة على مواجهة القوى المعارضة في الأسواق، التي تقلص من حصتها في السوقين المحلي أو العالمي ويترتب على التنافسية السعي لتحقيق موقع تنافسي يمكن من خلاله للمؤسسة تحسين موقعها التنافسي في الأسواق، وذلك من خلال استخدام آليات متعددة مثل تحقيق التوفير في التكاليف، وتحديد الاسعار، وتحسين جودة المنتجات، وزيادة مستوى المهارة لدى العمال واستخدام أساليب إدارة فعالة، وزيادة الانتاجية، والتجديد والابتكار، والاستثمار في البحث والتطوير" (المعهد العربي للتخطيط، 2025)

ومنه المؤسسة التنافسية هي تلك المؤسسة ذات مجموعة من الموارد والقدرات التي تمكنها من البقاء والنمو في بيئة تنافسية، حيث تواجه قوى تمتلك موارد تفوقها، وتعارض معها في الاهداف، وربما تشكل تهديدا لمشاريعها. بمعنى آخر هي قدرة المؤسسة على تصميم ونتاج وتسويق منتجات متنوعة مقارنة بما يقدمه منافسوها حيث يرجع هذا التفوق الى السعر، الجودة والتميز التقني وغيرها.

1- أنواع التنافسية: تميز الكثير من الأدبيات بين عدة أنواع من التنافسية، أهمها (مراوي، 2022-2023)

1-1- التنافسية حسب الموضوع: تنقسم الى:

أ- تنافسية المنتج: تعتبر تنافسية المنتج شرطا لازما لتنافسية المؤسسة لكنه ليس كاف، وغالبا ما يتم الاعتماد على سعر التكلفة كأداة وحيدة لتقويم تنافسية هذا الأخير، ويعد هذا الأمر غير صحيح، باعتبار أن هناك مؤشرات أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة وخدمات ما بعد البيع؛

ب- تنافسية المؤسسة: يتم تقويمها على أساس أشمل منه في المنتج، فمن الناحية المالية مثلا يتم تقويم المنتج بالاستناد على الهامش الذي يحققه، بينما تنافسية المؤسسة يتم تقويمها على أساس هوامش كل المنتجات.

1-2- التنافسية على أساس الزمن: تنقسم التنافسية وفقا للزمن الى قسمين:

- التنافسية اللحظية: تعتمد على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية واحدة، غير أنه لا يجب أن نتفاءل بشأها لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق أو ظروف أخرى جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية؛
- القدرة التنافسية: تختص بالفرص المستقبلية وبالنظرة طويلة المدى من خلال عدة دورات استغلال.

1-3- التنافسية حسب السعر: تنقسم التنافسية على حسب معيار السعر الى:

* التنافسية السعرية: البلد ذو التكاليف الأقل يتمكن من تصدير سلع الى الأسواق الخارجية بصورة أفضل ويدخل هنا أثر سعر الصرف؛

* القدرة غير السعرية: وتشمل:

- التنافسية النوعية: وتشمل إضافة الى النوعية والملاءمة وعنصر الابداع التكنولوجي، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة والأكثر ملائمة للمستهلك، حيث المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق يتمكن من تصدير سلعة جيدة ولو كانت أعلى سعر من السلع المنافسة.

- التنافسية التقنية: حيث تتنافس المؤسسات من خلال النوعية في الصناعات عالية التقنية.

1-4- التنافسية الظرفية والتنافسية المستدامة: يميز تقرير التنافسية العالمي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2000 بين نوعين من التنافسية هما:

- التنافسية الظرفية: هي التنافسية التي تركز على مناخ الاعمال وعمليات المؤسسات واستراتيجيتها، وتحتوي على عناصر مثل التكلفة، النوعية، الحصة السوقية.

- التنافسية المستدامة: هي التنافسية التي تركز على الابداع التكنولوجي، رأس المال البشري والفكري، التعليم، رأس المال البشري الإنتاجية، البحث والتطوير، الطاقة الإبداعية، الوضع المؤسسي.



الشكل رقم (1-5): يوضح أنواع التنافسية

من اعداد: الطالبات بناء على ما سبق

الفرع الثاني: أهمية التنافسية: (سعيدة، 2023-2024)

تعتبر التنافسية عنصراً أساسياً في تعزيز التطور والنمو في مختلف المجالات، حيث تلعب دوراً محورياً في دفع الأفراد والمؤسسات والدول نحو تحقيق مستويات أعلى من الأداء والتميز، تتمثل أهمية التنافسية في الآتي:

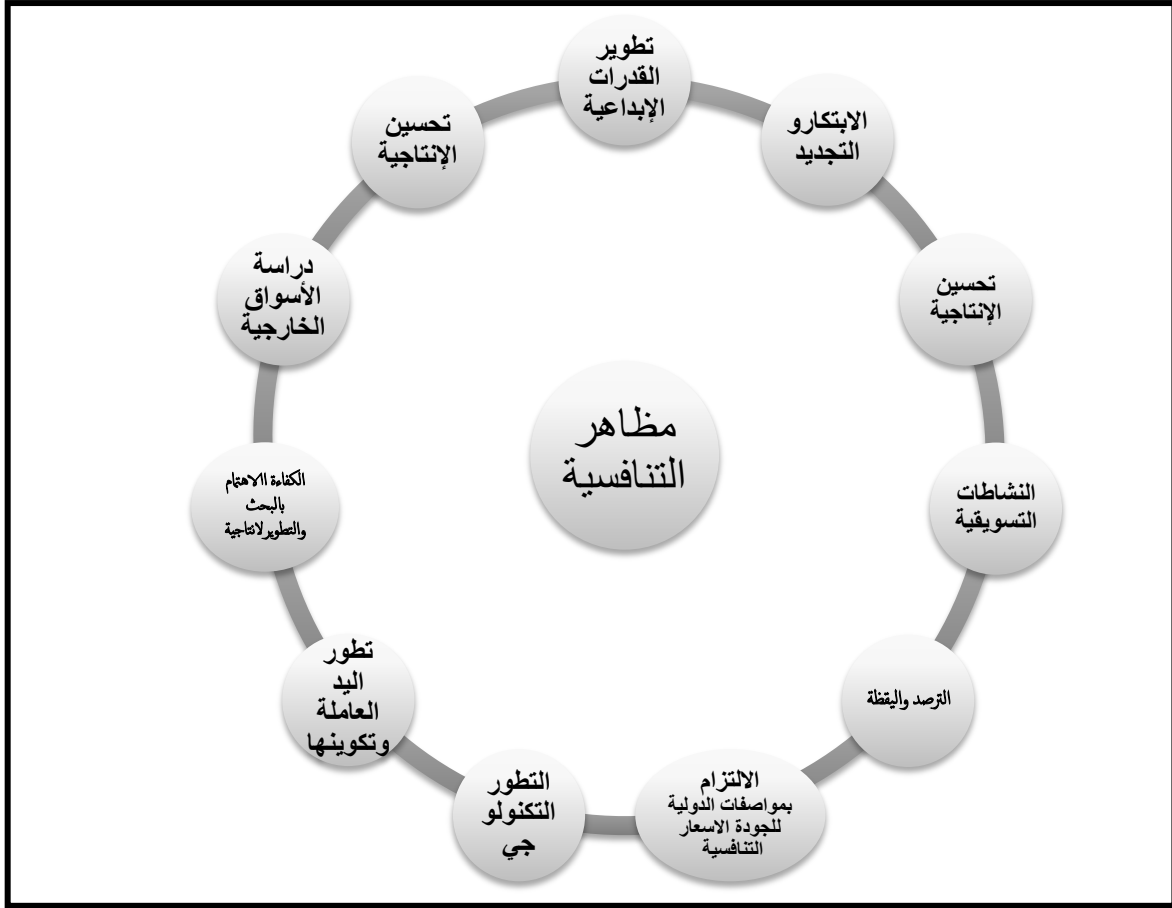
- توفير البيئة التنافسية الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها وتشجيع الابداع، بما يؤدي الى تحسين وتعزيز الانتاجية والارتقاء بمستوى نوعية الانتاج ورفع مستوى معيشة المستهلكين عن طريق تخفيض التكاليف والاسعار؛
- تعد التنافسية أداة لتحقيق واستدامة النمو والرفاه الاجتماعي، وخاصة فيما يتعلق بأثر تحقيق من المزيد من الفعالية الاقتصادية على توزيع الدخل بين شرائح المجتمع وأثر ذلك على مستويات الفقر؛
- التنافسية تساعد في القضاء على العقبات التي تواجه تحسين الكفاءة والانتاجية، والتي تتمثل في ضيق السوق المحلي، والتي تحول دون الاستفادة من وفورات الحجم الكبير؛
- التنافسية توفر بيئة تنافسية فعالة، وذاك لضمان الكفاءة الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادي وتحسين مستويات المعيشة؛
- أسهمت التنافسية في إزالة الحواجز التقليدية من الضرائب الجمركية والحصص الكمية، في نفس الوقت ساهمت في زيادة التركيز على الحواجز التقنية المتعلقة بمعايير الجودة والبيئة، مما أدى الى بروز منافسين جدد على درجة عالية من المهارة والقوة؛

➤ يطرح مفهوم التنافسية مضمون الشراكة الفاعلة والحقيقية بين الحكومة والقطاع الخاص لاتخاذ القرار الصحيح، والذي يتطلب آلية تكفل تحويل المعلومة الى معرفة من خلال تجميع المعلومات الأولية وتحليلها ودراستها، ومن ثم وضعها في إطار عام ومنطقي يسهل استيعابه، وبالتالي استخدامه كمرجع يربط الاستراتيجيات المختلفة ببعضها.

الفرع الثالث: مظاهر التنافسية: (خري، 2017)

تتعدد مظاهر التنافسية في المؤسسات الاقتصادية والتي تعكس الأساليب والاستراتيجيات التي تعتمد عليها المؤسسات لتعزيز موقعها في السوق والتفوق على منافسيها ومن أبرز هذه المظاهر ما يلي:

- **تطوير القدرات الإبداعية:** ونقصد به ذلك التطبيق التجاري والصناعي والتنظيمي للاكتشاف والابتكار فهو اجراء يقود ويسمح للمؤسسة من اقتراح منتجات وخدمات وأساليب انتاج وتنظيم جديدة مغايرة لما تقترحه المنافسة؛
- **تحسين الإنتاجية:** تعتبر الإنتاجية أحد أهم عوامل القدرة التنافسية، كما تعتبر مؤشرا قويا ومعيارا لقياس كفاءة المؤسسة فضلا على أنها هدف من أهدافها الرئيسية، وتقاس بالنسب التالية؛ (القيمة المضافة/ عدد الموظفين)، (المخرجات/ المدخلات)؛
- **النشاطات التسويقية:** تشكل الوظيفة التسويقية في المؤسسة إحدى الركائز الأساسية لتنافسياتها بما تمنحه من إمكانيات للتكيف مع تغيرات المحيط ورغبات الزبائن والمستهلك عامة، وهذا أصبح محور أساسي في تحديد وصياغة البرامج الإنتاجية والابداعية المستقبلية لأي مؤسسة تود البقاء والنمو في السوق تزداد فيه حدة التنافس يوما بعد يوم، لذلك تعتمد الكثير من المؤسسات الى استعمال شتى الوسائل والأساليب لإرضائه وتلبية حاجاته بأحسن الطرق وأقل التكاليف سعيا لجعله أكثر وفاء لمنتجاتها وخدماتها أو لتوسيع السوق، وتستخدم في ذلك طرقا علمية عديدة كدراسات السوق وتحليل المستهلك واستعمال الميزج التسويقي؛
- **الترصد واليقظة:** بعد الترصد واليقظة من أهم العوامل المتحكممة في التنافسية؛ يقصد بها تلك العملية الجماعية والمستمرة والتي بواسطتها تقوم مجموعة من أفراد المؤسسة بالبحث عن المعلومات الخاصة بالبيئة المحيطة، وذلك بهدف الحصول على فرص للصفقات والتخفيض من المخاطر حتى تتمكن المؤسسة من الاستجابة السريعة وفي الوقت المناسب وبصفة تلاءم الوضع؛
- **الالتزام بمواصفات الدولية للجودة:** تعني الالتزام بمستوى ثابت من الجودة وليس التقلبات في نوعية الإنتاج، فالجودة تعتبر لغة التطوير والتغيير والتحسين المستمر والدائم للنجاح والتميز؛
- **التطور التكنولوجي:** والتي تعني الوصول الى آخر مستوى بدءا من الإنتاج الى التغليف والتعليب والتخزين والحفظ والنقل؛
- **تطور اليد العاملة وتكوينها:** ان استعمال تكنولوجيا حديثة ومتطورة والالتزام بالمواصفات الدولية للجودة يتطلب تكوين اليد العاملة التي تستجيب لمطلبات العمل؛
- **الاهتمام بالبحث والتطوير:** يجب تفعيل العلاقة بين المؤسسات من جهة ومراكز الأبحاث من جهة أخرى، من أجل التنسيق فيما بينها وتوحيد الهدف، من أجل تدريب العمال وتطوير المنتجات؛
- **دراسة الأسواق الخارجية:** تعتبر السوق المحلية؛ سوقا محدودة ولا بد من البحث عن الخبرات أكثر تطورا وتوازنا وأسواق محدودة المخاطر.



الشكل رقم (1 - 6): يوضح مظاهر التنافسية
المصدر: من اعداد الطالبات بناء على ما سبق

الفرع الرابع: مؤشرات التنافسية

مؤشرات التنافسية في المؤسسات الاقتصادية؛ تستخدم لقياس قدرة المؤسسة على تحقيق التفوق في السوق، وتحقيق النمو المستدام، وتقديم قيمة مضافة مقارنة بمنافسيها؛ والتي تشمل الجوانب المالية، السوقية، التشغيلية، الابتكارية، والموارد البشرية ومن أبرزها ما يلي:

أ/ مؤشر الربحية: (سعايدية، ، 2023-2024)

" تمثل الربحية مؤشرا هاما على التنافسية الحالية للمؤسسة، فإذا كانت المؤسسة تعظم أرباحها السنوية معناه أنها لا تتنازل عن هامش الربح مقابل الرفع من حصتها السوقية. ولكن يمكن أن تكون البيئة التنافسية في تغير مستمر مع دخول منافسين جدد مما يزيد من حدة المنافسة. كما يقصد به مقدرة المؤسسة على تحقيق أرباح مستدامة على المدى المتوسط والطويل، وتكون عادة أعلى من متوسط الأرباح في قطاع النشاط ذاته.

يتمحور اهتمام المؤسسة حول ما ستحققه في المستقبل من الأرباح في لحظة محددة في الوقت الحالي، تعتبر الربحية مؤشرا مهما على تنافسية الحالية للمؤسسة، ولكنها ليست العامل الوحيد المؤثر، إذا كانت المؤسسة تسعى جاهدا الى تحقيق أرباح مرتفعة وتولي اهتماما كبيرا بها بدلا من التركيز فقط على زيادة حصتها السوقية، فقد يكون ذلك مؤشرا على التنافسية الحالية للمؤسسة. ومع ذلك يجب أن نلاحظ أن التنافسية الحالية للمؤسسة لا تضمن بالضرورة ربحيتها المستقبلية.

قد تكون المؤسسة تنافسية في سوق يواجه التدهور، مما يؤثر على ربحيتها المستقبلية. عندما نتحدث عن ربحية المؤسسة التي تسعى للبقاء والاستمرار في السوق، يجب أن ننظر إلى الأرباح على مدى فترة زمنية محددة، القيمة الحالية لأرباح المؤسسة ترتبط بقيمتها السوقية، وهذا يعني أنها تحتاج إلى تحقيق أرباح مستدامة على المدى الطويل لكي تكون مؤسسة تنافسية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن قياس تنافسية المشروع بواسطة مؤشر توبن (TOBINS) والذي يمثل النسبة السوقية للدين ورؤوس الأموال الخاصة بالمشروع /تكلفة استبدال الأصول، وتعتبر المؤسسة متنافسة عندما تكون نسبة قيمتها السوقية للدين ورأس المال الخاص بها أكبر من الواحد، مما يشير إلى وجود قيمة مالية موجبة للمؤسسة. وبالتالي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار مجموعة متنوعة من المؤشرات وليس الربحية فقط عند تقييم التنافسية الحالية للمؤسسة."

ب/ مؤشر تكلفة الصنع: (قلادي و طالب، 2021)

" تكون المؤسسة غير تنافسية حسب النموذج النظري للمنافسة النزيهة، إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر في الأسواق، ويعزى ذلك إما لانخفاض إنتاجيتها أو عوامل الإنتاج مكلفة كثيرا، أو لسببين السابقين معا وإنتاجية ضعيفة يمكن أن تفسر على أنها تسيير غير فعال، كل هذا في حالة قطاع نشاط ذو منتجات متنوعة، أما إذا كان قطاع النشاط ذو منتجات متجانسة فيمكن أن يعزى ذلك إلى كون تكلفة الصنع المتوسطة ضعيفة مقارنة بالمنافسين.

إن تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس إلى تكلفة المنافسين تمثل مؤشرا كافيا عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس مالم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمشروع، ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلا جيدا عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تكون تكلفة اليد العاملة تشكل النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية، ولكن هذه الوضعية يتناقض وجودها."

ج/ مؤشر الانتاجية الكلية للعوامل (سالم، 2021)

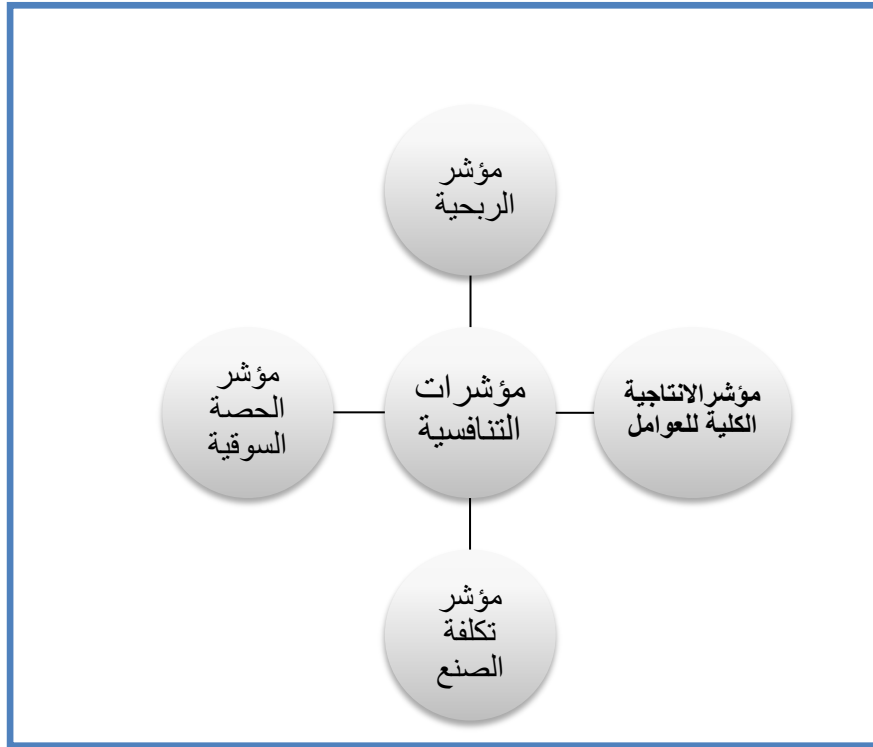
" تقيس الانتاجية الكلية للعوامل الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ولكن هذا المفهوم لا يوضح مزايا ومساوئ تكلفة عناصر الإنتاج، كما أنه إذا كان الإنتاج يقاس بالوحدات الفيزيائية مثل أطنان من الورق، أو أعداد من السيارات، فإن الانتاجية الاجمالية للعوامل لا توضح شيئا حول جاذبية المنتجات المعروضة من جانب المؤسسة.

من الممكن مقارنة الانتاجية الكلية للعوامل أو نموها سواء إلى التغيرات التقنية وتحرك دالة التكلفة نحو الأسفل، أو إلى تحقيق وفورات الحجم. كما يتأثر هذا المؤشر بالفروقات عن الاسعار المستندة إلى التكلفة الحدية."

د/ مؤشر الحصة السوقية:

" تعتبر نسبة الحصة السوقية من أهم وأوضح المؤشرات الدالة على القدرة التنافسية للشركة، فإذا كانت الشركة تسيطر على أكبر حصة سوقية فهي رائدة ونقول عنها أنها شركة تنافسية، وإذا كانت نسبتها متوسطة نقول إنها ذات قدرة تنافسية متوسطة، وإذا كانت نسبتها في السوق صغيرة فهذا يدل على ضعف قدرتها التنافسية." (مغربي و بوزيان، 2018)

"من الممكن لمنظمة ما أن تكون مربحة ومستحوذة على جزء هام من السوق الداخلية بدون أن يكون تنافسيا على المستوى الدولي بسبب الإجراءات الحمائية للسوق المحلية تجاه التجارة الدولية، كما يمكن للمنظمة الوطنية أن تكون ذات ربحية آنية ولكنها غير قادرة على الاحتفاظ بالمنافسة تجاه تحرير التجارة أو بسبب أقول السوق، لذلك ينبغي مقارنة تكاليف المشروع مع تكاليف منافسيه الدوليين. وعندما يكون هناك حالة توازن تعظم المنافع ضمن قطاع نشاط ما ذي إنتاج متجانس، فإنه كلما كانت التكلفة الحدية للمنظمة ضعيفة بالمقارنة بتكاليف المنافسين، كلما كانت حصته من السوق أكبر وكانت المنظمة أكثر ربحية مع افتراض تساوي الأمور الأخرى، فالحصة من السوق تترجم إذن المزايا في الإنتاجية أو في تكلفة عوامل الإنتاج." (سالم، 2021)



الشكل رقم (1-7): يوضح مؤشرات التنافسية

المصدر: من اعداد الطالبات بناء على ماسبق

المبحث الثاني: الدراسات السابقة:

من خلال اطلاعنا على مختلف الدراسات السابقة التي تناولت أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية، يتضح وجود اتجاه متزايد نحو الاهتمام بموضوع الدراسة الحالية. حظيت نظريات حول التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية باهتمام كبير وبشكل متزايد من طرف العديد من الباحثين والهيئات والمؤسسات المحلية والدولية، نظرا للتطورات المتسارعة التي تشهدها هاته النظريات وإفرازاتها على الواقع وعلى المشهد الاقتصادي بصفة خاصة، وفيما يلي سوف نستعرض بعضا من هذه الدراسات التي ركزت أساسا على أثر التحول والتكنولوجيا المالية في تحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية.

المطلب الأول: طرح عام للدراسات السابقة:

أولا: الدراسات التي تناولت أثر التحول الرقمي

• دراسة (عابدية وطالحي، 2024) بعنوان:

التحول الرقمي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة-دراسة عينة من الشركات الناشئة في مدينة تبسة-مقال منشور في مجلة الاقتصاد وإدارة الاعمال مجلد 08 العدد 01 سنة 2024-06-30، ص 184-201،

هدفت الى معرفة أثر التحول في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة في مدينة تبسة وتمثلت عينتها عشوائية تشمل 51 موظف يعملون في خمسة شركات ناشئة ناشطة في السوق مدينة تبسة واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان نت أبرز نتائجها هي وجود إثر للتحول الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، مما يدعم نمو استمرارية هذه الشركات.

• دراسة (شليبي وإسماعيل، 2024) بعنوان:

تأثير التحول الرقمي على الميزة التنافسية مقال منشور في مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة المجلد رقم (09)، العدد (02)، ص 27-49.

هدفت الى التعرف على تأثير التحول الرقمي على الميزة التنافسية في آراء العاملين بشركات الاتصالات بجمهورية مصر العربية وتمثلت عينتها في (374) مفردة. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي والتي كان من أهم نتائجها هي وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على الميزة التنافسية في أداء العاملين بشركات الاتصالات بجمهورية مصر العربية.

• دراسة (قرزيز، زيدان والقطان، 2022) بعنوان:

دور التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للبنوك العمومية -حالة البنك الوطني الجزائري- مقال منشور في مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 18، العدد 29، السنة 2022.

هدفت الى ابراز دور التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للبنوك العمومية، مع دراسة حالة البنك الوطني الجزائري (BNA)، إذا أصبح تحقيق الميزة التنافسية شرط من شروط استمرارية نشاط البنوك خاصة مع التطورات التكنولوجية وثورة المعلومات التي عرفها النشاط المصرفي وتمثلت في بيانات من البنك واستخدمت المقابلة لجمع البيانات وفق المنهج الاستنباطي الوصفي والاستقرائي التحليلي. وكان من أبرز نتائجها هي دمج البنك لعدة خدمات رقمية تواكب احتياجات العملاء.

• دراسة (العلاق، كمون، 2022) العنوان:

أثر التحول الرقمي التكنولوجي على القدرة التنافسية للمصارف العراقية – دراسة تحليلية –، مقال منشور في مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية، المجلد 02 ، العدد 02 ، ص 375-394.

هدفت الى توضيح قياس مدى تأثير التحول الرقمي على جودة العمليات الإدارية في المصارف العراقية من خلال تبني هذه التكنولوجيا التي من شأنها عصنة النظام المصرفي العراقي والارتقاء به لأعلى المستويات. تمثلت عينتها في 71 موظف سامي بالمصارف العراقية. واستخدمت الاستبيان وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها هي أن التحول الرقمي يساهم مساهمة فعالة في الميزة التنافسية لهذه المصارف حيث تؤدي تطبيقات التكنولوجيا الرقمية الحديثة الى اكتساح أسواق أخرى وشرايح أخرى من العملاء.

• دراسة (علام، 2021) بعنوان:

التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء (دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد مقال منشور في المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة بتاريخ (29-07-2021، ص159-220) هدفت الى تسليط الضوء على أهمية التحول الرقمي في تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية، مع التركيز على التحديات التشغيلية و الثقافية التي تواجه مسؤولي خدمة العملاء، تمثلت عينتها في 150 مفردة تم اختيارها عشوائيا واستخدمت الاستبانة لجمع المعلومات وفق المنهج الوصفي التحليلي ولتحليل البيانات ومعالجتها تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS)، وكان من أبرز نتائجها هي وجود تأثير معنوي إيجابي للتحول الرقمي على تعزيز الميزة التنافسية في الخدمات المصرفية، من خلال: تحسين سرعة الخدمة، و زياده دقة المعاملات و رفع جودة التفاعل مع العملاء.

• در اسة (Sharipova, 2024) بعنوان:

Digital Transformation and International Competition Analysis of the Impact of Digital Technologies on Competitiveness and Development of International Business, American Journal of Business Management, Economics and Banking, 25, 112-116.

هدفت الى تحليل أثر التحول الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية للشركات في الاقتصاد العالمي، وتفحص تأثير التقنيات الرقمية الرئيسية على عمليات الاعمال، وتسلط الضوء على تحديات التبنّي الرقمي، ومناقشة الاثار المترتبة على المنافسة الدولية وتنمية الاعمال التجارية. مع استكشاف دور التقنيات الرقمية الرئيسية مثل الذكاء الاصطناعي البيانات الضخمة الحوسبة السحابية، البلوك تشين في تعزيز عمليات الاعمال، وتحسين الكفاءة، وتعزيز الابتكار. وتمثلت عينتها في دراسة حالة عالمية لشركات دولية واستخدمت مؤشرات دولية مثل مؤشر التنافسية العالمية ومؤشر التحول الرقمي واستخدمت المنهج التحليلي للدراسات السابقة. وكان من أبرز نتائجها هي أن التحول الرقمي يرفع من القدرة التنافسية للشركات في السوق العالمية.

• دراسة (Xie, Song, 2024) بعنوان:

A Preliminary Study on the Impact of Digital Transformation on the Competitive Advantage of Organization, Transaction on Economics Business and Managment Research, V12, 78-65.

هدفت الى تحليل كيفية تأثير التحول الرقمي على الميزة التنافسية للمؤسسات من جانبين: خارجي وداخلي، بالاقتران مع نظرية التنظيم الصناعي والنظرية القائمة على الموارد. وكما ناقشت الطرق التي يمكن للمؤسسات من خلالها اكتساب ميزة تنافسية من خلال التحول

الرقمي من خلال تحسين الظروف الداخلية، والاستجابة للبيئة الخارجية، وتعديل علاقة المنافسة والتعاون، والاستجابة للطلب والابتكار. وخلصت الى أن التحول الرقمي يؤثر على الميزة التنافسية الخارجية من خلال تغيير الهيكل الصناعي، وطمس حدود الصناعة، وتشكيل سيناريوهات تنافسية ديناميكية. كما يؤثر على التحول الرقمي على الميزة التنافسية الداخلية، خاصة من خلال السمات المتطورة وطرق اكتساب موارد البيانات.

• دراسة (Do, 2024) بعنوان:

Competitiveness of Commercial Banks in Da Nang City The Impact of Digital Transformation on the, Journal of Electrical Systems, V20, N3 , 3164–3153

هدفت الى دراسة تأثير التحول الرقمي على تنافسية البنوك التجارية في مدينة دا نانغ، من خلال تحليل العوامل المرتبطة بالتحول الرقمي التي تؤثر على هذه تنافسية. وتمثلت عينتها في 210 موظفا يعملون في بنوك تجارية بمدينة دان انغ واستخدمت استبيان اليكتروني لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي، وكان من أبرز نتائجها مايلي:

- يؤثر التحول الرقمي إيجابيا وبشكل ملحوظ على تنافسية البنوك التجارية.
- القدرة المالية والخدمات المصرفية لهما تأثير إيجابي على تنافسية البنوك التجارية.
- مخاطر الامن والائتمان والسيولة، تؤثر سلبا على التنافسية.

• دراسة (Omush,&, al,2023) بعنوان: **Digitalization and Sustainable Competitive**

Performance in SMEs :A Moderation Mediation Model

هدفت الى دراسة أثر الاستراتيجية الرقمية والقدرة والثقافة التنظيمية على الأداء التنافسي. وتمثلت عينتها في 376 شركة صغيرة ومتوسطة من ثلاث مدن في باكستان واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الكمي التحليلي وكان من أبرز نتائجها هي وجود أثر إيجابي مباشر للاستراتيجية الرقمية على الأداء، القدرة الرقمية كوسيط، الثقافة الرقمية كمعدل.

ثانيا: الدراسات التي تناولت التكنولوجيا المالية:

• دراسة (محمود، وآخرون، 2025) بعنوان:

أثر استخدام منتجات التكنولوجيا المالية في تعزيز التنافسية المستدامة/دراسة تحليلية في المصارف العراقية العاملة في إقليم كردستان العراق. مقال منشور في المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 21/العدد 83، 2025.

هدفت هذه الدراسة الى بيان أهمية استخدام منتجات التكنولوجيا المالية كتجربة مالية حديثة في القطاع المصرفي ودورها في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة. تمثلت عينتها في 42 موظف في مصارف العراقية العاملة في إقليم كردستان العراق. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات، وفق المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم تحليل الإجابات وفق البرنامج الاحصائي (Spss-28)، وكان من أبرز نتائجها هي أن هناك إدراك لدى المعنيين لهذه المصارف لأهمية استخدام منتجات التكنولوجيا المالية، اذ يساهم بشكل كبير في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها الخمسة (تمايز المنتجات – تخفيض التكلفة-تحقيق الجودة-تحقيق المرونة-القدرة على الابتكار).

• دراسة (الحري، والزواري، 2025) بعنوان:

أثر مجالات التكنولوجيا المالية على تحقيق الميزة التنافسية –دراسة تطبيقية على عينة من المصارف العراقية- مقال منشور في المجلة العالمية لإدارة الاعمال والتكنولوجيات، المجلد 20 /العدد 01، 2025.

هدفت الى توضيح أهمية التكنولوجيا المالية في العمليات المصرفية من مختلف الجوانب وبيان المشكلات والمعوقات التي تواجه المصارف في استخدام التكنولوجيا المالية ودراسة العلاقة الارتباطية بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية. مثلت عينتها في 109 مفردة عشوائية من زبائن المصارف العراقية الأهلية والحكومية واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات. وفق المنهج الوصفي التحليلي. وكان من أبرز نتائجها الى ضرورة تشريع وتنظيم القوانين التي تخص التكنولوجيا المالية وتداخلها مع المؤسسات المالية. وكذلك إلزام المصارف للحصول على أنظمة الكترونية متكاملة وحديثة واطمام كافة العمليات المصرفية وخاصة المدفوعات والإقراض، والتركيز على الخدمات المقدمة من خلال الهاتف النقال والموقع الالكتروني، مما توفره من سرعة وخدمة حيث يمكن الوصول اليها من أي مكان وسهولة الاستخدام وبدقة تامة.

• دراسة (رشوان، قاسم، 2023) بعنوان:

أثر استخدام التكنولوجيا المالية على دعم الميزة التنافسية للبنوك. المجلة الاكاديمية للعلوم الاجتماعية. المجلد 02 ، العدد 01 ، ص 82-96 .

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر استخدام التكنولوجيا المالية على دعم الميزة التنافسية للبنوك، وتمثلت عينتها في 40 مفردة واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي باستخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) لإدخال ومعالجة البيانات. وكان من أبرز نتائجها هي وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \infty$) للتكنولوجيا المالية على زيادة جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وتحسين ربحية البنوك، والكفاءة التشغيلية.

• دراسة (بن عمر، 2023) بعنوان:

دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف السعودية-دراسة حالة مصرف الراجحي- مقال منشور في مجلة رؤى اقتصادية المجلد 01-ال عدد13 في 15-06-2023.

هدفت الى التعرف على دور التكنولوجيا المالية في خلق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، والبحث عن طبيعة العلاقة بينهما. وتمثلت عينتها في 280 موظف يعملون في بنك الراجحي. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي واستخدام البرنامج الاحصائي SPSS لتحليل البيانات. وكان من أبرز نتائجها هي أن للتكنولوجيا المالية دور واضح في خلق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي بأبعادها الأربعة (الجودة التسليم، التكلفة، المرونة) ومنه أكد على 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.

• دراسة (فرحي، 2023) بعنوان:

التكنولوجيا المالية كآلية لتحقيق الميزة التنافسية على مستوى البنوك الإسلامية-دراسة حالة فروع مصرف السلام الناشطة على مستوى ولايات الشرق- مقال منشور في مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، المجلد 08/ العدد 02-ديسمبر 2023، ص 175-195.

هدفت الى تسليط الضوء حول دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى فروع السلام الناشطة على مستوى الشرق الجزائري. وتمثلت عينتها في 72 مفردة تم اختيارها عشوائيا من موظفي وكالات مصرف السلام في شرق الجزائر. واستخدمت استبيان الكتروني وفق المنهج الوصفي التحليلي. وكان من اهم نتائجها هي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 005$) بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية، واطافة الى ذلك تبني مصرف السلام للتكنولوجيا المالية.

• دراسة (Wang ,& al,2025) بعنوان:

A Systemic Approach to Evaluating Fintech–Driver Competitiveness in Commercial Banks: Integrating Delphi and ANP **.Methods, Systems 2025, 13, 342, <https://doi.org/10.3390/systems13050342>**

مدخل نظامي لتقييم القدرة التنافسية المدفوعة بالتكنولوجيا المالية في البنوك التجارية: "دمج طريقتي دلفي و ANP" هدفت الى مساعدة البنوك التجارية على تقييم قدرتها التنافسية في ظل انتشار التكنولوجيا المالية بطريقة منظمة وفعالة، وذلك لتجنب الأخطاء والمشاكل التي تحدث عند تبني هذه التقنيات بشكل عشوائي وتمثلت عينتها في 16 بنك صيني باستخدام طريقة دلفي لجمع آراء الخبراء وتحديد المكونات الأساسية للتكنولوجيا المالية ونموذج ANP لتحليل العلاقات المعقدة والتفاعلات بين هذه المكونات. وفق المنهج التجريبي. وخلصت الى تحديد خمسة أنظمة فرعية رئيسية للتكنولوجيا المالية تؤثر على القدرة التنافسية للبنوك؛ وهي البيانات الضخمة الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، انترنت الأشياء، والبلوك تشين. كما نجحت الدراسة في تطوير وتقديم إطار عمل قوي لتقييم القدرة التنافسية للبنوك في العصر الرقمي، مع التركيز على التفاعلات المعقدة التي تحدثها الفينتك.

• دراسة (Abdulla & al, 2024) بعنوان:

Impact of Fin Tech Adoption on Competitiveness and Performance of Banks, Springer, Studies ,in Systems, Decision and Control, 538

هدفت الى تحليل تأثير تبني تقنيات التكنولوجيا المالية على التنافسية والأداء في قطاع البنوك البحرين، من خلال دراسة العلاقة بين تبني الفينتك وتحسين الأداء التنافسي للمؤسسات المالية. اعتمدت على تحليل البيانات المالية والتقارير السوقية لبنوك عاملة في البحرين. واستخدمت استبيان موجه الى المسؤولين في البنوك والموظفين المعنيين بالخدمات الرقمية والتطوير التكنولوجي داخل المؤسسات المصرفية. وكان من أبرز نتائجها هي تبني التكنولوجيا المالية يسهم في تحسين تنافسية البنوك في البحرين ويساعد على رفع الأداء، ويتم ذلك بوجود إدارة فعالة تتبنى الفينتك وتعمل على تحقيق الفوائد المرجوة منها.

• دراسة (Ningsih, & al, 2021) بعنوان:

The Financial Technologies Utilization to Increase the Competitive Advantage of Product Marketing, Journal Economic Resource, V4, N2

هدفت الى تحديد أثر استخدام التكنولوجيا المالية على زيادة الميزة التنافسية لتسويق المنتجات. وتمثلت عينتها في 30 مفردة من رواد الاعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي. وكان من أبرز نتائجها هي وجود علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين استخدام التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية في تسويق المنتجات.

• دراسة (Pradeep, & al, 2021) بعنوان:

Role of Fin Tech Adoption for Competitiveness and Performance of the Bank: A Study of Banking Industry in UAE, International Journal of Global Business and Competitiveness, V16, 130–138

هدفت الدراسة الى تحليل تأثير تبني تقنيات التكنولوجيا المالية على التنافسية والأداء في قطاع البنوك الاماراتي، مع التركيز على كيفية إدارة التكنولوجيا لتحقيق نتائج أفضل في ظل التحديات الاقتصادية والرقمية. وتمثلت عينتها في 76 مفردة من المهنيين والتنفيذيين في البنوك العاملة في دبي. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات. وفق المنهج الوصفي التحليلي. وكان من أبرز نتائجها هي: تبني التكنولوجيا المالية؛

يساهم بشكل كبير في تعزيز التنافسية بين البنوك من خلال تقديم خدمات مالية مبتكرة، تحسين الأداء العام للبنوك من خلال تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الكفاءة.

ثالثاً: الدراسات التي تناولت التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية

• دراسة (عوينات، وآخرون، 2024) العنوان:

دور التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في تطوير القطاع المالي-قراءة في تجربة المملكة العربية السعودية-، مقال منشور في مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد 6، العدد 1، ص 07.

هدفت الى توضيح المزايا التي تحققها الصرافة الالكترونية 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 عصرنة النظام المصرفي العراقي والارتقاء لأعلى المستويات. تمثلت عينتها في 71 موظف سامي بالمصارف العراقية. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها هي أن التحول الرقمي والتقنية المالية يساهمان مساهمة فعالة في تحقيق الميزة التنافسية لهذه المصارف وزيادة الشمول المالي.

دراسة (فريجات، وآخرون، 2023) بعنوان: دور التكنولوجيا المالية وتقنيات التعاملات الرقمية في التحول الرقمي للبنوك الجزائرية-دراسة ولاية الوادي-مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، علوم اقتصادية تخصص اقتصاد بنكي ونقدي جامعة حمه لخضر-الوادي، 2024/2023.

هدفت الى قياس أثر استخدام أدوات التكنولوجيا المالية والتعاملات الرقمية على رقمنة البنوك وتمثلت عينتها في 122 موظفاً في بنوك تجارية واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وتحليل النتائج اعتمدت على المنهج الاحصائي باستخدام SPSS. وكان من أبرز نتائجها هي وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المالية والتحول الرقمي لكن بنتائج ضعيفة بسبب حداثة التجربة مقارنة بالدول المتقدمة.

• دراسة (Imra, & al, 2025) بعنوان:

Fintech Adoption and Sustainable Performance in Banking Institutions :

.The Role of Digital Transformation, Journal of Media Horizon, V6, I1

هدفت الى فحص العلاقة بين تبني التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية للبنوك التجارية في باكستان، مع التركيز على دور الوسيط لقدرات الابتكار الرقمي. أي فهم العلاقة ما بين تبني البنوك للتكنولوجيا المالية وزيادة قدراتها في الابتكار الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. وتمثلت عينتها في أكدت أن التكنولوجيا المالية هي عامل تمكين رئيسي، ولكن تحقيق الميزة التنافسية الحقيقية يعتمد على قدرة الشركة على تحويل هذا التمكين التكنولوجي الى ابتكارات رقمية. واستخدمت الاستبيان في جمع البيانات. وتحليلها استخدمت تقنية نمذجة المعادلات الهيكلية الجزئية للمربعات الصغرى. وكان من أبرز نتائجها هي وجود تأثير إيجابي مباشر لتبني التكنولوجيا المالية على الميزة التنافسية للبنوك التجارية. إضافة الى ذلك، تلعب قدرات الابتكار الرقمي دوراً وسيطاً كاملاً بين تبني التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية. بحيث أكدت أن التكنولوجيا المالية هي عامل تمكين رئيسي، ولكن تحقيق الميزة التنافسية الحقيقية يعتمد على قدرة الشركة على تحويل هذا التمكين التكنولوجي الى ابتكارات رقمية.

• دراسة (Rahayu et al ,2024) بعنوان:

**Determinant Factors of Islamic Financial Technologie Acceptance:
Evidence from Indonesia.**
Journal of Telecommunications and the Digital Economy, V12, N1, 405–426

هدفت الدراسة الى قياس تأثير تكامل التحول الرقمي والفينتكت على الأداء التنافسي في القطاع المصرفي. وتمثلت عينتها في 300 مفردة من مدراء أقسام تكنولوجيا المعلومات والتسويق في البنوك الاندونيسية. واستخدمت الاستبيان الالكتروني المغلق لجمع البيانات وفق المنهج الكمي التحليلي ونموذج التحليل الاحصائي الهيكلي SEM (النمذجة بالمعادلات الهيكلية). وكان من أبرز نتائجها هي أن دمج بين التحول الرقمي والفينتكت يحسن من الأداء التنافسي للبنوك.

المطلب الثاني: الفروقات بين الدراسات والفجوة البحثية

أولاً: الفروقات بين الدراسات

إن الحاجة إلى الدراسات والبحوث العلمية تزداد يوماً بعد آخر، في خضم ذلك ونحن نتصفح الدراسات التي اطلعنا عليها قبل أن نلخصها ونناقش نتائجها، فكانت كل واحدة منها إضافة علمية إلى حقل الدراسة حول أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، كما نطمح ونسعى أن تكون دراستنا هذه كذلك إضافة علمية ولو بسيطة في حقل العلوم الاقتصادية والتجارية.

نتائج الدراسة	منهج الدراسة	أداة الدراسة	عينة الدراسة	هدف الدراسة	
وجود إثر للتحول الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة عند مستوى دلالة أقل من 0.05	الوصفي التحليلي	الاستبيان	51 مفردة	معرفة أثر التحول في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة في مدينة تبسة-الجزائر	دراسة (عبايدية وطالحي، 2024)
وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على الميزة التنافسية في أداء العاملين بشركات الاتصالات بجمهورية مصر العربية.	الوصفي التحليلي	الاستبيان	374 مفردة	التعرف على تأثير التحول الرقمي على الميزة التنافسية في آراء العاملين بشركات الاتصالات بجمهورية مصر العربية	دراسة (شلي وإسماعيل، 2024)
هي دمج البنك لعدة خدمات رقمية تواكب احتياجات العملاء.	الاستنباطي الوصفي والاستقرائي التحليلي	مقابلة	بيانات من البنك	ايراز دور التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للبنوك العمومية، مع دراسة حالة البنك الوطني الجزائري	دراسة (قرزيز، زيدان والقطان، 2022)

دراسة (العلاق، كمون، 2022)	توضيح المزايا التي تحققها الصرافة الالكترونية في النشاط المصرفي ودورها في تحديث الخدمات المصرفية من خلال عمل المصارف العراقية على تطوير أنظمتها المصرفية.	71 موظف سامي	الاستبيان	الوصفي التحليلي	التحول الرقمي التكنولوجي يساهم مساهمة فعالة في الميزة التنافسية لهذه المصارف حيث تؤدي تطبيقات التكنولوجيا الرقمية الحديثة الى اكتساح أسواق أخرى وشرائح أخرى من العملاء.
دراسة (علام، 2021)	تسليط الضوء على أهمية التحول الرقمي في تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية، مع التركيز على التحديات التشغيلية والثقافية التي تواجه مسؤولي خدمة العملاء بجنوب الصعيد-مصر-	150 مفردة	الاستبيان	الوصفي التحليلي	هي وجود تأثير معنوي إيجابي للتحول الرقمي على تعزيز الميزة التنافسية في الخدمات المصرفية، من خلال: تحسين سرعة الخدمة، وزيادة دقة المعاملات ورفع جودة التفاعل مع العملاء.
دراسة (Sharipova ، 2024)	تحليل دور التحول الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية للشركات في الاقتصاد العالمي خاصة أمريكا، الصين، مع استكشاف دور التقنيات الرقمية الرئيسية مثل الذكاء الاصطناعي البيانات الضخمة الحوسبة السحابية، البلوك تشين في تعزيز عمليات الاعمال، وتحسين الكفاءة، وتعزيز الابتكار	حالة عالمية لشركات دولية	مؤشرات دولية مثل مؤشر التنافسية العالمية ومؤشر التحول الرقمي	الوصفي التحليلي	التحول الرقمي يرفع من القدرة التنافسية للشركات في السوق العالمية.
دراسة (Xie, Song, 2024)	مناقشة تأثير التحول الرقمي للمؤسسات على مصدر الميزة التنافسية من جانبين: خارجي و داخلي، بالاقتران مع نظرية التنظيم الصناعي والنظرية القائمة على الموارد. وكما ناقشت الطرق التي يمكن للمؤسسات من خلالها اكتساب ميزة تنافسية من خلال التحول الرقمي من خلال تحسين الظروف الداخلية، والاستجابة للبيئة الخارجية، وتعديل علاقة المنافسة والتعاون، والاستجابة للطلب				التحول الرقمي يؤثر على الميزة التنافسية الخارجية من خلال تغيير الهيكل الصناعي، وطمس حدود الصناعة، وتشكيل سيناريوهات تنافسية ديناميكية. كما يؤثر على التحول الرقمي على الميزة التنافسية الداخلية، خاصة من خلال السمات المتطورة وطرق اكتساب موارد البيانات

والابتكار.					
(Do, 2024)	دراسة تأثير التحول الرقمي على تنافسية البنوك التجارية في مدينة دا نانغ بالفيتنام	210 موظفا	الاستبيان	الوصفي التحليلي	- يؤثر التحول الرقمي إيجابيا وبشكل ملحوظ على تنافسية البنوك التجارية. - القدرة المالية والخدمات المصرفية لهما تأثير إيجابي على تنافسية البنوك التجارية. - مخاطر الامن والائتمان والسيولة، تؤثر سلبا على التنافسية.
دراسة (Omush, 2023)	دراسة أثر الاستراتيجية الرقمية والقدرة والثقافة التنظيمية على الأداء التنافسي لل شركة صغيرة ومتوسطة شركات بباكستان	376 شركة صغيرة ومتوسطة	الاستبيان	الكمي التحليلي	هي وجود أثر إيجابي مباشر للاستراتيجية الرقمية على الأداء، القدرة الرقمية كوسيط، الثقافة الرقمية كمعدل.
دراسة (محمود، وآخرون، 2025)	بيان أهمية استخدام منتجات التكنولوجيا المالية كتجربة مالية حديثة في القطاع المصرفي ودورها في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة	42 موظف في مصارف عراقية	الاستبيان	الوصفي التحليلي	هناك إدراك لدى المعنيين لهذه المصارف لأهمية استخدام منتجات التكنولوجيا المالية، اذ يساهم بشكل كبير في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بأبعادها الخمسة (تمايز المنتجات - تخفيض التكلفة-تحقيق الجودة-تحقيق المرونة-القدرة على الابتكار).
دراسة (الحوري، والزواري، 2025)	توضيح أهمية التكنولوجيا المالية في العمليات المصرفية من مختلف الجوانب وبيان المشكلات والمعوقات التي تواجه المصارف العراقية في استخدام التكنولوجيا المالية ودراسة العلاقة الارتباطية بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية	109 زبون	الاستبيان	الوصفي التحليلي	توضيح أهمية التكنولوجيا المالية في العمليات المصرفية من مختلف الجوانب وبيان المشكلات والمعوقات التي تواجه المصارف العراقية في استخدام التكنولوجيا المالية ودراسة العلاقة الارتباطية بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية
دراسة (رشوان، قاسم، 2023)	التعرف على أثر استخدام التكنولوجيا المالية على دعم الميزة التنافسية للبنوك المصرية	40 مفردة	الاستبيان	الوصفي التحليلي	وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \infty$)

					للتكنولوجيا المالية على زيادة جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وتحسين ربحية البنوك، والكفاءة التشغيلية.
دراسة (بن عمر، 2023)	التعرف على دور التكنولوجيا المالية في خلق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي بالسعودية، والبحث عن طبيعة العلاقة بينهما	280 مفردة	الاستبيان	الوصفي التحليلي	الميزة التنافسية تستمد قوتها من التكنولوجيا المالية. وأن هناك علاقة طردية بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية. عند استخدام التكنولوجيا المالية لتحسين الخدمات المصرفية وتزداد لدى المصارف الميزة التنافسية.
دراسة (فرحي، 2023)	تسليط الضوء حول دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى فروع السلام الناشطة على مستوى الشرق الجزائري	72 موظف	استبيان اليكتروني	الوصفي التحليلي	وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 005$) بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية، وازافة الى ذلك تبني مصرف السلام للتكنولوجيا المالية.
دراسة (Wang, & al, 2025)	مساعدة البنوك التجارية الصينية على تقييم قدرتها التنافسية في ظل انتشار التكنولوجيا المالية بطريقة منظمة وفعالة، وذلك لتجنب الأخطاء والمشاكل التي تحدث عند تبني هذه التقنيات بشكل عشوائي	16 بنك	طريقة دلفي ونموذج ANP	المنهج التجريبي	تحديد خمسة أنظمة فرعية رئيسية للتكنولوجيا المالية تؤثر على القدرة التنافسية للبنوك؛ وهي البيانات الضخمة الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، انترنت الأشياء، والبلوك تشين .
دراسة (Abdulla, & al, 2024)	تحليل تأثير تبني تقنيات التكنولوجيا المالية على التنافسية والأداء في قطاع البنوك البحري، من خلال دراسة العلاقة بين تبني الفينتك وتحسين الأداء التنافسي للمؤسسات المالية	مسؤولين	استبيان	الوصفي التحليلي	تبني التكنولوجيا المالية يسهم في تحسين تنافسية البنوك في البحرين ويساعد على رفع الأداء، ويتم ذلك بوجود إدارة فعالة تبني الفينتك وتعمل على تحقيق الفوائد المرجوة منها.
دراسة (Ningsih, & al, 2021))	تحديد أثر استخدام التكنولوجيا المالية على زيادة الميزة التنافسية لتسويق المنتجات	30 من رواد أعمال	استبيان	الوصفي التحليلي	وجود علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين استخدام التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية في تسويق المنتجات.

دراسة (Pradeep & al, 2021)	تأثير تبني تقنيات التكنولوجيا المالية على التنافسية والأداء في قطاع البنوك الاماراتي، مع التركيز على كيفية إدارة التكنولوجيا لتحقيق نتائج أفضل في ظل التحديات الاقتصادية والرقمية	76	مفردة من المهنيين والتنفيذيين في البنوك العاملة في دبي	استبيان الوصفي التحليلي	تبني التكنولوجيا المالية؛ يساهم بشكل كبير في تعزيز التنافسية بين البنوك من خلال تقديم خدمات مالية مبتكرة، تحسين الأداء العام للبنوك من خلال تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الكفاءة.
دراسة (فريجات، وآخرون، 2023)	الي قياس أثر استخدام أدوات التكنولوجيا المالية والتعاملات الرقمية على رقمنة البنوك الجزائرية	122	موظف	الاستبيان الوصفي التحليلي	وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المالية والتحول الرقمي لكن بنتائج ضعيفة بسبب حداثة التجربة
دراسة (عوينات، وآخرون، 2024)	توضيح المزايا التي تحققها الصرافة الالكترونية 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 المستويات	71	موظف سامي بالمصارف العراقية	الاستبيان الوصفي التحليلي	أن التحول الرقمي والتقنية المالية يساهمان مساهمة فعالة في تحقيق الميزة التنافسية لهذه المصارف وزيادة الشمول المالي.
دراسة (Imra, & al, 2025)	فحص العلاقة بين تبني التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية للبنوك التجارية في باكستان، مع التركيز على دور الوسيط لقدرات الابتكار الرقمي	245	موظفا	الاستبيان تقنية نمذجة المعادلات الهيكلية الجزئية للمربعات الصغرى	وجود تأثير إيجابي مباشر لتبني التكنولوجيا المالية على الميزة التنافسية للبنوك التجارية وتلعب قدرات الابتكار الرقمي دورا وسيطا كاملا بين تبني التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية .
دراسة (Rahayu et al, 2024)	قياس تأثير تكامل التحول الرقمي والفيتنك على الأداء التنافسي في القطاع المصرفي الاندونيسي	300	مفردة	الاستبيان الالكتروني المغلق	دمج بين التحول الرقمي والفيتنك يحسن من الأداء التنافسي للبنوك.

الجدول رقم (1 - 1): يوضح الفروقات بين الدراسات السابقة

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على الدراسات السابقة

ثانيا: التعليق على الدراسات

تناولت دراسة (عبايدية وطاحي، 2024) معرفة أثر التحول في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة في مدينة تبسة-الجزائر-أما دراسة (قرزير، زيدان والقطان، 2022) ابراز دور التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للبنوك العمومية، مع دراسة حالة البنك الوطني الجزائري، في حين دراسة (فرحي، 2023) ركزت على تسليط الضوء حول دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى فروع السلام الناشطة على مستوى الشرق الجزائري بينما دراسة (فريجات، وآخرون، 2023) فحاولت التحقق من قياس أثر استخدام أدوات التكنولوجيا المالية والتعاملات الرقمية على رقمنة البنوك الجزائرية، أما دراسة (شلي وإسماعيل، 2024) عالجت تأثير التحول الرقمي على الميزة التنافسية في آراء العاملين بشركات الاتصالات بجمهورية مصر العربية، تناولت دراسة (علام، 2021) أهمية التحول الرقمي في تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية، مع التركيز على التحديات التشغيلية والثقافية التي تواجه مسؤولي خدمة العملاء بجنوب الصعيد-مصر- و حاولت دراسة (رشوان، قاسم، 2023) التعرف على أثر استخدام التكنولوجيا المالية على دعم الميزة التنافسية للبنوك . أما دراسة (العلاق، كمون، 2022) وضحت المزايا التي تحققها الصرافة الالكترونية في النشاط المصرفي ودورها في تحديث الخدمات المصرفية من خلال عمل المصارف العراقية على تطوير أنظمتها المصرفية، تناولت دراسة (محمود، وآخرون، 2025) بيان أهمية استخدام منتجات التكنولوجيا المالية كخبرة مالية حديثة في القطاع المصرفي ودورها في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة، بينما دراسة (الحريري، والزواري، 2025) بينت أهمية التكنولوجيا المالية في العمليات المصرفية من مختلف الجوانب وبيان المشكلات والمعوقات التي تواجه المصارف العراقية في استخدام التكنولوجيا المالية ودراسة العلاقة الارتباطية بين التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية وسلطت دراسة (عوينات، وآخرون، 2024) الضوء على المزايا التي تحققها الصرافة الالكترونية 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 المستويات . بينما دراسة (Omush,& al, 2023) فركزت على دراسة أثر الاستراتيجية الرقمية والقدرة والثقافة التنظيمية على الأداء التنافسي للشركات صغيرة ومتوسطة شركات بباكستان، وتناولت دراسة (Imra, & al, 2025) العلاقة بين تبني التكنولوجيا المالية والميزة التنافسية للبنوك التجارية في باكستان، مع التركيز على دور الوسيط لقدرات الابتكار الرقمي. وحاولت دراسة (بن عمر، 2023) التعرف على دور التكنولوجيا المالية في خلق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي بالسعودية، والبحث عن طبيعة العلاقة بينهما. وركزت (Do, 2024) على دراسة تأثير التحول الرقمي على تنافسية البنوك التجارية في مدينة دا نانغ بالفيتنام. وعملت دراسة (Wang, & al, 2025) على مساعدة البنوك التجارية الصينية على تقييم قدرتها التنافسية في ظل انتشار التكنولوجيا المالية بطريقة منظمة وفعالة، وذلك لتجنب الأخطاء والمشاكل التي تحدث عند تبني هذه التقنيات بشكل عشوائي. وعمدت دراسة (Abdulla, & al, 2024) على تحليل تأثير تبني تقنيات التكنولوجيا المالية على التنافسية والأداء في قطاع البنوك البحريني، من خلال دراسة العلاقة بين تبني الفينتك وتحسين الأداء التنافسي للمؤسسات المالية. و عالجت دراسة (Pradeep,& al, 2021)، تأثير تبني تقنيات التكنولوجيا المالية على التنافسية والأداء في قطاع البنوك الاماراتي، مع التركيز على كيفية إدارة التكنولوجيا لتحقيق نتائج أفضل في ظل التحديات الاقتصادية والرقمية . كما حاولت دراسة (Rahayu et al, 2024) قياس تأثير تكامل التحول الرقمي والفينتك على الأداء التنافسي في القطاع المصرفي الاندونيسي. وأخيرا ركزت دراسة (Ningsih,& al, 2021) على تحديد أثر استخدام التكنولوجيا المالية على زيادة الميزة التنافسية لتسويق المنتجات.

الدراسة الحالية	الدراسات السابقة	
في حين تفردت الدراسة الحالية بقياس أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية معا على زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية من كل الزوايا.	تناولت بعض الدراسات السابقة قياس أثر التحول الرقمي على الميزة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة، والبعض الآخر تناول قياس أثر التكنولوجيا المالية على تحسين الميزة التنافسية. في حين ركزت دراسات أخرى على الأثر الذي يحدثه المتغيرين معا على تنافسية المؤسسات محل الدراسة ولكن من زوايا مختلفة.	الإشكالية
أجريت الدراسة الحالية على مؤسسة خدمتية تتمثل في مؤسسة بريد ولاية المغير وتقرت لأول مرة.	أغلب الدراسات كانت في المؤسسات المالية والاقتصادية كالبنوك، الشركات المتوسطة والصغيرة، وشركات الاتصالات.	مكان الدراسة وطبيعة المؤسسة محل الدراسة
أما الدراسة الحالية شملت عدة أبعاد: أبعاد التحول الرقمي - أبعاد التكنولوجيا المالية-أبعاد التنافسية.	ركزت بعض الدراسات على دراسة أثر بعد أو بعدين على الميزة التنافسية كبعد رضا العملاء-بعد البنية التحتية-البعد التنظيمي.	أبعاد الدراسة
تم التوصل إلى وجود تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لأثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات بريد الجزائر لولائي المغير وتقرت عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وأن التحول الرقمي هو المتغير الأكثر تأثيراً وله دلالة إحصائية قوية على تحسين التنافسية.	كل الدراسات توصلت الى وجود أثر إيجابي لكل من التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على الميزة التنافسية للمؤسسات محل الدراسة.	النتائج المتحصل عليها

الجدول رقم (1 - 2): يوضح الفجوة البحثية بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على ماتقدم

خلاصة الفصل الأول:

بناء على دراستنا للإطار العام والتأصيل الفكري خلصنا من خلال هذا الفصل الى مجموعة من المعطيات النظرية والفكرية التي تشكل الأساس الذي ستبني عليه الدراسة التطبيقية. وقد تبين لنا أن التحول الرقمي لم يعد خيارا استراتيجيا فحسب، بل أصبح ضرورة ملحة لكل مؤسسة تسعى الى البقاء والنمو في بيئة أعمال تتسم بالتغير المتسارع والتنافس الشديد. التحول الرقمي هو عملية شاملة تقوم من خلالها المؤسسات بإعادة هيكلة نماذجها التشغيلية والإدارية عبر توظيف التكنولوجيا الرقمية بما في ذلك الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية البيانات الضخمة وأنظمة المعلومات الذكية.

كما اتضح أن التكنولوجيا المالية (Fin Tech) تعد من أبرز مظاهر هذا التحول، إذ تمثل اندماجا بين القطاع المالي والتقنيات الحديثة لتقديم خدمات مالية مبتكرة وفعالة تتسم بالسرعة، الشفافية، والسهولة في الوصول اليها، مما يسهم في تحسين تجربة العملاء، كتقديم حلول دفع جديدة، خدمات تمويل جماعي ومنصات استثمار رقمية، كما تمكن المؤسسات من الوصول الى عملاء جدد في أسواق جغرافية أوسع بما يعرف بالشمول المالي دون الحاجة الى التواجد المادي. وعليه فالمؤسسات التي تنجح في دمج التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في صميم نموذج أعمالها هي الأكثر قدرة على تحقيق الميزة التنافسية والازدهار في الاقتصاد الرقمي الحديث.

وقد شمل هذا الفصل على المحاور التالية:

➤ **الإطار المفاهيمي:** حيث قمنا بتعريف المصطلحات الأساسية المتعلقة بالتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية، مع توضيح خصائص كل مفهوم، والأهمية التي يحتلها كل مصطلح في بيئة الاعمال مع ذكر التطور التاريخي لها، بالإضافة الى ابراز الابعاد التي يمكن من خلالها تحليل تأثير هذه المفاهيم على أداء المؤسسات. وقد تم التطرق الى تعريف التنافسية على المستوى الجزئي.

➤ **الأهمية في ظل الاقتصاد الرقمي العالمي:** حاولنا تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه هذه التطورات التكنولوجية والخدمات الرقمية في تحسين الإنتاجية، دعم الابتكار، ترشيد الانفاق وتقليل التكاليف، تحسين تجربة العملاء، تحسين الكفاءة التشغيلية وتحقيق الميزة التنافسية.

➤ **مظاهر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية:** وتناولنا فيها الاشكال التي يتخذها التحول الرقمي داخل المؤسسة (رقمنة العمليات، أتمتة العمليات، الهيكلة التنظيمية... الخ)، وكيف تطبق التكنولوجيا المالية في الواقع العملي عبر (الدفع الالكتروني، التمويل الرقمي، التحويلات المالية الرقمية... الخ). كما سلطنا الضوء على الأهمية القصوى للتنافسية على مستوى المؤسسة والتي تتمثل في جذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين، إدارة الموارد بكفاءة وزيادة الربحية، تقليل التكاليف وتحسين العمليات وتحفيز الابتكار.

➤ **مؤشرات التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية والتنافسية:** وتم عرض مؤشرات كمية ونوعية لقياس التحول الرقمي مثل (البنية التحتية، الاستثمار في البحث والتطوير، التعليم والتأهيل الرقمي، التجارة الالكترونية، الابتكار التقني، الامن السيبراني، رضا المستخدمين) التكنولوجيا المالية مثل (جانب الطلب، توفر التمويل، البنية التحتية المالية، تنمية المواهب، التعاون والشركات، التغذية الراجعة، السياسات والتشريعات) والتنافسية مثل (الربحية، تكلفة الصنع، إنتاجية عوامل الإنتاج، الحصة السوقية)

وتطرقنا، الى الادبيات المرجعية الاكاديمية العربية منها والأجنبية وبشكل مفصل التي تناولت أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، مما سمح لنا بتكوين نظرة شاملة ومتكاملة حول التداخلات النظرية والتطبيقية بالإضافة الوقوف على الثغرات المعرفية التي تسعى دراستنا على سدها.

وبالتالي، يعتبر هذا الفصل الركيزة الاساسية التي تمكننا الى الانتقال الى الجانب التطبيقي في الفصل اللاحق، وتحليل واقع المؤسسات الاقتصادية في ظل الاقتصاد الرقمي وما يشهده من تغيرات سريعة ومتطورة، والتي فرضت عليها تبني التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية من أجل الحفاظ على تنافسياتها. مما يسمح بالخروج بنتائج وتوصيات علمية تخدم المؤسسات الاقتصادية.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية في عينة من
مؤسسة بريد الجزائر
لولايتي المغيرو تقرت

مهيّد

لقد برزت في السنوات الأخيرة العديد من التأثيرات على طبيعة وشكل الأعمال في الإدارات والمرافق العمومية والخاصة، وذلك نتيجة التقدم العلمي والتقني وانتشار الانترنت والبرمجيات الحديثة المستخدمة في مجالات الإدارة والتسيير، وقد صاحب هذا التقدم تراجع أشكال الإدارة التقليدية لتقديم الخدمة العمومية لصالح نمط إداري جديد يركز على البعد التكنولوجي والمعلوماتي، وبالتالي إعادة صياغة النمط الإداري في المرفق العمومي والتحول إلى إدارتها بشكل إلكتروني مما يوفر المزيد من الفرص للارتقاء بالمرفق العام وتحسين أداءه وذلك لما ينتجه النمط الإلكتروني من اختصار للوقت والجهد والتكاليف إضافة إلى العديد من المزايا الأخرى .

في ظل هذه التحولات تسعى مختلف الدول لأجل توظيف آخر ما توفره التكنولوجيات المتطورة في عملية الارتقاء بالمرفق العام، والجزائر قد انطلقت فعلا في تحديث إدارة المرفق العام وذلك التوجه يهدف لتحسين أداء المؤسسات حيث تم تبني في السنوات الأخيرة نمط الإدارة الإلكترونية من قبل العديد من المرافق العامة منها البلديات، الولاية، والمحاكم ومصالح القضاء، وكذلك مؤسسة بريد الجزائر، التي تسعى من خلال تبني الإدارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتعلق بتحسين أداء المؤسسة بشكل عام على الصعيد الداخلي والخارجي .

وقد جاءت هذه الدراسة التطبيقية لأجل إبراز دور التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في تحسين تنافسية مؤسسة بريد الجزائر لولايتي المغير وتڨرت.

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية

في هذا المبحث سوف نتطرق إلى عرض مجتمع وعينة الدراسة، ونتطرق إلى عرض أداة الدراسة والمتمثلة في الاستبيان، وإلى صدق الاتساق الداخلي لعبارات محاور الدراسة ومنه نختبر مدى ثباتها وكذلك اختبارات التوزيع الطبيعي للبيانات ثم نقوم بعرض مختلف الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

سيتم في هذا المطلب تطرق إلى مجتمع وعينة الدراسة، ولكن قبل ذلك نستعرض لمحة عن مديرية مؤسسة بريد الجزائر. تحتل مؤسسة بريد الجزائر مكانة كبيرة، لما تقدّمه من خدمات متعدّدة لمختلف شرائح المجتمع، سواء خدمات بريدية، مالية أو خدمات تجارية أخرى. وهذا ما سنتعرّف عليه من خلال هذا الفرع بالإضافة إلى التعريف بهذه المؤسسة وتطوّرها التاريخي والهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر.

الفرع الأول: تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر: (بلمهدي، 2017-2018)

أولا: التعريف بمؤسسة بريد الجزائر وتطوّرها التاريخي:

يحتلّ قطاع البريد والمواصلات مكانة هامة في كلّ من المجالين الاقتصادي والاجتماعي حيث شهد عدّة إصلاحات نتج عنها إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمح ببناء دولة عصرية وتقديم خدمات متطورة للمجتمع تسمى بريد الجزائر. نشأت مؤسسة بريد الجزائر نتيجة لعدّة إصلاحات شملت إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات، بحيث أعطت الدولة بذلك حريّة التصرف الكاملة لهذا المتعامل الاقتصادي للمشاركة في النمو الاقتصادي والاجتماعي للدولة.

كانت مؤسسة بريد الجزائر تسير وفق أحكام الأمر رقم 75 - 89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 والمتضمنة قانون البريد والمواصلات، الذي يجعل من قطاع البريد والمواصلات مؤسسة واحدة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تحت إشراف وزارة البريد والمواصلات، حيث تتمتع بميزانية ملحقة ويخضع تنفيذها إلى قواعد المحاسبة العمومية وتتمتع أيضا في استغلالها لمختلف نشاطات البريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية وفق المادة 1 والمادة 39. فترجمة هذه النقلة بصدر القانون رقم 2000 - 03 المؤرخ في 05 أوت 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية والذي يهدف إلى:

- تحديد الشروط العامة للاستغلال في الميادين المتعلقة بالبريد والمواصلات من طرف المتعاملين؛
 - تحديد إطار وكيفية ضبط النشاطات ذات الصلة بالبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية؛
 - تحويل على التوالي نشاطات استغلال البريد والمواصلات التي تمارسها وزارة البريد والمواصلات إلى مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وتجاري للبريد وإلى متعالمين المواصلات السلوكية واللاسلكية يُنشأ وفق التشريع المعمول به.
- وتنفيذاً لمحتويات هذا القانون صدرت المراسيم التنفيذية لتحديد مجالات النشاط لكل متعامل ومراسيم تنفيذية أخرى لإنشاء وتنظيم نشاط هؤلاء المتعاملين.

أما المراسيم التنفيذية المنظمة لنشاطات المتعاملين نذكرها فيما يلي:

- **المرسوم التنفيذي رقم 01-417 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001:** ويهدف إلى منع ترخيص انتقالي إلى متعامل يسمى " اتصالات الجزائر » كشركة مساهمة من أجل إقامة واستغلال شبكات عمومية للمواصلات السلوكية واللاسلكية.
- **المرسوم التنفيذي رقم 01-418 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001:** ويهدف إلى تحديد نظام الاستغلال المطبق على كل خدمة من خدمات البريد، فبموجب هذا المرسوم أخضعت خدمات البريد، الحوالات البريدية، الصكوك البريدية، إصدار الطوابع البريدية وكل علامات التخليص للخدمات البريدية إلى نظام تخصيص (régime d'exclusivités)، أما استغلال أو توفير خدمات البريد الدولي السريع فأخضع لنظام (régime d'autorization) وأخيرا أخضعت الخدمات البريدية الأخرى إلى نظام التصريح البسيط.

أما المراسيم المتعلقة بالإنشاء نذكر منها:

- **المرسوم التنفيذي رقم 43-2002 المؤرخ في 14 جانفي 2002:** والمتضمن إنشاء مؤسسة " بريد الجزائر " تقع المؤسسة بريد الجزائر الأم في باب الزوار على بعد 20 كيلومترا من الجزائر العاصمة، بمحاذاة المطار الدولي " هواري بومدين ".
- يتوفر بريد الجزائر على أكثر من 27000 مستخدم و3668 مكتب بريدي و63 مركزا مختصا في معالجة وتوزيع البريد و8 مراكز جهوية للفرز البريدي ومركز للفرز الوطني والدولي و3 مراكز للطود البريدية.
- كما أحصت المؤسسة العمومية في نهاية جوان 2015 حوالي 18.5 مليون حساب بريدي جاري وأكثر من 242 مليون عملية و8 ملايين بطاقة الكترونية و4.1 مليون حساب للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط و1160 موزعا آليا للأوراق النقدية منها 984 قيد الخدمة، وذلك إلى غاية نهاية سنة 2015.

ثانيا: الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر: (وهاب، 2006-2005)

تتوفر مؤسسة بريد الجزائر في الوقت الراهن على تنظيم مركزي من جهة أولى، وتنظيم محلي من جهة ثانية، وهذا حتى يتسنى لها تجسيد أهدافها المتمثلة في توفير خدمة عمومية وتجارية ذات جودة عالية، وتخضع مؤسسة بريد الجزائر في تسييرها إلى:

1. مجلس الإدارة: تعود رئاسة هذه الهيئة لمعالي وزير البريد وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، ويتكون هذا المجلس من:

- ممثلي الوزارة المكلفين بالجماعات المحلية.
- ممثل الوزارة المكلف بالمالية.
- ممثل الوزارة المكلف بتهيئة المحيط.

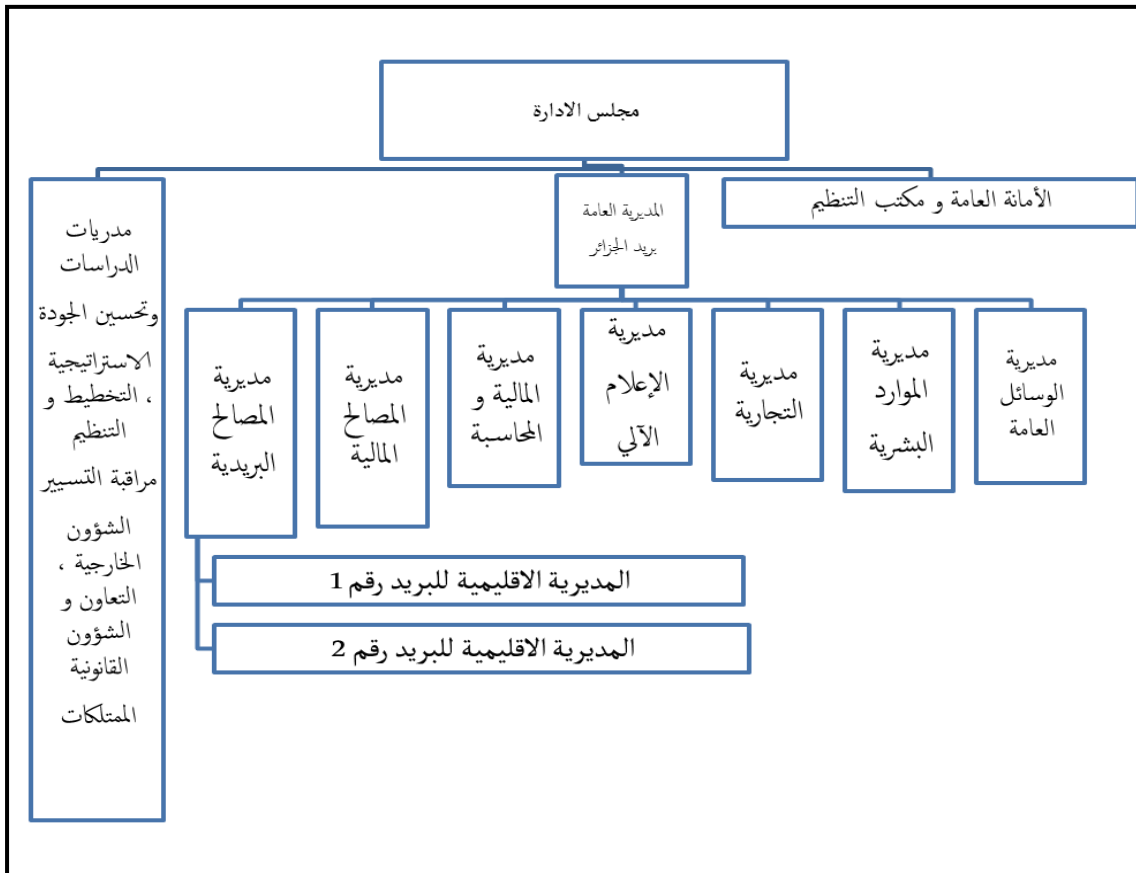
- المسؤول المكلف بالخدمة العالمية للبريد لدى الوزير المشرف على البريد،
- المسؤول المكلف بسياسات البريد لدى وزير البريد.
- ممثل العمال.
- ممثل المستعملين.

2. **المديرية العامة:** فوضت المديرية العامة لمؤسسة بريد الجزائر، التي تم تعيينها بموجب المرسوم التنفيذي الصادر بتاريخ 02 أكتوبر 2004، بتجسيد توجيهات وقرارات مجلس الإدارة والتكفل بمهام الإدارة العامة والتسيير الإداري والتقني والمالي للمؤسسة.

3. **مجلس التسيير:** يتكون مجلس الإدارة من جميع الإطارات المسيرة في مؤسسة بريد الجزائر، ويعقد جلساته بشكل دوري لأداء مهامه المتمثلة في دراسة ملفات استراتيجية تتعلق بالجوانب التالية:

- تنظيم المؤسسة.
- اعداد المخططات، والمشاريع والعمليات وتتبع تنفيذها.
- القانون الأساسي للمستخدمين.
- والمشاريع الخاصة بإعادة نشر النشاطات.

والشكل يوضح الهيكل التنظيمي لمؤسسة الجزائر:



الشكل رقم (1-2): يوضح الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على مستوى المركزية.

المصدر: (وهاب، 2006-2005)

الفرع الثاني: مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة على أنه مجموع وحدات البحث التي نريد الحصول على بيانات منها وعنهما، وبعبارة أخرى هي عبارة عن جميع المفردات لها صفة أو صفات مشتركة وجميع هذه المفردات خاضعة للدراسة أو البحث من قبل الباحث (القاضي و البياتي، 2008) ومجتمع الدراسة الحالية يتمثل في كل موظفي مؤسسة بريد الجزائر بولاية تيارت وتقرت.

الفرع الثالث: عينة الدراسة:

العينة هي مجموعة جزئية من المجتمع الكلي التي تحوي بعض العناصر يتم اختيارها منه أو هي جزء أو شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي، وقد تم اختيار العينة المستهدفة بأسلوب العينة العشوائية البسيطة .

وبالنسبة لحجم العينة فقد تم الاعتماد على ما أورده الباحثين " Uma Sekaran and Roger Bougie " حيث يمكن الاعتماد على القواعد التالية في تحديد حجم العينة (قصاص، 2007)

حجم العينة الذي يزيد عن 30 ويقل عن 500 مفردة يكون ملائم لأغلب البحوث.

■ في حالة البحوث متعددة المتغيرات مثلا استخدام تحليل الانحدار المتعدد فإن عدد مفردات العينة يجب أن يكون أضعاف عدد متغيرات الدراسة ومن الأفضل أن يكون 10 أضعاف أو أكثر.

■ في البحوث التجريبية البسيطة، فإنه يمكن إجراء البحث بنجاح بعينة يتراوح حجمها بين 10 إلى 20 مفردة.

لذلك تم توزيع (140) استبانة على الموظفين بالمؤسسات محل الدراسة، تم استرداد (139) استبانة. وبعد فحصها استبعد منها (01) لعدم صلاحيتها بسبب النقص في الإجابات بالتالي فقد بلغ حجم العينة الذي يمثل الاستبانات الصالحة للتحليل (138) استبانة.

المطلب الثاني: تصميم واختبار أداة الدراسة:

الفرع الأول: تصميم أداة الدراسة:

اعتمدنا على الاستبيان في دراستنا هذه كأداة أساسية لجمع البيانات، وهو يعد من أكثر الوسائل العلمية المستعملة في الحصول على البيانات والمعلومات، فهو وسيلة بحث للكشف عن آراء ومواقف الموظفين حول موضوع التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية وأثرهما على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، وهذا عن طريق مجموعة من الأسئلة المكتوبة والمغلقة الموجهة إليهم والمبنية على أساس إشكالية وفرضيات البحث محل الدراسة. (المثوني، 2002)

تم إعداد الاستبيان وفقا لنموذج الدراسة التالي:

تتناول الدراسة البحث في مساهمة التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية وأثرهما على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، فهي تشتمل على المتغيرات التالية:

■ المتغيرات المستقلة: التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية.

■ المتغير التابع: تنافسية المؤسسات الاقتصادية.

تم اعتماد جملة من الأدوات الإحصائية بناء على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS: STASTICAL PACKAGE، وقد تحدد نموذج الدراسة وفقا للعلاقة بين متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة مع إدراج البيانات الشخصية والوظيفية لمعرفة مدى تأثيرها على العلاقة السابقة

الفرع الثاني: مكونات استمارة الاستبيان: تعتبر استمارة الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات فهي مجموعة من الأسئلة المصاغة بطريقة خاصة تهدف بالدرجة الأولى للحصول على معلومات يراها الباحث ضرورية لتحقيق أغراض دراسته، وقد اشتملت على جزئين أساسيين، وفيما يلي وصف لهما:

- الجزء الأول: ويشتمل على متغيرات الدراسة الشخصية والوظيفية والمتمثلة في كل من: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة والخبرة المهنية؛
- الجزء الثاني: ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها 75 سؤالاً، تم تقسيمها على ثلاث محاور أساسية تعكس المتغيرات التي تناولتها الدراسة ويوضح الجدول التالي متغيرات الدراسة والفقرات التي تقيس كل متغير:

المحاور	الأبعاد	عدد الفقرات
المحور الأول: التحول الرقمي	البعد التكنولوجي	07
	البعد البشري	04
	تحسين تجربة العملاء	11
	البعد التنظيمي	04
	البعد السيرياني	03
	المجموع	29
المحور الثاني: التكنولوجيا المالية	التمويل الالكتروني	04
	التحويلات المالية الالكترونية	05
	المدفوعات الالكترونية	04
	الاستثمار والتطوير	04
	المجموع	17
المحور الثاني: التنافسية	جودة الخدمة	05
	الابتكار	03
	القدرات الاستراتيجية والتنظيمية	06
	المرونة	05
	القدرة التسويقية	06
	الكفاءة التنظيمية	04
	المجموع	29
	الاستبيان	75

الجدول (2-2): يوضح توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على استمارة الاستبيان.

الفرع الثالث: اعتماد الاستبيان وتوزيعه:

من أجل اعتماد الاستبيان وتوزيعه وجب تحديد العينة محل الدراسة ومن ثم اختبار مدى الصدق والثبات للأداة المرغوب اعتمادها وصولاً إلى تداوله.

أولاً: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة: من أجل اعتماد استمارة الاستبيان كأداة للدراسة الميدانية وجب اختبار صدقها وثباتها وذلك عن طريق ما يلي:

- 1-الصدق الظاهري:** تم بعرض الاستبيان على لجنة تحكيم مختصة في الموضوع وتم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين والمختصين وهم أساتذة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الوادي (الملحق 2)، وذلك من اجل إبداء الرأي في العبارات ومدى وضوحها من حيث مستوى الفهم وخلوها من الغموض وان العبارات الموضوعة لكل محور في الاستبيان مناسبة لما تصبو إليه الدراسة، وعليه قد تم تعديل العبارات التي يتم الحكم عليها بأنها غير مناسبة وقد تم الاحتفاظ بالعبارات التي نالت درجة اتفاق بين المحكمين.
- 2-ثبات أداة الدراسة (معامل ألفا كرونباخ):** يتم التأكد من ثبات أداة الدراسة، من خلال حساب معامل ألفا كرونباخ لكل الأبعاد، المحاور وكذلك الاستبيان ككل، والجدول الموالي يوضح ذلك:

المحاور	الأبعاد	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق	مستوى الدلالة
المحور الأول: التحول الرقمي	البعد التكنولوجي	07	0.750	0.866	≤ 0.001
	البعد البشري	04	0.733	0.856	≤ 0.001
	تحسين تجربة العملاء	11	0.650	0.806	≤ 0.001
	البعد التنظيمي	04	0.736	0.860	≤ 0.001
	البعد السيرياني	03	0.751	0.867	≤ 0.001
	المجموع	29	0.886	0.930	≤ 0.001
المحور الثاني: التكنولوجيا المالية	التمويل الالكتروني	04	0.702	0.837	≤ 0.001
	التحويلات المالية الالكترونية	05	0.645	0.803	≤ 0.001
	المدفوعات الالكترونية	04	0.598	0.773	≤ 0.001
	الاستثمار والتطوير	04	0.581	0.762	≤ 0.001
	المجموع	17	0.810	0.9	≤ 0.001
	جودة الخدمة	05	0.689	0.830	≤ 0.001
المحور الثاني: التنافسية	الابتكار	03	0.692	0.832	≤ 0.001
	القدرات الاستراتيجية والتنظيمية	06	0.847	0.920	≤ 0.001
	المرونة	05	0.716	0.846	≤ 0.001
	القدرة التسويقية	06	0.845	0.919	≤ 0.001
	الكفاءة التنظيمية	04	0.831	0.911	≤ 0.001
	المجموع	29	0.943	0.971	≤ 0.001
	الاستبيان	75	0.953	0.976	≤ 0.001

الجدول (2-3): يوضح معاملات الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد ومحاور الدراسة

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نلاحظ:

- معظم الأبعاد تتمتع بثبات جيد أو جيد جدا (أكبر من 0.6) وهو مؤشر مقبول على ثبات اتساق الإجابات، باستثناء البعدين الثالث والرابع في المحور الثاني؛

- بعد "الاستثمار والتطوير" هو الأضعف من حيث الثبات (0.681)، لأنه ينتمي للمحور الثاني معاملاته ثابتة مقبول احصائيا للعمل عليه؛
 - معاملات الصديق ($\sqrt{\alpha}$) لجميع الأبعاد تقع فوق (0.76)، ما يشير إلى درجة صدق مقبولة؛
 - معامل الثبات للمحور الأول "التحول الرقمي" بلغ (0.886) ومعامل الصديق (0.930)، وهي معاملات تدل على أن المحور يتمتع بمستوى عالٍ مقبول من الثبات والصديق، مما يؤكد جودة الفقرات وتماسكها الداخلي؛
 - معامل الثبات للمحور الثاني "التكنولوجيا المالية" بلغ (0.810) ومعامل الصديق (0.9)، رغم أن عدد الفقرات أقل، إلا أن الثبات جيد بما يكفي، ومعامل الصديق مرتفع، ما يعكس اتساقا وفعالية للفقرات في قياس التكنولوجيا المالية؛
 - معامل الثبات للمحور الثالث "التنافسية" بلغ (0.943) ومعامل الصديق (0.971)، وهي معاملات تدل على أن المحور عالٍ مقبول من الثبات والصديق، مما يؤكد جودة الفقرات وتماسكها الداخلي؛
 - معامل الثبات الكلي للاستبيان بلغ (0.953) ومعامل الصديق (0.976)، وهو ما يدل على أن الاستبيان ككل يتمتع بمستوى ممتاز من الثبات والصديق، ما يعني أن الأداة البحثية موثوقة وصالحة للتحليل الإحصائي.
- نستنتج مما سبق بأن كل القيم التي كانت لمختلف الأبعاد والمحاور والاستبيان ككل كانت قيم مرتفعة وتزيد عن القيمة المقبولة لمعامل الثبات ألفا كرونباخ والتي تبلغ (0.6)، باستثناء البعدين الثالث والرابع للمحور الثاني، وهذا ما يعني توفر درجة عالية من الثبات، كما كانت جميع معاملات الثبات والصديق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001 ويشير ذلك لوجود درجة جيدة وقوية من صدق الأبعاد الفرعية والمجالات الرئيسية للبيانات التي تم جمعها من أفراد العينة، وهذا مؤشر قوي وهام على قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة.
- 3-صدق الاتساق الداخلي:** يقصد بالاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع البعد أو المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، ويتم التحقق من وجود صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للبعد أو المجال الذي تنتمي إليه، وذلك بهدف التحقق من مدى صدق الاستبانة ككل، وفيما يلي عرض لنتائج التحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة حسب الأبعاد والمجالات التي تتكون منها:

3-1-صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول (التحول الرقمي):

الرقم	البعد	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	البعد التكنولوجي	لدى مؤسستي العديد من الأجهزة الالكترونية التي تمنحها القدرة على القيام بكل المهام بأريحية	0.520	≤ 0.001
02		تستخدم مؤسستي أنظمة وتطبيقات رقمية مطورة داخليًا وخارجيًا.	0.588	≤ 0.001
03		تعتمد مؤسستي على العمليات الآلية بنسبة كبيرة، مما قلل الاعتماد على العمليات الورقية.	0.648	≤ 0.001
04		تدمج مؤسستي بين الأنظمة القديمة والجديدة بكفاءة	0.595	≤ 0.001
05		تبنى مؤسستي التغيرات الرقمية بسرعة وفعالية	0.724	≤ 0.001
06		تستثمر مؤسستي بشكل جيد في البحث والتطوير الرقمي	0.757	≤ 0.001
07		تزداد في مؤسستي معدلات تبني تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء	0.624	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
			0.786	≤ 0.001
08	البعد البشري	يستخدم معظم الموظفين في مؤسستي التقنيات الرقمية بانتظام.	0.742	≤ 0.001
09		توفر مؤسستي تدريبات منتظمة للموظفين على التقنيات الحديثة.	0.794	≤ 0.001
10		يتمتع الموظفون في مؤسستي بالقدرة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية.	0.824	≤ 0.001

11		تساهم التقنيات الحديثة في رفع كفاءة وإنتاجية الموظفين في مؤسستي.	0.614	≤ 0.001
ارتباط البعد بالخو				
12	تحسين تجربة العملاء	يتملك موقع وتطبيق مؤسستي واجهة واضحة وسهلة الاستخدام.	0.459	≤ 0.001
13		يتفاعل الزبائن رقميا بسهولة مع الخدمات الرقمية لمؤسستي	0.518	≤ 0.001
14		يقدم موقع وتطبيق مؤسستي جميع الخدمات المطلوبة للعملاء.	0.641	≤ 0.001
15		تعالج مؤسستي العمليات والطلبات بسرعة عبر المنصات الرقمية.	0.615	≤ 0.001
16		ترد مؤسستي على استفسارات العملاء عبر الإنترنت بفعالية.	0.661	≤ 0.001
17		يُظهر العملاء اعتمادًا متزايدًا على التطبيقات الذكية لمؤسستنا في معاملاتهم اليومية	0.496	≤ 0.001
18		يشهد الموقع الإلكتروني لمؤسستنا نموًا ملحوظًا في عدد الزيارات شهريًا	0.293	≤ 0.001
19		يلاحظ ارتفاعًا مستمرًا في نسبة العملاء الذين يفضلون استخدام الخدمات الرقمية لمؤسستنا	0.511	≤ 0.001
20		يزداد اعتماد العملاء على الخدمات الرقمية بدلاً من الزيارات المباشرة	0.561	≤ 0.001
21		يتملك العملاء حسابات في الموقع والتطبيق الخاصين بمؤسستي	0.577	≤ 0.001
22		تنشر مؤسستي بشكل مستمر استبيان الكتروني لمعرفة توجهات وأراء الزبائن	0.446	≤ 0.001
ارتباط البعد بالخو				
23	البعد التنظيمي	يمكن لمؤسستي الوصول للخدمات السحابية واستخدامها بسهولة	0.730	≤ 0.001
24		تنقل مؤسستي البيانات الخاصة بعملائها للسحابة الالكترونية	0.773	≤ 0.001
25		تقوم مؤسستي بجمع بيانات العملاء عبر المنصات الرقمية الخاصة بها وتحليلها	0.732	≤ 0.001
26		توفر مؤسستي أدوات تحليل بيانات لمساعدة الموظفين على اتخاذ قرارات أسرع.	0.753	≤ 0.001
ارتباط البعد بالخو				
27	البعد السيبراني	تستخدم مؤسستي تقنيات مثل البلوك تشين، تحليل البيانات الضخمة لتعزيز الأمان وتقليل الاحتيال في المعاملات المالية	0.814	≤ 0.001
28		تستخدم مؤسستنا أحدث البرمجيات الأمنية لحماية البيانات والبنية التحتية من الهجمات السيبرانية	0.860	≤ 0.001
29		يتم الكشف المبكر عن الثغرات الأمنية وتحسينها	0.777	≤ 0.001
ارتباط البعد بالخو				
ارتباط الخو بالاستبيان				
			0.921	≤ 0.001

الجدول (2-4): يوضح معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول (التحول الرقمي)، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور بين (0.293) للفقرة رقم (18) التي تنص على " يشهد الموقع الإلكتروني لمؤسستنا نموًا ملحوظًا في عدد الزيارات شهريًا"، و(0.824) للفقرة (10) والتي تنص على " يتمتع الموظفون في مؤسستي بالقدرة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية"؛
- معاملات صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول (التحول الرقمي)، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور بين (0.735) للبعد السيبراني، و(0.886) لبعد تحسين تجربة العملاء؛

- معامل ارتباط المحور بالاستبيان بلغ (0.921)، وهو ما يفسر بتناسق وانسجام فقرات وأبعاد المحور الأول بنسب مقبولة للعمل على الاستبيان وبأن الفقرات تؤدي دورا جيدا في قياس أبعادها.

3-2-صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني (التكنولوجيا المالية):

الرقم	البعد	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	التمويل الإلكتروني	يمكن التقدم بطلب الحصول على خدمات مالية من خلال التطبيق والموقع الإلكتروني لمؤسستي	0.722	≤ 0.001
02		يمكن لمؤسستي التعامل مع عدد كبير من طلبات الخدمات المالية في وقت واحد من خلال الموقع الإلكتروني	0.776	≤ 0.001
03		يمكن التقدم بطلب الحصول على بطاقة ائتمان من خلال التطبيق والموقع الإلكتروني لمؤسستي	0.606	≤ 0.001
04		يسمح تطبيق مؤسستي وموقعها الإلكتروني بسداد قيمة المشتريات من المحلات	0.810	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
05	التحويلات المالية الإلكترونية	يمكن دفع الفواتير (الكهرباء، الغاز، الماء...) من خلال التطبيق والموقع الإلكتروني	0.641	≤ 0.001
06		يسمح تطبيق مؤسستي وموقعها الإلكتروني بتلقي الخدمات المالية بين العملاء	0.666	≤ 0.001
07		تتوفر للعميل المعلومات المحدثة عن مؤسستي والخدمات المالية المقدمة من قبلها عبر تطبيقه وموقعه الإلكتروني	0.645	≤ 0.001
08		يتم إعلام العملاء من خلال اشعارات التطبيق والموقع الإلكتروني عند قيامهم بأية حركة مالية	0.684	≤ 0.001
09		يتم إعلام العملاء من خلال اشعارات التطبيق والموقع الإلكتروني بكل ما هو جديد عن الخدمات المالية الخاصة بمؤسستي	0.577	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
10	المدفوعات الإلكترونية	يملك عمال مؤسستي مهارات تكنولوجية تمكنهم من التحكم في تقنيات التكنولوجيا المالية	0.677	≤ 0.001
11		تستخدم مؤسستي الذكاء الاصطناعي (مثل روبوتات المحادثة) لحل استفسارات العملاء بسرعة ودقة".	0.754	≤ 0.001
12		تستخدم مؤسستي تقنية بلوك تشين لتبسيط المدفوعات	0.651	≤ 0.001
13		استخدام بطاقة الدفع الإلكترونية لمؤسستي يقلل من أعباء الموظفين	0.546	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
14	الاستثمار والتطوير	تسمح مؤسستي بالخدمات المالية المفتوحة	0.643	≤ 0.001
15		تقوم مؤسستي بمشاركة بياناتها مع مزود خدمة آخر (عن طريق الانترنت)	0.723	≤ 0.001
16		تستخدم مؤسستي البيانات المتحصل عليها في تطوير خدماتها المالية	0.649	≤ 0.001
17		تفتح مؤسستي واجهات برمجة التطبيقات الخاصة بها لمطوري الخدمات المالية الإلكترونية	0.654	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
ارتباط المحور بالاستبيان				
			0.713	≤ 0.001

الجدول (2-5): يوضح معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني (التكنولوجيا المالية)، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور بين (0.546) للفقرة رقم (13) التي تنص على " استخدام بطاقة الدفع الإلكترونية لمؤسستي يقلل من أعباء الموظفين"، و(0.810) للفقرة (04) والتي تنص على " يسمح تطبيق مؤسستي وموقعها الإلكتروني بسداد قيمة المشتريات من المحلات "؛
- معاملات صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني (التكنولوجيا المالية)، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور بين (0.673) لبعد المدفوعات الإلكترونية، و(0.811) لبعد التحويلات المالية الإلكترونية؛
- معامل ارتباط المحور بالاستبيان بلغ (0.713)، وهو أقل من المحور الأول، ويعود ذلك لاختلاف عدد فقرات المحورين، لكن يبقى المعامل مقبول ويفسر بتناسق وانسجام فقرات وأبعاد المحور الثاني بنسب مقبولة للعمل على الاستبيان وبأن الفقرات تؤدي دورا جيدا في قياس أبعادها.

3-3- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث (التنافسية):

الرقم	البعد	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	جودة الخدمة	تقدم مؤسستي خدمات تتصف بالمرونة	0.641	≤ 0.001
02		تتصف الخدمات المقدمة من قبل مؤسستي بالجيدة	0.687	≤ 0.001
03		تقدم مؤسستي خدمات مصممة حسب احتياجات العملاء	0.555	≤ 0.001
04		تهتم مؤسستي بأفكار الزبائن وتأخذ بأرائهم ومقترحاتهم التي من شأنها أن تطور المنتج	0.705	≤ 0.001
05		تستخدم مؤسستي تكنولوجيا تواكب تطور رغبات الزبون المتجددة في تقديم خدماتها	0.741	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
			0.840	≤ 0.001
06	الابتكار	تساهم إدارة المعلومات والمعرفة داخل مؤسستي في الاستجابة لتغيرات البيئة الخارجية	0.788	≤ 0.001
07		تمتلك مؤسستي برمجيات متطورة تعمل على تحسين وتطوير المنتج	0.837	≤ 0.001
08		تراقب مؤسستي جودة منتوجاتها بشكل مستمر من خلال إدارة معلوماتها	0.732	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
			0.766	≤ 0.001
09	القدرات الاستراتيجية والتنظيمية	تقوم مؤسستي بنشر مفاهيم الجودة بين العاملين في مختلف أقسامها	0.730	≤ 0.001
10		تتيح مؤسستي المجال لأفكار العاملين الإبداعية لتطوير العمل	0.770	≤ 0.001
11		تسعى مؤسستي إلى تقديم خدمات مستحدثة وابتكار منتجات جديدة لكسب عملاء جدد	0.812	≤ 0.001
12		تقدم مؤسستي منتجات ذات جودة عالية من خلال التطوير المستمر للمنتج	0.798	≤ 0.001
13		توفر مؤسستي مصلحة خاصة تعني بدراسة تحسين جودة الخدمات	0.727	≤ 0.001
14		تحسن مؤسستنا جودة الخدمات المقدمة بشكل مستمر	0.686	≤ 0.001
ارتباط البعد بالمحور				
			0.881	≤ 0.001
15	المرونة	تعديل مؤسستنا خدماتها بسرعة استجابةً لتغيرات طلب العملاء	0.647	≤ 0.001
16		يقابل طلب العميل باستجابة سريعة اما مباشرة أو عن طريق التطبيق أو الموقع	0.680	≤ 0.001
17		تلتزم مؤسستي بتقديم الخدمة في الوقت المحدد والمواصفات المطلوبة	0.672	≤ 0.001
18		تحرص مؤسستي على تقليل شكاوى العملاء عبر تحسين جودة الخدمات باستمرار	0.697	≤ 0.001
19		تقوم مؤسستي بمعالجة شكاوى العملاء في اجال قريبة	0.730	≤ 0.001

ارتباط البعد بالبحر		0.841	≤ 0.001
القدرة التسويقية	20	تحقق مؤسستي حصة سوقية عالية	≤ 0.001
	21	تتوفر في مؤسستي خدمات فريدة تجعل العميل وفيها لها	≤ 0.001
	22	يلاحظ زيادة في انجذاب العملاء لمؤسستي بشكل مستمر	≤ 0.001
	23	تسعى مؤسستي للأسبقية في الدخول منتجاتها للسوق	≤ 0.001
	24	تمتلك مؤسستنا ميزة تنافسية واضحة مقارنة بالمنافسين	≤ 0.001
	25	تعرّز مؤسستنا قدرتها التنافسية باستمرار	≤ 0.001
	26	تحقق مؤسستي حصة سوقية عالية	≤ 0.001
ارتباط البعد بالبحر		0.893	≤ 0.001
الكفاءة التنظيمية	27	تدعم مؤسستي أنشطة البحث والتطوير لتخفيض التكاليف	≤ 0.001
	28	تعمل مؤسستي على تقليل فترة انتظار زبائننا من خلال تبسيط إجراءات العمل وتقليص دورة الإنتاج لتقليل التكلفة	≤ 0.001
	29	تساهم الخدمات الرقمية في تخفيض تكاليف التشغيل بمؤسستي	≤ 0.001
		ارتباط البعد بالبحر	≤ 0.001
		ارتباط المحور بالاستبيان	≤ 0.001
		0.915	≤ 0.001

الجدول (2-6): يوضح معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث:

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث (التنافسية)، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور بين (0.555) للفقرة رقم (03) التي تنص على " تقدم مؤسستي خدمات مصممة حسب احتياجات العملاء"، و(0.867) للفقرة (27) والتي تنص على " تدعم مؤسستي أنشطة البحث والتطوير لتخفيض التكاليف"؛
- معاملات صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثالث (التنافسية)، كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.001، حيث تراوحت قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور بين (0.735) لبعد الكفاءة التنظيمية، و(0.893) لبعد القدرة التسويقية؛
- معامل ارتباط المحور بالاستبيان بلغ (0.915)، وهو معامل مرتفع، ويفسر بتناسق وانسجام فقرات وأبعاد المحور الثالث بنسب مقبولة للعمل على الاستبيان وبأن الفقرات تؤدي دورا جيدا في قياس أبعادها.

4- - توزيع استمارة الاستبيان: بعد تحديد عينة الدراسة واختيار التوزيع العشوائي، تم توزيع استمارة الاستبيان على العينة، والجدول الموالي

يوضح تداول هذا الاستبيان

النسبة	العدد	الاستبيان
100 %	140	الاستمارات الموزعة
0.7 %	1	الاستمارات التي لم يتم استرجاعها
0.7 %	1	الاستمارات غير صالحة للتحليل
98.6 %	138	الاستمارات الصالحة للتحليل

الجدول (2-7): يوضح توزيع الاستبيان.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه يتبين أن عدد الاستثمارات الموزعة للاستبانة كان 140، لم نسترجع واحدة منها لغياب الموظف في يوم جمع الاستبيان، وكانت هناك استمارة غير قابلة للتحليل، لعدم إكمال الإجابات وتعدد بعض الإجابات في فقرة واحدة، باقي استمارات الاستبيان والتي عددها 138 استمارة كانت صالحة للتحليل وتم اعتمادها.

المطلب الثالث: المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات سيتم الاعتماد على طرق إحصائية يتم من خلالها وصف المتغيرات وتحديد نوعية العلاقة الموجودة بينها.

بداية بجمع البيانات الموزعة وتميزها باستخدام برنامج Excel، ثم إدخال البيانات بالحاسوب باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية "SPSS.V27" حيث تضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية الموالية:

الفرع الأول: اختبار التوزيع الطبيعي:

من أجل معرفة نوعية الاختبارات التي سيتم استخدامها إن كانت معلمية أو غير معلمية، تم إخضاع بيانات الدراسة لاختبار التوزيع الطبيعي من خلال معامل كالماغروف سميرونوف لمعرفة مدى إتباعها للتوزيع الطبيعي، وقد أتت نتائج الاختبارات كما يلي:

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول (التحول الرقمي):

Tests de normalité						
Kolmogorov-Smirnov ^a				Shapiro-Wilk		
	Statistiques	Ddl	Sig.	Statistiques	Ddl	Sig.
التحول الرقمي	,055	138	,200*	,993	138	,761

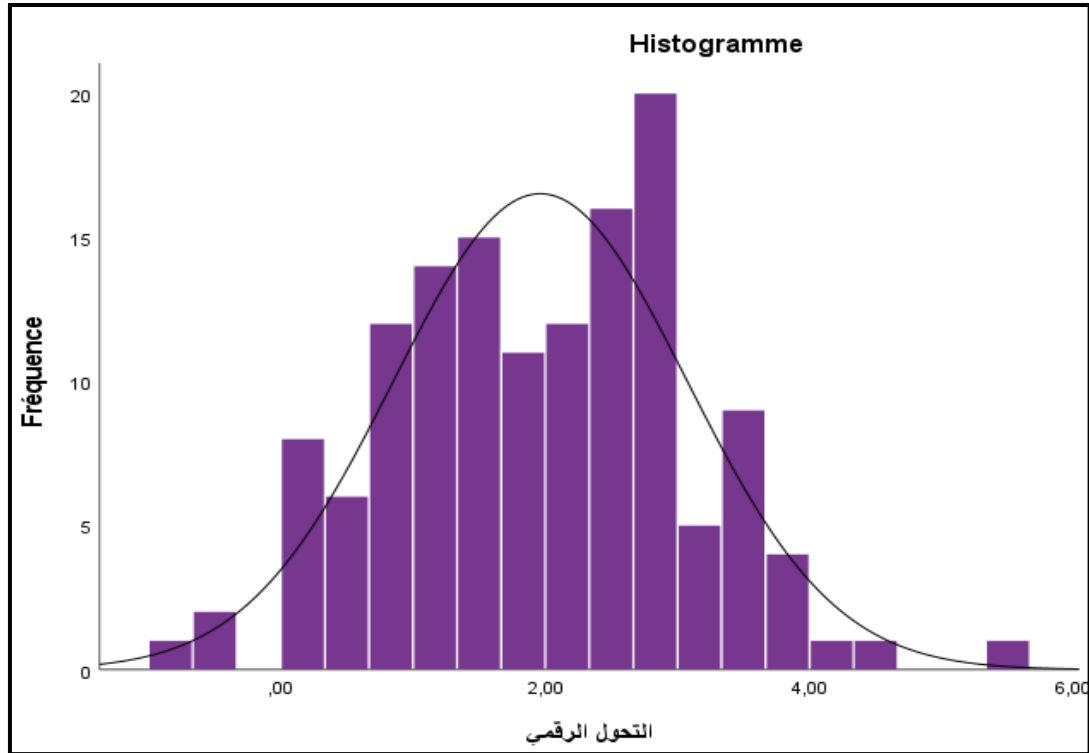
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

الجدول (2-8): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية لمحور التحول الرقمي بلغت (0.200) و(0.761)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وهو ما يعني أن بيانات المحور تتبع التوزيع الطبيعي، وهو المطلوب لغرض إجراء الدراسة وفيما يلي التمثيل البياني لاختبارات التوزيع الطبيعي للمحور الأول:



الشكل (2-2): يوضح التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول
المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

ثانيا: اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني (التكنولوجيا المالية):

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	Ddl	Sig.	Statistiques	Ddl	Sig.
التكنولوجيا المالية	,037	138	,200 [*]	,995	138	,881

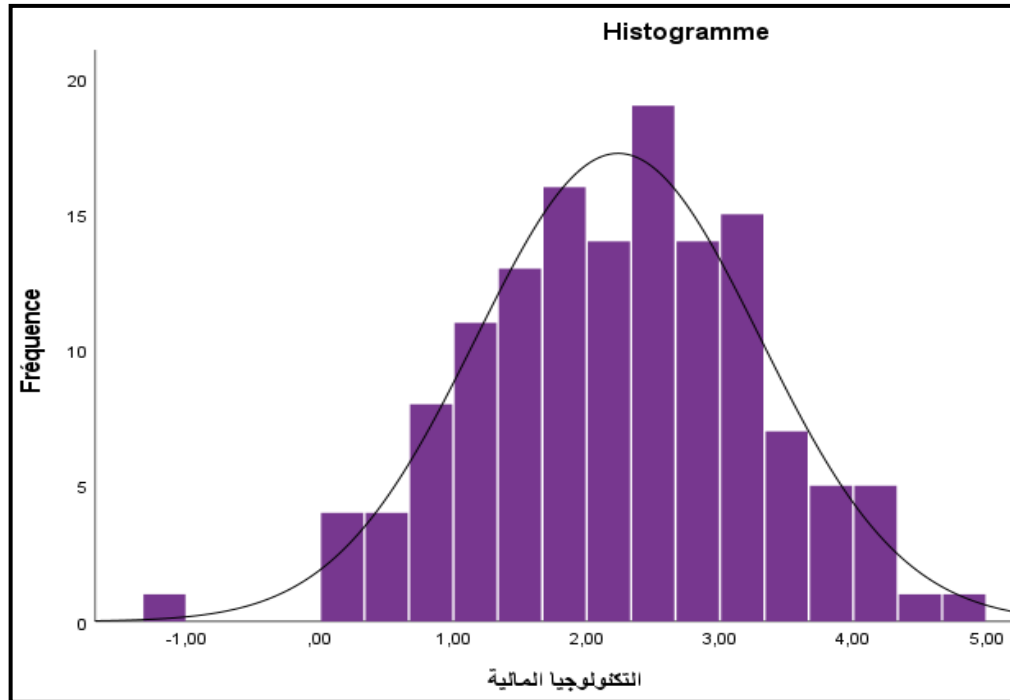
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

الجدول (2-9): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية لمحور التكنولوجيا المالية بلغت (0.200) و(0.881)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وهو ما يعني أن بيانات المحور تتبع التوزيع الطبيعي، وهو المطلوب لغرض إجراء الدراسة وفيما يلي التمثيل البياني لاختبارات التوزيع الطبيعي للمحور الثاني:



الشكل (2-3): يوضح التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثاني.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

ثالثا: اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثالث (التنافسية):

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	Ddl	Sig.	Statistiques	Ddl	Sig.
التكنولوجيا المالية	,051	138	,200*	,994	138	,872

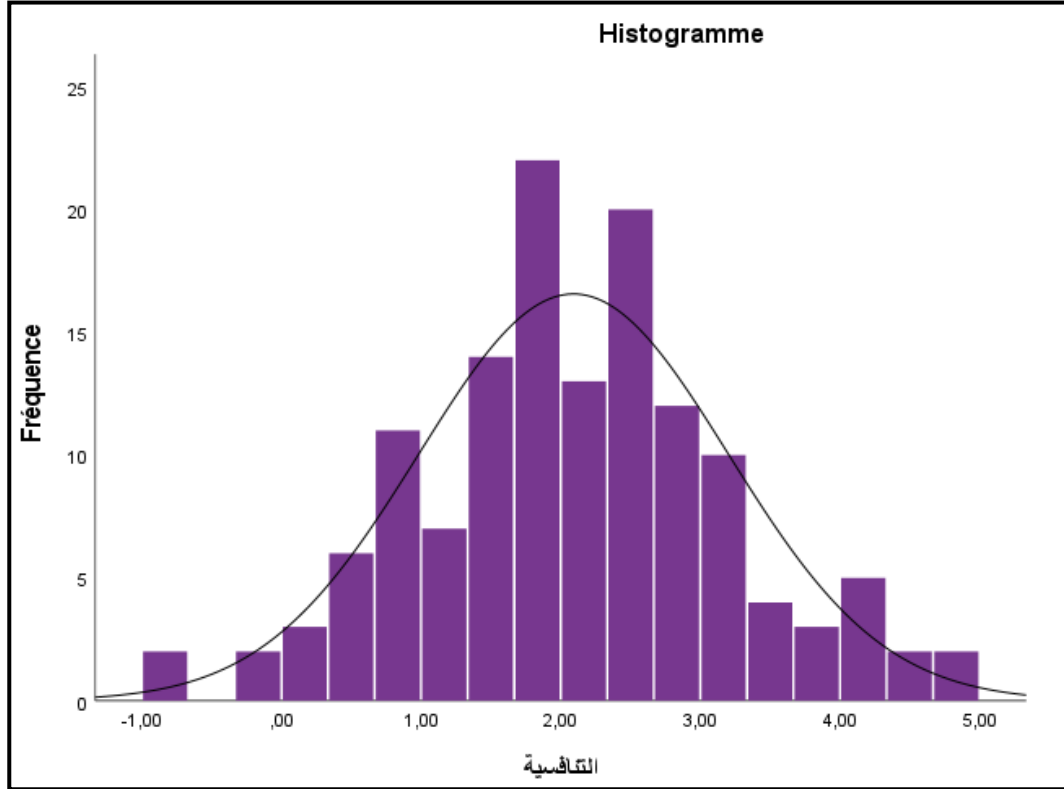
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

الجدول (2-10): يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثالث.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية لمحور التكنولوجيا المالية بلغت (0.200) و(0.872)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وهو ما يعني أن بيانات المحور تتبع التوزيع الطبيعي، وهو المطلوب لغرض إجراء الدراسة وفيما يلي التمثيل البياني لاختبارات التوزيع الطبيعي للمحور الثالث:



الشكل (2-4): يوضح التمثيل البياني لاختبار التوزيع الطبيعي للمحور الثالث

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

ثانيا: أدوات التحليل الإحصائي: من أجل القيام بالتحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان تم الاستعانة بالأدوات الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة، والتي يتم الحصول على نتائجها مباشرة بعد تفريغ الاستبيان من خلال برمجية SPSS.V27، حيث تم استخدام نوعين من الأساليب الإحصائية:

1- الأساليب الإحصائية الوصفية: حيث تطرقنا إلى:

1-1- حساب التكرارات والنسب المئوية: من خلالها إجابات الأفراد يمكن الحصول على مختلف الأشكال البيانية (الدوائر النسبية، المضلعات التكرارية... الخ)؛

1-2- المتوسط الحسابي: مجموع القيم المدروسة مقسومة على عددها، وذلك لمعرفة مدى تركز أو توافق الإجابات؛

1-3- الانحراف المعياري: هو الجذر التربيعي لمربع انحرافات قيم المفردات عن وسطها الحسابي.

ويتم قياسه من أجل معرفة مدى تشتت الإجابات لدى الأفراد العينة؛

2- الأساليب الإحصائية الاستدلالية: والتي من بينها:

1-2- حساب معامل الارتباط بيرسون: لمعرفة الدلالة الإحصائية لقياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان.

2-2- مقياس ألفا كرونباخ: لقياس درجة ثبات البيانات.

2-3- تحليل التباين Anova: لمعرفة الفروق في آراء عينة الدراسة.

2-4- الانحدار البسيط: من أجل تحديد علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع وما مدى تأثيره فيه.

وتم الاعتماد على مقياس ليكارت للتعرف على وجهة نظر مفردات المجتمع حول موضوع الدراسة ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الإجابات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

الجدول (2-11): يوضح سلم ليكارت الخماسي

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مقياس ليكارت.

كما تم تحديد طول خلايا مقياس ليكارت للتدرج الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) حيث تم حساب المدى ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي $(0.8 = 5/4)$ وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى بداية المقياس وهي واحد وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية ويمكن توضيح طول الخلايا في الجدول الموالي:

الفئة الأولى	من 1 إلى أقل من 1.80	غير موافق بشدة	منخفض جدا
الفئة الثانية	من 1.80 إلى أقل من 2.60	غير موافق	منخفض
الفئة الثالثة	من 2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	متوسط
الفئة الرابعة	من 3.40 إلى أقل من 4.20	موافق	مرتفع
الفئة الخامسة	من 4.20 إلى أقل من 5	موافق بشدة	مرتفع جدا

الجدول (2-12): يوضح طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مقياس ليكارت.

من الجدول أعلاه الذي يمثل طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي نجد 5 فئات ولكل فئة قيم داخل مجال محدد بالمتوسط الحسابي، ويتم تصنيف هذه الفئات لاستخدامها في تحليل النتائج وإسقاط كل قيمة متحصل عليها في المجال الذي تنتمي إليه وربطه بالدرجة الموافقة له.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية:

يتناول هذا العنصر وصفا إحصائيا لمجتمع الدراسة وفقا للخصائص الشخصية والوظيفية المحددة في أداة الدراسة. تمثلت متغيرات الدراسة الشخصية والوظيفية في: الجنس؛ العمر؛ المؤهل العلمي؛ الخبرة المهنية والوظيفة ويمكن توضيح هذه المتغيرات من خلال ما يلي:

الفرع الأول: توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس:

		الجنس		Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		Fréquence	Pourcentage		
Valide	ذكر	93	67,4	67,4	67,4
	أنثى	45	32,6	32,6	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

الجدول (2-13): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول:

- الذكور يمثلون غالبية أفراد عينة الدراسة، بنسبة تبلغ (67.4%) وهو ما يمثل (93) فردا من إجمالي العينة، بينما تشكل الإناث نسبة (32.6%) أي (45) موظفة.

هذا التوزيع يعكس هيمنة الذكور على التوظيف في مؤسسات البريد بولايتي المغير وتفرت، وهو أمر معتاد في المؤسسات العمومية في هذه المناطق الجنوبية وذلك لطبيعة المجتمع وعاداته وتقاليده رغم وجود تحول كبير في السنوات الأخيرة، وتقلد المرأة لعدد المناصب لكن الهيمنة الذكورية لازالت غائبة.

الفرع الثاني: توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر

		العمر		Pourcentage	Pourcentage
		Fréquence	Pourcentage		
Valide	أقل من 30 سنة	20	14,5	14,5	14,5
	سنة 30-39	58	42,0	42,0	56,5
	سنة 40-49	36	26,1	26,1	82,6
	فما فوق 50	24	17,4	17,4	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

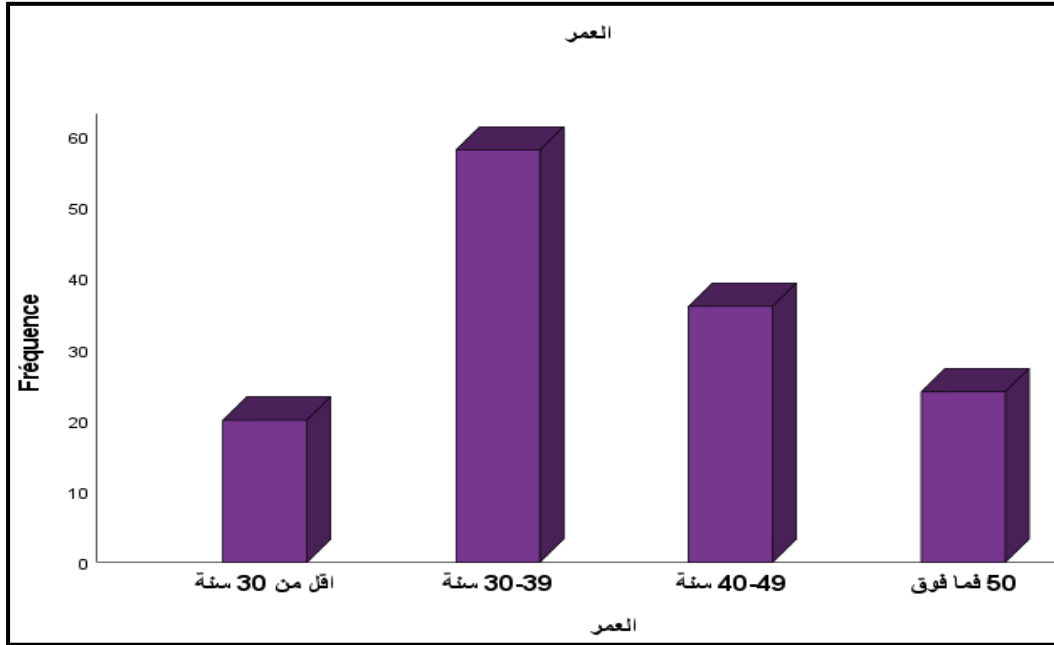
الجدول (2-14): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير العمر.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول:

- الفئتان الأكثر تمثيلا هما "من 30 إلى 39 سنة" بنسبة بلغت (42.0%) أي (58) موظفا وموظفة، و"من 40 إلى 49 سنة"، بنسبة (26.1%) أي (36) موظفا وموظفة، وهما يمثلان أكثر من (68.0%)، مما يشير إلى أن غالبية موظفي مؤسسات البريد بولايتي المغير وتفرت في مراحل متقدمة نسبيا من المسار المهني.
- الفئة "50 سنة فما فوق" تمثل (17.4%) أي (24) موظفا من أفراد العينة، وهي تمثل شريحة الموظفين المخضرمين أو القريبين من التقاعد.
- الفئة العمرية "أقل من 30 سنة" تمثل (14.5%) أي (20) موظف فقط من إجمالي افراد العينة، ما يدل على وجود تمثيل محدود للشباب الجدد في القطاع.

هذا التوزيع العمري يعكس توازنا معقولا بين الفئات، لكنه يوضح ميلا نحو الموظفين في منتصف حياتهم المهنية، ما قد يؤثر على طبيعة تبني التغيير، أو التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية داخل المؤسسات محل الدراسة، أو حتى الاستعداد للتكوين المستمر، والشكل الموالي يوضح التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب متغير العمر:



الشكل (2-5): يوضح التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب متغير العمر
المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

الفرع الثالث: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي:

المؤهل		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تقني سامي	30	21,7	21,7	21,7
	ليسانس	35	25,4	25,4	47,1
	ماستر	51	37,0	37,0	84,1
	دكتوراه	5	3,6	3,6	87,7
	أخرى	17	12,3	12,3	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

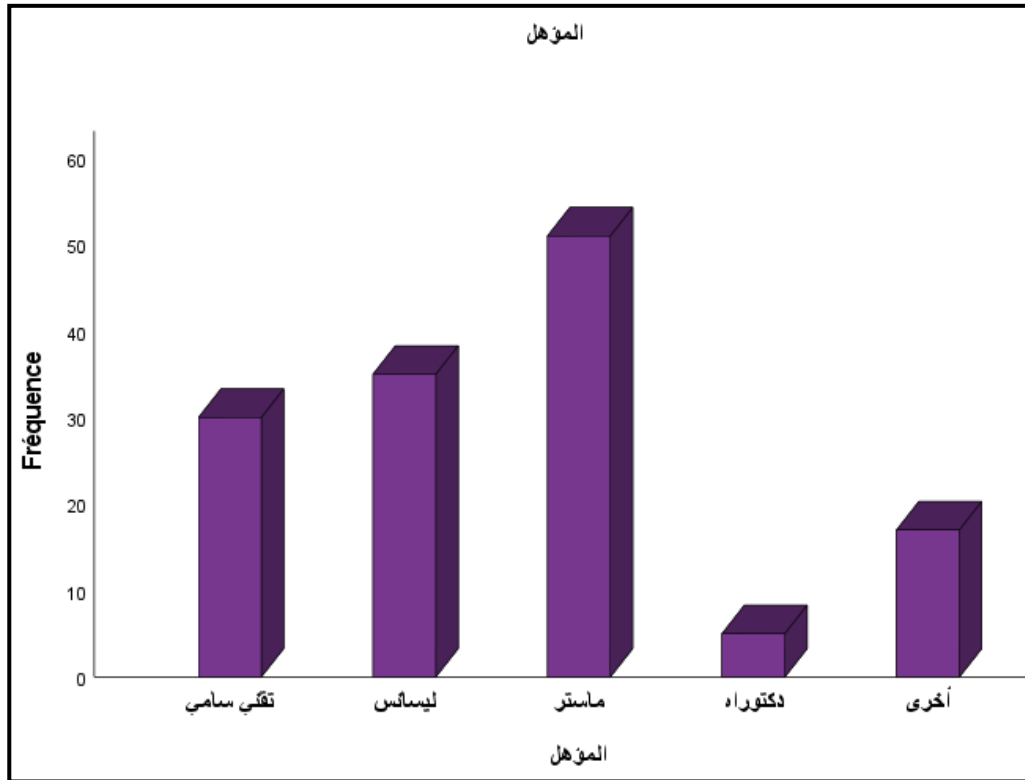
الجدول (2-15): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المؤهل العلمي.
المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول:

- أغلب أفراد عينة الدراسة يحملون شهادة الماستر بنسبة (37.0%) أي (51) موظف وموظفة، مما يدل على مستوى علمي مرتفع لدى الموظفين.

- تليها فئة الليسانس (25.4%) أي (35) موظفا، ثم حاملي شهادات تقني سامي بنسبة (21.7%) أي (30) موظفا، ثم فئة من يحملون شهادات أخرى بنسبة (12.3%) أي (17) موظفا، مما يعزز الفكرة بأن مؤسسات البريد محل الدراسة تعتمد على موارد بشرية ذات تكوين تقني وأكاديمي متوسط إلى عال.
- الفئة الأقل تمثيلا هي، الدراسات العليا بنسبة (3.6%)، ما يشير إلى قلة الموظفين ذوي التأهيل العالي جدا (دكتوراه أو ما يعادلها).

هذا التوزيع يعكس وجود قاعدة قوية من الموظفين المؤهلين أكاديميًا، مما قد يساهم في رفع كفاءة الأداء، خصوصا في المهام التقنية أو التحليلية التي تتطلب تأهيلا علميا عاليا ما يعزز من تنافسية المؤسسات، والشكل الموالي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي:



الشكل (2-6): يوضح التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

الفرع الرابع: توزيع عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة المهنية:

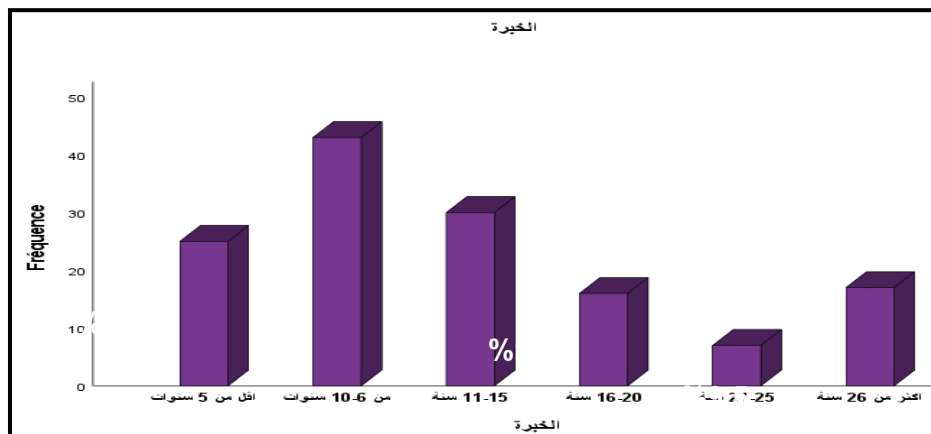
الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	25	18,1	18,1	18,1
	من 6-10 سنوات	43	31,2	31,2	49,3
	سنة 11-15	30	21,7	21,7	71,0
	سنة 16-20	16	11,6	11,6	82,6
	سنة 21-25	7	5,1	5,1	87,7
	أكثر من 26 سنة	17	12,3	12,3	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

الجدول (2-16): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير سنوات الخبرة المهنية.
المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول:

- النسبة الأكبر من أفراد العينة لديهم خبرة بين "06 و 10 سنوات" بنسبة (31.2%)، مما يشير إلى أن أغلب أفراد العينة ممن يعتبرون حديثي التوظيف.
 - تليها فئة من "11 إلى 15 سنة" بنسبة بلغت (21.7%) وهي الفئة التي تمتلك خبرة مهنية معتبرة، ثم فئة "أقل من 5 سنوات" بنسبة بلغت (18.1%)، وهي تعكس النتائج التي تحصلنا عليها في توزيع أفراد العينة على حسب العمر، ثم فئة "أكثر من 26 سنة" ومن "16 إلى 20 سنة" بنسب متقاربة بلغت (12.3%) و(11.6%) على التوالي، مما يعكس وجود عدد معتبر من ذوي الخبرة الكبيرة بالمؤسسات محل الدراسة.
 - الفئة الأقل تمثيلا كانت فئة "من 21 إلى 25 سنة" بنسبة بلغت (5.1%).
- بشكل عام، يبين هذا التوزيع أن العينة تضم كوادرات ذات خبرة مهنية قوية، وهو ما يعزز مصداقية إجاباتهم خاصة في تقييماتهم المتعلقة بالتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية وأثرهما على تنافسية مؤسساتهم، والشكل التالي يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير السنوات الخبرة المهنية:



الشكل (2-7): يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير السنوات الخبرة المهنية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

الفرع الخامس: توزيع عينة الدراسة وفق متغير الوظيفة:

الوظيفة

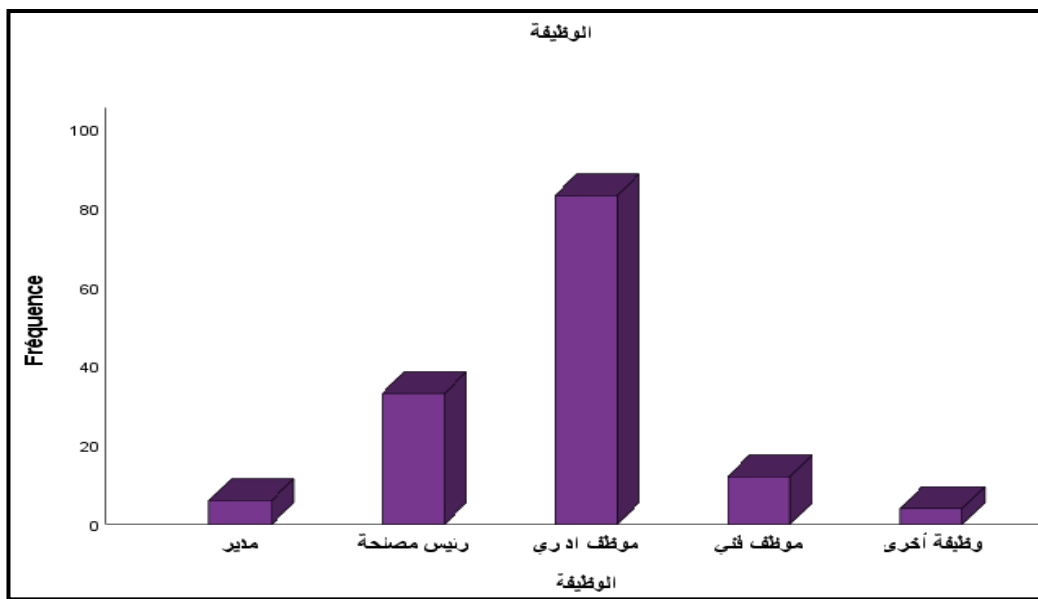
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
Valides مدير	6	4,3	4,3	4,3
رئيس مصلحة	33	23,9	23,9	28,3
موظف اداري	83	60,1	60,1	88,4
موظف فني	12	8,7	8,7	97,1
وظيفة أخرى	4	2,9	2,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	

الجدول (2-17): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الوظيفة.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول:

- تشكل فئة الموظفين الإداريين النسبة الأكبر من العينة بنسبة (60.1%)، مما يدل على أن أغلب أفراد العينة يتمتعون بمناصب إدارية متنوعة أغلبهم في شبكات الاستقبال.
 - يليههم رؤساء المصالح بنسبة (23.9%)، وهي نسبة معتبرة تعكس وجود قاعدة تنفيذية مهمة ضمن أفراد العينة.
 - تأتي فئة الفنيين بـ (8.7%)، وهي نسبة ضئيلة تعكس عدم حاجة هذه المؤسسات لعدد كبير منهم.
 - ثم تأتي فئة المديرون بنسبة بلغت (4.3%)، أي 6 مدراء شاركوا في الإجابة على الاستبيان.
 - أقل فئة تمثيلا هي وظيفة أخرى (2.9%)، أي 4 موظفين، ويشغلون وظيفة أخرى.
- هذا التوزيع يعكس أن آراء المستجوبين تمثل إلى حد كبير وجهات نظر قيادية وتنظيمية، وهو أمر مهم عند تحليل قضايا مثل التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية، والشكل التالي يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير الوظيفة:



الشكل (2-8): يوضح التمثيل البياني لأفراد العينة حسب متغير الوظيفة.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة:

سيتم تحليل هذه المحاور بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) وقد تم استخدام معياري المتوسط الحسابي لمعرفة درجة الموافقة على كل محور، والانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت إجابات عينة الدراسة، ولقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس شدة الإجابة.

الفرع الأول: عرض وتحليل استجابات أفراد المجتمع نحو المحور الأول التحول الرقمي: حيث تناول المحور الأول لأداة الدراسة التحول الرقمي، وسيتم من خلال ما يلي تحليل النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام المتوسط الحسابي وكذا الانحراف المعياري، وأيضا تكرارات إجابات مختلف فقرات المحور، والجدول التالي توضح ذلك:

الرقم	التكرار	101	202	303	404	505	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	رتبة الفقرة
01	العدد	25	108	03	02	00	1.87	0.496	غير موافق	منخفض	29
	النسبة %	18.1	78.3	2.2	1.4	00					
02	العدد	25	95	14	04	00	1.98	0.633	غير موافق	منخفض	24
	النسبة %	18.1	68.8	10.1	2.9	00					
03	العدد	38	73	12	14	01	2.04	0.915	غير موافق	منخفض	18
	النسبة %	27.5	52.9	8.7	10.1	0.7					
04	العدد	33	82	15	08	00	1.99	0.764	غير موافق	منخفض	22
	النسبة %	23.9	59.4	10.9	5.8	00					
05	العدد	38	73	18	09	00	1.99	0.819	غير موافق	منخفض	23
	النسبة %	27.5	52.9	13	6.5	00					
06	العدد	40	75	12	11	00	1.96	0.836	غير موافق	منخفض	26
	النسبة %	29	54.3	8.7	8	00					
07	العدد	27	67	25	14	05	2.30	1.014	غير موافق	منخفض	05
	النسبة %	19.6	48.6	18.1	10.1	3.6					
		البعد التكنولوجي									
08	العدد	31	78	13	16	00	2.10	0.882	غير موافق	منخفض	11
	النسبة %	22.5	56.5	9.4	11.6	00					
09	العدد	32	61	15	27	03	2.33	1.103	غير موافق	منخفض	04
	النسبة %	23.2	44.2	10.9	19.6	2.2					
10	العدد	33	67	20	17	01	2.17	0.958	غير موافق	منخفض	08
	النسبة %	23.9	48.6	14.5	12.3	0.7					
11	العدد	34	83	18	03	00	1.93	0.680	غير موافق	منخفض	27
	النسبة %	24.6	60.1	13	2.2	00					
		البعد البشري									
12	العدد	35	79	19	04	01	1.96	0.758	غير موافق	منخفض	25
	النسبة %	25.4	57.2	13.8	2.9	0.7					
13	العدد	37	68	21	11	01	2.07	0.898	غير موافق	منخفض	16
	النسبة %	26.8	49.3	15.2	8	0.7					

¹ غير موافق بشدة

² غير موافق

³ محايد

⁴ موافق

⁵ موافق بشدة

14	العدد	36	70	18	14	00	2.07	0.893	غير موافق	منخفض	15
	النسبة	%26.1	%50.7	%13	%10	%00					
15	العدد	33	72	22	11	00	2.08	0.846	غير موافق	منخفض	14
	النسبة	%23.9	%52.2	%15.9	%8	%00					
16	العدد	20	62	39	14	03	2.41	0.933	غير موافق	منخفض	01
	النسبة	%14.5	%44.9	%28.3	%10.1	%2.2					
17	العدد	21	87	23	06	01	2.12	0.739	غير موافق	منخفض	10
	النسبة	%15.2	%63	%16.7	%4.3	%0.7					
18	العدد	29	86	18	04	01	2.00	0.725	غير موافق	منخفض	20
	النسبة	%21	%62.3	%13	%2.9	%0.7					
19	العدد	44	75	12	06	01	1.88	0.796	غير موافق	منخفض	28
	النسبة	%31.9	%54.3	%8.7	%4.3	%0.7					
20	العدد	26	89	14	07	02	2.06	0.790	غير موافق	منخفض	17
	النسبة	%18.8	%64.5	%10.1	%5.1	%1.4					
21	العدد	27	87	17	05	02	2.25	0.736	غير موافق	منخفض	06
	النسبة	%19.6	%63	%12.3	%3.6	%1.4					
22	العدد	19	71	33	14	01	2.33	0.864	غير موافق	منخفض	03
	النسبة	%13.8	%51.4	%23.9	%10.1	%0.7					
	تحسين تجربة العملاء						2.11	0.537	غير موافق	منخفض	
23	العدد	29	72	32	05	00	2.09	0.763	غير موافق	منخفض	12
	النسبة	%21	%52.2	%23.2	%3.6	%00					
24	العدد	24	68	37	08	01	2.33	0.831	غير موافق	منخفض	02
	النسبة	%17.4	%49.3	%26.8	%5.8	%0.7					
25	العدد	24	76	29	08	01	2.17	0.810	غير موافق	منخفض	07
	النسبة	%17.4	%55.1	%21	%5.8	%0.7					
26	العدد	33	70	26	09	00	2.08	0.829	غير موافق	منخفض	13
	النسبة	%23.9	%50.7	%18.8	%6.5	%00					
	البعد التنظيمي						2.15	0.603	غير موافق	منخفض	
27	العدد	30	68	30	09	01	2.15	0.862	غير موافق	منخفض	09
	النسبة	%21.7	%49.3	%21.7	%6.5	%0.7					
28	العدد	38	70	23	05	02	2.01	0.850	غير موافق	منخفض	19
	النسبة	%27.5	%50.7	%16.7	%3.6	%1.4					
29	العدد	40	65	26	07	00	2.00	0.828	غير موافق	منخفض	21
	النسبة	%29	%47.1	%18.8	%5.1	%00					

البعد السبيرياني	2.05	0.692	غير موافق	منخفض
المحور الأول: التحول الرقمي	2.09	0.470	غير موافق	منخفض

الجدول (2-18): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- بلغ المتوسط الحسابي للمحور الأول "التحول الرقمي" (2.09)، وهو ما يدل على أن درجة موافقة أفراد العينة كانت منخفضة، ويعكس ذلك إدراكا ضعيفا لدى أفراد العينة لمستوى تطبيق التحول الرقمي في مؤسساتهم، إذ يبدو أن هناك غيابا للجهود المنهجية لتكريس التحول الرقمي بما يشمل من أبعاد تكنولوجية وبشرية وتنظيمية وأمنية، أما الانحراف المعياري فقد بلغ (0.470)، وهو ما يدل على تقارب آراء المستجوبين بخصوص هذا المحور، ما يعزز موثوقية التقدير العام بانخفاض مستوى التحول الرقمي لدى المؤسسات محل الدراسة.
- أما بخصوص أبعاد المحور، فقد جاء البعد البشري في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.13)، ثم بنسبة قريبة جدا بعد تحسين تجربة العملاء في بمتوسط حسابي بلغ (2.11) وانحراف معياري (0.684)، وهو ما يعكس وعيا نسبيا بأهمية التحول الرقمي في تحسين الخدمة المقدمة للعملاء رغم أن درجة الموافقة ظلت منخفضة، يليه بعد البعد التنظيمي بمتوسط (2.11) وانحراف معياري (0.537)، وهو ما يشير إلى أن البنية التنظيمية للمؤسسات لا تزال تواجه تحديات في تكييف إجراءاتها مع متطلبات التحول الرقمي، ثم بعد البعد السبيرياني بمتوسط (2.05) وانحراف معياري (0.692) مما يشير إلى ضعف الاستثمار في البنية التحتية للأمن السبيرياني، وأخيرا جاء البعد التكنولوجي في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.02) وانحراف معياري (0.505)، ما يوضح محدودية توفر أو استغلال التكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسات محل الدراسة.
- وفيما يخص تحليل الفقرات، جاء ترتيب أعلى فقرة في البعد التكنولوجي الفقرة رقم (03) بمتوسط حسابي (2.04)، حيث أجاب بـ "موافق بشدة" عدد (38) بنسبة (27.5%)، و "موافق" عدد (73) بنسبة (52.9%)، بينما كانت أدنى فقرة في نفس البعد هي الفقرة رقم (01) بمتوسط (1.87)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (25) بنسبة (18.1%)، و "موافق" عدد (108) بنسبة (78.3%)، ما يعكس تفاوتاً في مدى توفر البنية التحتية الرقمية بين المؤسسات.
- وفي البعد البشري، كانت الفقرة الأعلى من حيث المتوسط هي الفقرة رقم (16) بمتوسط (2.41)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (20) بنسبة (14.5%)، و "موافق" عدد (62) بنسبة (44.9%)، ما يشير إلى وعي نسبي بأهمية التأهيل البشري في التحول الرقمي، أما أدنى فقرة فكانت الفقرة رقم (11) بمتوسط (1.93)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (34) بنسبة (24.6%)، و "موافق" عدد (83) بنسبة (60.1%)، مما يدل على وجود ضعف في تكوين وتأهيل العنصر البشري لاستخدام الأدوات الرقمية الحديثة.
- وفي بعد تحسين تجربة العملاء، جاءت الفقرة رقم (22) كأعلى فقرة بمتوسط (2.33)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (19) بنسبة (13.8%)، و "موافق" عدد (71) بنسبة (51.4%)، ما يدل على إدراك بعض المؤسسات لأهمية استخدام الحلول الرقمية لخدمة الزبائن، بينما كانت أدنى فقرة هي الفقرة رقم (18) بمتوسط (2.00)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (29) بنسبة (21%)، و "موافق" عدد (86) بنسبة (62.3%)، ما يدل على تباين في تطبيق الاستراتيجيات الرقمية الموجهة نحو تحسين تجربة المستخدم.
- أما في البعد التنظيمي، فكانت الفقرة رقم (24) هي الأعلى بمتوسط (2.33)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (24) بنسبة (17.4%)، و "موافق" عدد (68) بنسبة (49.3%)، مما قد يشير إلى وجود بعض الترتيبات التنظيمية المتماشية مع متطلبات التحول الرقمي، في حين جاءت أدنى فقرة في هذا البعد وهي الفقرة رقم (28) بمتوسط (2.01)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد

(38) بنسبة (27.5%)، و "موافق" عدد (70) بنسبة (50.7%)، ما يشير إلى محدودية في مرونة الهيكل التنظيمي لمواكبة التحول الرقمي.

■ وأخيراً، في بعد الأمن السيبراني، كانت الفقرة رقم (21) هي الأعلى بمتوسط (2.25)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (27) بنسبة (19.6%)، و "موافق" عدد (87) بنسبة (63%)، مما يعكس وعياً معيناً بأهمية الأمن السيبراني، بينما كانت أدنى فقرة في هذا البعد هي الفقرة رقم (29) بمتوسط (2.00)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (40) بنسبة (29%)، و "موافق" عدد (65) بنسبة (47.1%)، ما يعكس حاجة ماسة لتطوير استراتيجيات الأمن المعلوماتي.

الفرع الثاني: عرض وتحليل استجابات أفراد المجتمع نحو المحور الثاني التكنولوجيا المالية: حيث تناول المحور الثاني لأداة الدراسة التكنولوجيا المالية، وسيتم من خلال ما يلي تحليل النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام المتوسط الحسابي وكذا الانحراف المعياري، وأيضاً تكرارات إجابات مختلف فقرات المحور، والجدول التالي توضح ذلك:

الرقم	التكرار	⁶ 01	⁷ 02	⁸ 03	⁹ 04	¹⁰ 05	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	رتبة الفقرة
01	العدد	34	81	20	03	00	1.94	0.692	غير موافق	منخفض	15
	النسبة	24.6%	58.7%	14.5%	2.2%	00%					
02	العدد	37	86	10	04	01	1.88	0.716	غير موافق	منخفض	17
	النسبة	26.8%	62.3%	7.2%	2.9%	0.7%					
03	العدد	29	75	28	05	01	2.09	0.787	غير موافق	منخفض	07
	النسبة	21%	54.3%	20.3%	3.6%	0.7%					
04	العدد	41	65	23	06	03	2.02	0.916	غير موافق	منخفض	08
	النسبة	29.7%	47.1%	16.7%	4.3%	2.2%					
التمويل الالكتروني											
05	العدد	35	76	20	07	00	1.99	0.778	غير موافق	منخفض	12
	النسبة	25.4%	55.1%	14.5%	5.1%	00%					
06	العدد	32	78	22	06	00	2.01	0.754	غير موافق	منخفض	09
	النسبة	23.3%	56.5%	15.9%	4.3%	00%					

⁶ غير موافق بشدة

⁷ غير موافق

⁸ محايد

⁹ موافق

¹⁰ موافق بشدة

07	العدد	31	82	19	05	01	2.01	0.759	غير موافق	منخفض	10
	النسبة	22.5%	59.4%	13.8%	3.6%	0.7%					
08	العدد	34	80	21	02	01	1.96	0.724	غير موافق	منخفض	14
	النسبة	24.6%	58%	15.2%	1.7%	0.7%					
09	العدد	30	86	19	02	01	1.97	0.693	غير موافق	منخفض	13
	النسبة	21.7%	62.3%	13.8%	1.4%	0.7%					
	التحويلات المالية الالكترونية						1.99	0.477	غير موافق	منخفض	
10	العدد	31	70	26	06	05	2.16	0.946	غير موافق	منخفض	05
	النسبة	22.5%	50.7%	18.8%	4.3%	3.6%					
11	العدد	16	49	46	17	11	2.70	1.085	محايد	متوسط	02
	النسبة	11.6%	36.5%	32.6%	12.3%	8%					
12	العدد	14	45	54	17	08	2.71	1.005	محايد	متوسط	01
	النسبة	10.1%	32.6%	39.1%	12.3%	5.8%					
13	العدد	46	73	12	02	05	1.89	0.893	غير موافق	منخفض	16
	النسبة	33.3%	52.9%	8.7%	1.4%	3.6%					
	المدفوعات الالكترونية						2.36	0.650	غير موافق	منخفض	
14	العدد	33	69	24	12	00	2.11	0.869	غير موافق	منخفض	06
	النسبة	23.9%	50%	17.4%	8.7%	0%					
15	العدد	26	60	43	08	01	2.26	0.857	غير موافق	منخفض	03
	النسبة	18.8%	43.5%	31.2%	5.8%	0.7%					
16	العدد	28	87	19	04	00	1.99	0.678	غير موافق	منخفض	11
	النسبة	20.3%	63%	13.8%	2.9%	0%					
17	العدد	22	75	36	04	01	2.18	0.757	غير موافق	منخفض	04
	النسبة	15.9%	54.3%	26.1%	2.9%	0.7%					

الاستثمار والتطوير	2.14	0.529	غير موافق	منخفض
المحور الثاني: التكنولوجيا المالية	2.11	0.411	غير موافق	منخفض

الجدول (2-19): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- بلغ المتوسط الحسابي للمحور الثاني "التكنولوجيا المالية" (2.11) بانحراف معياري (0.411)، وهو ما يدل على أن درجة موافقة أفراد العينة كانت منخفضة، ويعكس ذلك ضعفاً في إدراك أفراد العينة لمستوى توظيف التكنولوجيا المالية داخل مؤسساتهم. هذا التقدير المنخفض يُشير إلى محدودية في التحول نحو استخدام الأدوات الرقمية المتقدمة، سواء فيما يتعلق بالمدفوعات، التحويلات، أو حتى خدمات الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين، مما قد يعيق التنافسية والابتكار في القطاع المالي.
- وقد توزعت فقرات المحور إلى أربعة أبعاد فرعية، تم تحليلها كما يلي:
- التمويل الإلكتروني: بلغ متوسط هذا البعد (1.98) بانحراف معياري (0.569)، ما يدل على ضعف استخدام التطبيقات والمنصات الإلكترونية لتقديم الخدمات المالية، كطلب البطاقات أو سداد المشتريات، وجاءت أعلى فقرة ضمن هذا البعد الفقرة (03) بمتوسط (2.09)، ما يعكس وعياً محدوداً بإمكانية تقديم خدمات مثل بطاقات الائتمان إلكترونياً، ما أدنى فقرة فكانت الفقرة (02) بمتوسط (1.88)، مما يدل على أن القدرة على معالجة عدد كبير من طلبات الخدمات عبر الإنترنت لا تزال محدودة، ما قد يُعطل فعالية الأداء الرقمي للمؤسسات.
- التحويلات المالية الإلكترونية: بلغ متوسط هذا البعد (1.99) بانحراف معياري (0.477)، ما يشير إلى ضعف واضح في تبني التحويلات المالية الرقمية بين العملاء، أعلى فقرة في هذا البعد كانت الفقرة (06) بمتوسط (2.01)، والتي تشير إلى إمكانية تبادل الخدمات المالية بين العملاء، أما الفقرة الأدنى فكانت (08) بمتوسط (1.96)، مما يعكس قصوراً في نظام الإشعارات المالية، وهو عنصر مهم في تجربة المستخدم الرقمية.
- المدفوعات الإلكترونية: سجّل هذا البعد متوسطاً حسابياً (2.36) بانحراف معياري (0.650)، ويُعد الأعلى بين الأبعاد، رغم أنه لا يزال تحت مستوى "الحيد"، مما يدل على إدراك نسبي بأهمية أدوات الدفع الرقمية، مثل الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين، وجاءت الفقرة رقم (12) كأعلى الفقرات في المحور كله بمتوسط (2.71)، وتشير إلى استخدام تقنية البلوك تشين لتبسيط المدفوعات، وهو ما قد يعكس وعياً جزئياً بتقنيات المستقبل، يليها الفقرة رقم (11) بمتوسط (2.70)، التي تتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي لخدمة العملاء.، والفقرة (13) منخفضة بمتوسط (1.89)، مما يدل على أن استخدام البطاقات الرقمية لم ينعكس بشكل واضح على تقليل أعباء الموظفين، ما قد يشير إلى ضعف في التكامل التكنولوجي داخل العمليات الإدارية.
- الاستثمار والتطوير: سجّل هذا البعد متوسطاً (2.14) بانحراف معياري (0.529)، ما يعكس إدراكاً محدوداً لدى المؤسسات محل الدراسة لأهمية الانفتاح على الخدمات المالية المفتوحة ومشاركة البيانات وتطوير الخدمات عبر تحليل البيانات، وكانت الفقرة رقم (15) كانت الأعلى بمتوسط (2.26)، وتشير إلى وجود بعض محاولات مشاركة البيانات مع مزودي الخدمة، أما أدنى فقرة فكانت (16) بمتوسط (1.99)، مما يشير إلى قصور في استغلال البيانات المتاحة لتطوير الخدمات المالية.
- بصفة عامة، تشير نتائج تحليل المحور الثاني إلى أن مستوى استخدام التكنولوجيا المالية في مؤسسات البريد محل الدراسة لا يزال دون المستوى المطلوب، رغم وجود إشارات محدودة إلى إدراك بعض المفاهيم المتقدمة كتقنيات الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين.
- الانخفاض الملحوظ في المتوسطات الحسابية عبر معظم الفقرات يؤكد وجود فجوة في البنية الرقمية، سواء من حيث البنية التحتية أو الثقافة التنظيمية أو الموارد البشرية اللازمة لدعم هذا التحول.

الفرع الثالث : عرض وتحليل استجابات أفراد المجتمع نحو المحور الثالث التنافسية:

حيث تناول المحور الثالث لأداة الدراسة التنافسية، وسيتم من خلال ما يلي تحليل النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام المتوسط الحسابي وكذا الانحراف المعياري، وأيضاً تكرارات إجابات مختلف فقرات المحور، والجدول التالي توضح ذلك :

الرقم	التكرار	¹¹ 01	¹² 02	¹³ 03	¹⁴ 04	¹⁵ 05	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	مستوى الدلالة	رتبة الفقرة
01	العدد	36	81	16	05	00	1.93	0.721	غير موافق	منخفض	25
	النسبة	26.1 %	58.7 %	11.6 %	3.6 %	%00					
02	العدد	40	76	19	02	01	1.90	0.738	غير موافق	منخفض	29
	النسبة	29	55.1	13.8	1.4	0.7					
03	العدد	36	81	17	04	00	1.92	0.705	غير موافق	منخفض	27
	النسبة	26.1 %	58.7 %	12.3 %	2.9 %	%00					
04	العدد	28	69	34	04	03	2.17	0.859	غير موافق	منخفض	02
	النسبة	20.3 %	%50	24.6 %	2.9 %	2.2 %					
05	العدد	41	65	26	06	00	1.98	0.815	غير موافق	منخفض	22
	النسبة	29.7 %	47.1 %	18.8 %	4.3 %	%00					
		جودة الخدمة									
06	العدد	35	63	27	12	01	2.14	0.922	غير موافق	منخفض	03
	النسبة	25.4 %	45.7 %	19.6 %	8.7 %	0.7 %					
07	العدد	38	59	30	10	01	2.11	0.922	غير موافق	منخفض	08
	النسبة	27.5 %	42.8 %	21.7 %	7.2 %	0.7 %					
08	العدد	39	67	23	08	01	2.02	0.867	غير موافق	منخفض	18
	النسبة	28.3 %	48.6 %	16.7 %	5.8 %	0.7 %					
		الابتكار									
09	العدد	45	56	25	11	01	2.04	0.947	غير موافق	منخفض	17

¹¹ غير موافق بشدة

¹² غير موافق

¹³ محايد

¹⁴ موافق

¹⁵ موافق بشدة

					0.7 %	%08	18.1 %	40.6 %	32.6 %	النسبة	
01	منخفض	غير موافق	0.938	2.23	02	12	32	62	30	العدد	10
					1.4 %	8.7 %	32.2 %	44.9 %	21.7 %	النسبة	
12	منخفض	غير موافق	0.820	2.08	00	08	28	69	33	العدد	11
					%00	5.8 %	20.3 %	%50	23.9 %	النسبة	
11	منخفض	غير موافق	0.850	2.09	02	04	32	66	34	العدد	12
					1.4 %	2.9 %	23.2 %	47.8 %	26.4 %	النسبة	
06	منخفض	غير موافق	0.872	2.12	01	06	37	58	36	العدد	13
					0.7 %	4.3 %	26.8 %	%42	26.1 %	النسبة	
28	منخفض	غير موافق	0.744	1.91	00	05	17	76	40	العدد	14
					%00	3.6 %	12.3 %	55.1 %	%29	النسبة	
	منخفض	غير موافق	0.650	2.08	القدرات الاستراتيجية والتنظيمية						
09	منخفض	غير موافق	0.840	2.10	01	07	29	69	32	العدد	15
					0.7 %	5.1 %	%21	%50	23.3 %	النسبة	
10	منخفض	غير موافق	0.827	2.09	03	04	24	79	28	العدد	16
					2.2 %	2.9 %	17.4 %	57.2 %	20.3 %	النسبة	
16	منخفض	غير موافق	0.709	2.04	01	06	13	95	23	العدد	17
					0.7 %	4.3 %	%9.4	68.8 %	16.7 %	النسبة	
23	منخفض	غير موافق	0.781	1.94	02	04	14	82	36	العدد	18
					1.4 %	2.9 %	10.1 %	59.4 %	26.1 %	النسبة	
26	منخفض	غير موافق	0.812	1.93	00	09	14	74	41	العدد	19
					%00	6.5 %	10.1 %	53.6 %	29.7 %	النسبة	
	منخفض	غير موافق	0.544	2.02	المرونة						
24	منخفض	غير موافق	0.817	1.94	01	06	18	72	41	العدد	20

					0.7 %	4.3 %	%13	52.2 %	29.7 %	النسبة	
14	منخفض	غير موافق	0.813	2.05	01	07	22	76	32	العدد	21
					0.7 %	5.1 %	15.9 %	55.1 %	23.2 %	النسبة	
21	منخفض	غير موافق	0.810	1.99	00	09	17	75	37	العدد	22
					%00	6.5 %	12.3 %	54.3 %	26.8 %	النسبة	
04	منخفض	غير موافق	0.787	2.13	03	06	27	72	30	العدد	23
					2.2 %	4.3 %	19.6 %	52.2 %	21.7 %	النسبة	
13	منخفض	غير موافق	0.881	2.07	01	11	19	72	35	العدد	24
					0.7 %	%08	13.8 %	52.2 %	25.4 %	النسبة	
20	منخفض	غير موافق	0.810	1.99	02	04	20	76	36	العدد	25
					1.4 %	2.9 %	14.5 %	55.1 %	26.1 %	النسبة	
	منخفض	غير موافق	0.611	2.02	القدرة التسويقية						
19	منخفض	غير موافق	0.778	2.01	00	06	24	73	35	العدد	26
					%00	4.3 %	17.4 %	52.9 %	25.4 %	النسبة	
05	منخفض	غير موافق	0.950	2.13	03	13	15	75	32	العدد	27
					2.2 %	9.4 %	10.9 %	54.3 %	23.3 %	النسبة	
07	منخفض	غير موافق	0.883	2.12	02	13	12	84	27	العدد	28
					1.4 %	9.4 %	%8.7	60.9 %	19.6 %	النسبة	
15	منخفض	غير موافق	0.822	2.05	01	08	20	77	32	العدد	29
					0.7 %	5.8 %	14.5 %	55.8 %	23.2 %	النسبة	
	منخفض	غير موافق	0.749	2.10	الكفاءة التنظيمية						
	منخفض	غير موافق	0.517	2.04	المحور الثالث: التنافسيــ						

الجدول (2-20): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث.

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- بلغ المتوسط الحسابي للمحور الثالث "التنافسية" (2.04)، وهو ما يدل على أن درجة موافقة أفراد العينة كانت منخفضة، ويعكس ذلك ضعف إدراك العينة لمستوى تنافسية مؤسساتهم البريدية، مما يُشير إلى غياب آليات فعالة لتعزيز المزايا التنافسية عبر تقديم خدمات ذات جودة عالية أو تحسين تجربة العملاء أو التحكم في التكلفة، وهي جميعها عوامل حيوية لرفع مستوى التنافسية في المؤسسات الخدمية. أما الانحراف المعياري فقد بلغ (0.517)، ما يُعبر عن تقارب آراء المستجوبين بخصوص هذا المحور، ويُعزز موثوقية التقدير العام بانخفاض درجة التنافسية في المؤسسات محل الدراسة.
- أما بخصوص أبعاد التنافسية، فقد جاء بعد الابتكار في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.09) وانحراف معياري (0.710)، وهو ما يعكس وعيًا محدودًا لدى المؤسسات بأهمية الابتكار كأداة تنافسية، ويفترض أنه رغم إدراك ضعيف، إلا أن هناك بعض المحاولات الجزئية لاعتماد برامج أو أساليب جديدة في تطوير الخدمات. يليه بعد الكفاءة التنظيمية بمتوسط (2.10) وانحراف معياري (0.749)، مما يشير إلى وجود بعض الجهود الإدارية لمحاولة ضبط التكاليف وتحسين الأداء، لكن دون الوصول إلى مستويات مؤثرة، ثم جاء بعد القدرات الاستراتيجية والتنظيمية بمتوسط (2.08) وانحراف معياري (0.650)، مما يعكس وجود تحديات متعلقة بتطوير القدرات الاستراتيجية واستثمار الموارد الداخلية لتحسين التنافسية.
- وفي المرتبة الرابعة جاء بعد القدرة التسويقية بمتوسط (2.02) وانحراف معياري (0.611)، وهو ما يدل على أن المؤسسات لم تبلور بعد استراتيجية تسويقية واضحة تميز خدماتها واستقطاب عملاء جدد، وأخيرًا جاء بعد المرونة في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.02) وانحراف معياري (0.544)، وهو ما يعكس محدودية قدرة المؤسسات على التكيف مع التغيرات في السوق واحتياجات الزبائن، مما يؤثر سلبيًا على تنافسيته.
- وفيما يخص تحليل الفقرات:
- ✓ كانت أعلى فقرة في المحور هي الفقرة رقم (10) بمتوسط (2.23)، حيث أجاب بـ "موافق بشدة" عدد (30) بنسبة (21.7%)، و "موافق" عدد (62) بنسبة (44.9%)، ما يُشير إلى وجود إدراك لأهمية تمكين العاملين وتشجيعهم على تقديم أفكار إبداعية كوسيلة لتحسين العمل والتفوق على المنافسين.
- ✓ تلتها الفقرة رقم (04) بمتوسط (2.17)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (28) بنسبة (20.3%)، و "موافق" عدد (69) بنسبة (50%)، ما يدل على إدراك نسبي لأهمية إشراك الزبائن في عملية تطوير الخدمات، وهو عنصر مهم في الابتكار الموجه نحو العملاء.
- ✓ أما أدنى فقرة في المحور فكانت الفقرة رقم (02) بمتوسط (1.90)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (40) بنسبة (29%)، و "موافق" عدد (76) بنسبة (55.1%)، ما يعكس وجود فجوة بين إدراك جودة الخدمات المقدمة وبين الواقع الممارس داخل المؤسسات.
- ✓ أيضًا جاءت الفقرة رقم (01) بمتوسط منخفض (1.93)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (36) بنسبة (26.1%)، و "موافق" عدد (81) بنسبة (58.7%)، ما يدل على أن مستوى مرونة الخدمات لا يزال محدودًا رغم أهميته في بيئة تنافسية متغيرة.
- ✓ في بعد الكفاءة التنظيمية، برزت الفقرة رقم (27) بمتوسط (2.13)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (32) بنسبة (23.3%)، و "موافق" عدد (75) بنسبة (54.3%)، مما يعكس وعيًا بأهمية تبسيط الإجراءات وتقليص دورة الإنتاج لتقليل التكلفة وتعزيز الكفاءة.

✓ أما في القدرة التسويقية، فكانت الفقرة رقم (23) الأعلى بمتوسط (2.13)، حيث أجاب "موافق بشدة" عدد (30) بنسبة (21.7%)، و "موافق" عدد (72) بنسبة (52.2%)، ما يشير إلى وجود رغبة لدى المؤسسات في تحقيق السبق نحو السوق، ولو أنها لم تتحول بعد إلى استراتيجية متكاملة.

● بصفة عامة، تشير النتائج إلى أن التنافسية داخل المؤسسات محل الدراسة لا تزال في مستوياتها الدنيا، وأن هناك حاجة إلى استراتيجيات واضحة تركز على الابتكار، وتطوير الكفاءة الداخلية، والقدرة على التسويق، بما في ذلك تحسين تجربة العملاء، والاستفادة من التحول الرقمي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات وتحليل النتائج:

سنعرض في هذا المطلب اختبار صحة الفرضيات وتحليل النتائج المتوصل إليها ومناقشتها.

أولاً- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

➤ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛

➤ الفرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛

للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير التحول الرقمي والتنافسية من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط Simple Regression وبالاعتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,743 ^a	,551	,548	,34748

a. محور التحول الرقمي، (Constante) : Prédicteurs

الجدول (21-2): يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر التحول الرقمي على زيادة التنافسية

Récapitulatif des modèles

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل (التحول الرقمي) والتابع (تنافسية المؤسسات) قد بلغ (0.743) وهو ما نسبته (74.3%)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.551) أي نسبته (55.1%) عند مستوى معنوية أقل من 5%، أي أن متغير التحول الرقمي يفسر زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة بنسبة (55.1%)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى

لم تدرج في النموذج، ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توافق جيد بين متغير تنافسية المؤسسات كمتغير تابع، ومتغير التحول الرقمي كمتغير مستقل؛

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	20,181	1	20,181	167,139	,000 ^b
De Student	16,421	136	,121		
Total	36,601	137			

a. Variable dépendante : محور التنافسية

b. Prédictors : (Constante), محور التحول الرقمي

الجدول (2-22): يوضح تحليل التباين:

ANOVA^a

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة ($F=167.139$) المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتي الحرية (1, 138) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، تعني أن التأثير الإحصائي لمحور التحول الرقمي على التنافسية حقيقي وليس مصادفة، وأن هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي في زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة؛

Modèle	Coefficients non standardisés	Erreur standard	Coefficients standardisés	T	Sig.
1 (Constante)	,336	,135		2,487	,014
محور التحول الرقمي	,816	,063	,743	12,928	,000

a. Variable dépendante : محور التنافسية

الجدول (2-23): يوضح اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

Coefficients^a

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير التنافسية موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين زيادتها وبين التحول الرقمي. وعليه وبناء على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة".

دلالة إحصائية للتحويل الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ومنه يمكننا القول أن: الفرضية الفرعية الأولى محققة.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

➤ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛

➤ الفرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛

للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير التكنولوجيا المالية ومتغير التنافسية من خلال معادلة الانحدار الخطي البسيط Simple Regression وبالاتتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

Modèle	Erreur			
	R	R-deux	R-deux ajusté	standard de l'estimation
1	,499 ^a	,249	,243	,44969

a. Prédictors : (Constante), محور التكنولوجيا المالية

الجدول (24-2): يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر التكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة

Récapitulatif des modèles

مصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل (التكنولوجيا المالية) والتابع (تنافسية المؤسسات) قد بلغ (0.499) وهو ما نسبته (49.9%)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.249) أي نسبته (24.9%) عند مستوى معنوية أقل من 5%، أي أن متغير التكنولوجيا المالية يفسر زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة بنسبة (24.9%)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى لم تدرج في النموذج، كما يمكن القول أن التكنولوجيا المالية تؤثر إيجابياً على التنافسية، لكن تأثيرها أضعف من التحويل الرقمي ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توافق جيد بين متغير تنافسية المؤسسات كمتغير تابع، ومتغير التكنولوجيا المالية كمتغير مستقل؛

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	9,100	1	9,100	44,999	,000 ^b
De Student	27,502	136	,202		
Total	36,601	137			

a. Variable dépendante : محور التنافسية

b. Prédictors : (Constante), محور التكنولوجيا المالية

الجدول (25-2): يوضح تحليل التباين:

ANOVA^a

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة ($F=44.999$) المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتى الحرية (138، 1) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة sig=0.000 وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية

المعتمدة، ومنه ورغم أن العلاقة معنوية إحصائياً، فإن مقدار التأثير ($R^2 = 0.249$) لا يزال محدوداً نسبياً، أي أن التكنولوجيا المالية تساهم فقط بـ حوالي ربع التغيرات في التنافسية لكن ذلك يعني وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية في زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة؛

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		T	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta			
1 (Constante)	,717	,201			3,567	,000
محور التكنولوجيا المالية	,627	,094	,499		6,708	,000

a. Variable dépendante : محور التنافسية

الجدول (2-26): يوضح اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

Coefficients^a

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير التنافسية موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين زيادتها وبين التكنولوجيا المالية. وعليه وبناءً على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، ومنه يمكننا القول أن: الفرضية الفرعية الثانية محققة.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"

➤ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛

➤ الفرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛

للتأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بتحليل العلاقة بين متغير التحويل الرقمي والتنافسية من خلال معادلة الانحدار الخطي المتعدد، وبالاعتماد على برنامج SPSS V 27 حيث تحصلنا على النتائج المبينة في الجداول أدناه:

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,748 ^a	,559	,553	,34572

a. Prédicteurs : (Constante), محور التحويل الرقمي, محور التكنولوجيا المالية

الجدول (2-27): يوضح نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر التحويل الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة التنافسية

Récapitulatif des modèles

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغيرات المستقلة (التحول الرقمي)، (التكنولوجيا المالية) والتابع (تنافسية المؤسسات) قد بلغ (0.748) وهو ما نسبته (74.8%)، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0.559) أي نسبته (55.9%) عند مستوى معنوية أقل من 5%، أي أن متغيرات المستقلة (التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية)، تفسر زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة بنسبة (55.9%)، والنسبة الباقية هي لمتغيرات أخرى لم تدرج في النموذج، ويمكن هناك علاقة قوية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	20,466	2	10,233	85,613	,000 ^b
	De	16,136	135	,120		
	Student					
	Total	36,601	137			

a. Variable dépendante : محور التنافسية

b. Prédicteurs : (Constante), محور التحول الرقمي, محور التكنولوجيا المالية

الجدول (2-28): يوضح تحليل التباين:

ANOVA^a

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة (F=85.613) المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتي الحرية (138، 1) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة sig=0.000 وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، هذا يعني أن المتغيرين المستقلين (محور التكنولوجيا المالية ومحور التحول الرقمي) لهما تأثير معنوي على محور التنافسية؛

Modèle		B	Erreur standard	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	T	Sig.
1	(Constante)	,192	,164			1,173	,243
	محور التحول الرقمي	,748	,077		,681	9,752	,000
	محور التكنولوجيا المالية	,136	,088		,108	1,544	,125

a. Variable dépendante : محور التنافسية

الجدول (2-29): يوضح اختبار المعاملات المؤثرة في النموذج:

Coefficients^a

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV27.

من الجدول أعلاه نجد أن ميل متغير التنافسية موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين زيادتها وبين المتغيرات المستقلة التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية، حيث أن التحول الرقمي هو المتغير الأكثر تأثيراً وله دلالة إحصائية قوية على تحسين محور التنافسية، والتكنولوجيا المالية يظهر تأثير إيجابي ولكن لا يمكن التأكد من معناه إحصائياً في هذا النموذج (غير دال عند مستوى 0.05).

وعليه وبناءً على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو

دلالة إحصائية للتحويل الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ومنه يمكننا القول أن: الفرضية الرئيسية محققة.

خلاصة الفصل الثاني:

لقد تم التطرق من خلال هذا الفصل إلى تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر، والتي كانت محل عينة من مكاتبها محل دراستنا الميدانية حيث تم الوقوف على أثر التحول الرقمي والتكنولوجية المالية على زيادة التنافسية بها، كما تم إجراء دراسة إحصائية لآراء عينة موجهة تقدر بـ (138) مفردة من موظفي المؤسسات، وتمت المعالجة الإحصائية للبيانات عن طريق برنامج SPSS.

وخلصت الدراسة إلى أن:

التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية يشكلان قوة دافعة لتحسين تنافسية المؤسسة بشكل كبير وتعزيز مكانتها في السوق المحلية والعالمية وذلك من خلال تبني المؤسسة استراتيجية شاملة للتحول الرقمي وتدمج فيها حلول التكنولوجيا المالية بشكل فعال. فالتحول الرقمي كرافعة للتكنولوجيا المالية، باعتباره عملية شاملة تهدف إلى دمج التقنيات الرقمية في جميع جوانب المؤسسة، مما يغير بشكل جذري في طريقة عملها وتقديمها للقيمة لعملائها. والتكنولوجيا المالية التي تعتبر جزء لا يتجزأ من هذا التحول الرقمي، حيث تركز على استخدام التكنولوجيا لتطوير وتقديم حلول مالية مبتكرة، مما يسهل المدفوعات والمعاملات المالية للمؤسسة، توفير حلول تمويلية رقمية مبتكرة ومرنة للعملاء تقديم خدمات مالية مخصصة من خلال تحليل البيانات تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين الامن والموثوقية. وعليه يوفر التحول الرقمي البنية التحتية والبيئة المناسبة لازدهار التكنولوجيا المالية داخل المؤسسة وهذا التكامل يمكن المؤسسة من تحسين عملياتها المالية تقديم قيمة أكبر لعملائها، من أجل تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

خاتمة

خاتمة

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية، من خلال دراسة ميدانية لعينة من مؤسسات بريد الجزائر بولاية المغير وتقرت، بهدف استكشاف مدى انعكاس ممارسات التحول الرقمي وتطبيقات التكنولوجيا المالية على تحسين تنافسية هذه المؤسسات وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج التي ساعدت في الإجابة على هذه التساؤلات والفرضيات، كما تم تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها تحسين هذا الأثر بما يعزز من تنافسية المؤسسات محل الدراسة خاصة والمؤسسات الاقتصادية عامة.

أولا. النتائج: تم التوصل في دراستنا إلى عدة نتائج نظرية وتطبيقية هي:

I. النتائج النظرية: خصلنا من خلال الفصل النظري لدرستنا إلى العديد من النتائج وفيما يلي نورد أهمها على سبيل الاختصار لا الحصر: بأن للتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية دورا مهما في زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية من خلال زيادة الكفاءة التشغيلية للموارد المالية والبشرية؛ رفع أداء المؤسسة؛ تحسين تجربة العملاء بتقديم خدمات مالية مبتكرة بأسرع وقت وبأقل تكلفة؛ زيادة ربحية المؤسسة وتوسيع حصتها السوقية؛ زيادة كفاءة ومهارة الموظفين مما ينعكس ذلك على زيادة إنتاجيتهم؛ مما يؤدي إلى رفع مردودية المؤسسة وأخيرا ترشيد الانفاق وتقليل التكاليف مما يعزز الوضعية المالية في المؤسسة.

II. النتائج التطبيقية: يمكننا تمييز النتائج التطبيقية لدراستنا إلى ما يلي:

1. نتائج عامة من الدراسة الميدانية:

تم التوصل في دراستنا الميدانية إلى عدة نتائج هي:

- ضعف البنية التحتية الرقمية: حيث أبرز ما ظهر في نتائج المحاور الثلاثة هو القصور في توافر التكنولوجيا واستخدامها بالشكل الأمثل، سواء عبر التطبيقات الذكية أو المنصات الإلكترونية أو حتى وسائل الدفع والتحويل الرقمي؛
- الفقرات المتعلقة بالوظائف الأساسية كطلب الخدمات أو معالجة البيانات أو التعامل مع الحركات المالية عبر التطبيقات، أظهرت انخفاضا شديداً في المتوسطات، ما يدل على غياب الجاهزية الرقمية الأساسية؛
- غياب الرؤية الاستراتيجية للتحول الرقمي: تشير النتائج إلى غياب تخطيط ممنهج لتكريس التحول الرقمي، وافتقار المؤسسات إلى رؤى متكاملة تتضمن التغيير في البنية التنظيمية والثقافية، بما يواكب المتغيرات التكنولوجية؛
- ضعف الاستثمار في العنصر البشري: الانخفاض في تقييم الفقرات المتعلقة بتأهيل الموظفين وتطوير مهاراتهم الرقمية يوضح أن المؤسسات لا تولي اهتماماً كافياً لتنمية الكفاءات البشرية القادرة على إدارة وتطوير النظم الرقمية والمالية الحديثة؛
- غياب ثقافة التنافسية الرقمية: أظهرت فقرات محور التنافسية الرقمية وعياً جزئياً بأهمية تحسين تجربة العملاء، لكن بقيت مؤشرات تطبيق الاستراتيجيات الرقمية منخفضة، ما يعكس محدودية في دمج التكنولوجيا ضمن نموذج العمل؛
- ضعف الأمن السيبراني وانعدام الثقة: النتائج المنخفضة في بعد الأمن السيبراني تُشير إلى قلة الاستثمار في الحماية المعلوماتية، ما قد يُقلل من ثقة الموظفين والعملاء في التعاملات الرقمية، ويُبطئ من تبني حلول تكنولوجيا مالية أكثر تقدماً.
- التحول الرقمي هو المتغير الأكثر تأثيراً وله دلالة إحصائية قوية على تحسين محور التنافسية.

2. نتائج الفرضيات:

فيما يلي عرض لنتائج فرضيات دراستنا:

الفرضية الرئيسية: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، بحيث كانت قيمة ($F=85.613$) المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتي الحرية (1، 138) وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، هذا يعني أن المتغيرين التكنولوجيا المالية والتحول الرقمي لهما تأثير معنوي على التنافسية؛ ومنه نقبل الفرضية الرئيسية :

"يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"،

الفرضية الفرعية الأولى: وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، قيمة ($F=167.139$) المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتي الحرية (1، 138)، وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، تعني أن التأثير الإحصائي لمحور التحول الرقمي على التنافسية حقيقي وليس مصادفة، وأن هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي في زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة؛ هذا يعني أن المتغير التحول الرقمي له تأثير معنوي على التنافسية؛ ومنه نقبل الفرضية البديلة:

"يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"،

✓ **الفرضية الفرعية الثانية:** وكان نصها كما يلي: "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)"، قيمة ($F=44.999$) المحسوبة وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجتي الحرية (1، 138). وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، وبما أن مستوى الدلالة $\text{sig}=0.000$ وهو أقل من 0.05 ($\alpha \leq 0.05$) مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، ومنه الدلالة معنوية إحصائياً؛ ومنه نقبل الفرضية البديلة «يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات محل الدراسة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)» ونرفض الفرضية الصفرية.

ثانياً: توصيات الدراسة:

- دعم البنى التحتية الرقمية والأنظمة الذكية بما يضمن مرونة العمليات وسرعة الأداء؛
- رصد ميزانيات دورية مخصصة لتطوير نظم المعلومات والتحول الرقمي؛
- تنظيم برامج تدريبية مستمرة للموظفين في مجالات التكنولوجيا الحديثة، الأمن السيبراني، والتكنولوجيا المالية؛
- تطوير تطبيقات سهلة وآمنة تُمكن الزبائن من إجراء معاملاتهم بكفاءة؛
- تعزيز ثقة المستخدمين في المدفوعات والتحويلات الرقمية.

ثالثاً : آفاق الدراسة:

كآفاق لهذا البحث نقترح الموضوعات التالية:

تُفتح هذه الدراسة آفاقاً واعدة لمزيد من البحث والتطوير في مجالات التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية، خاصة في السياق الجزائري، حيث لا تزال العديد من المؤسسات العمومية، مثل بريد الجزائر، في طور التحديث والتكيف مع متطلبات العصر الرقمي. كما تُبرز الدراسة الحاجة إلى إجراء بحوث مستقبلية تشمل مناطق جغرافية أخرى لتوسيع نطاق النتائج وتعميمها، فضلاً عن إمكانية مقارنة أداء المؤسسات الاقتصادية في بيئات مختلفة من حيث البنية التحتية الرقمية والثقافة المؤسسية. ومن جهة أخرى، يمكن أن تسهم هذه الدراسة في توجيه صانعي القرار نحو تبني استراتيجيات رقمية مبتكرة تدعم التحول الرقمي وتكامل التكنولوجيا المالية بشكل فعال، مما يُعزز من القدرة التنافسية للمؤسسات على المستوى الوطني والدولي. كما تقترح الدراسة دمج أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة في الدراسات المستقبلية لقياس الأثر الأعمق للتحول الرقمي على الأداء المؤسسي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب العربية

1. البار، عدنان مصطفى، والمرجي، خالد. (2018). التحول الرقمي: كيف ولماذا؟ جامعة الملك عبد العزيز، جامعة أم القرى.
2. عقوني، محمد. (2024). الدراسات المعاصرة والتحول الرقمي في العالم العربي.
3. القاضي، د.، & البياتي، م. (2008). منهجية واساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي 66 (SPSS). الاردن: دار الحامد للنشر و التوزيع.
4. لزعر، محمد أمين. (2020). المؤسسات الدولية وإصدار مؤشرات التنافسية الاقتصادية: أية مصداقية؟ المعهد العربي للتخطيط، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية، العدد 150.
5. ليان، فريد حبيب. (2019). التكنولوجيا المالية: جسر القطاع المالي إلى المستقبل. اتحاد شركات الاستثمار.
6. المثنوي، م. (2002). تقنيات و مناهج البحث العلمي. 177. منشأة المعارف الاسكندرية

ثانياً: المذكرات والاطروحات

1. بلمهدي، نبيلة. (2017-2018). واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمانية الجزائرية – دراسة حالة بريد الجزائر (أطروحة دكتوراه). جامعة الجزائر 3، تخصص تسويق.
2. بوخرصة، خ. (2015-2016). اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر RAM مستغانم [رسالة ماجستير، جامعة وهران].
3. بوعبد الله، ح. (2024-2025). التحول الرقمي وأثره على النمو الاقتصادي لدول المغرب العربي: دراسة قياسية للفترة (1990-2020) [أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3].
4. حجاج، ع. ر. (2007-2008). الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها: دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي [رسالة ماجستير، جامعة 20 أوت 55، سكيكدة].
5. حجاج، ن.، وآخرون. (2017-2018). أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي: دراسة عينة من المؤسسات البترولية الجزائرية خلال الفترة من 2010-2014. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 10، 958-976.
6. حجربوة، إ. (2023-2024). دور التكنولوجيا المالية في تطوير الأداء المصرفي [أطروحة دكتوراه، جامعة غرداية].
7. الدبابة، س. إ. س. (2024-2025). أثر تبني التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة في البنك التجاري الأردني [رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط].
8. سايح، ع. (2020-2021). دور إدارة الأداء في تحسين تنافسية المؤسسة الصناعية: دراسة حالة مؤسسة الأنابيب الحلزونية ALFAPIPE بغرداية [أطروحة دكتوراه، جامعة غرداية].
9. سعايدية، و. (2023-2024). تأهيل وتطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خيار استراتيجي لدعم التنوع الاقتصادي في الجزائر، جامعة 08 ماي 1945، قامة، 68-69.
10. عبد الغاني، م. (2022-2023). الابتكار في التكنولوجيا المالية ودوره في تطوير أداء المؤسسات المالية من خلال منظومة الشمول المالي: دراسة عينة من المؤسسات المالية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة أحمد دراية.
11. العياشي، مساعد. (2015-2016). التسويق الالكتروني ودوره في تحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة المسيلة (رسالة ماجستير). جامعة الجزائر 3.

12. القصير، ل. (2024-2025). التحول الرقمي في القطاع المصرفي ودوره في تحقيق الشمول المالي، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر [3].
13. قطار، ف. ز. (2024-2025). أثر التكنولوجيا المالية على ربحية البنوك: دراسة لعينة من الدول العربية للفترة 2012-2021، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 3.
14. قيمش، خ. (2023-2024). متطلبات تفعيل التكنولوجيا المالية في الصناعة المصرفية في الجزائر على ضوء تجارب بعض الدول، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس سطيف 1، 4.
15. محمد، و. (2006-2007). تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك: دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 107.
16. مراوي، ر. (2023-2024)، استخدام الأساليب الحديثة لمحاكاة التكاليف لتحسين تنافسية المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة بيسكو فروي – BISCO FRUITS بسكرة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 39-40.
17. مسكين، ا. ح. (2017-2018). الإدارة الحديثة للتكاليف ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجيلالي الياابس – سيدي بلعباس.
18. المطرف، ع. ر. (2020-2021)، التحول الرقمي للتعليم الجامعي في ظل الأزمات بين الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، المجلة العلمية بكلية التربية، جامعة أسيوط، (7)، 162.
19. النجار، إ. ب. ه. (2018-2019). الاقتصاد الرقمي والفجوة الرقمية في الوطن العربي، أطروحة دكتوراه، جامعة البصرة.
20. وهاب، محمد. (2005-2006)، تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك – دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر (رسالة ماجستير). جامعة الجزائر.

ثالثا: مقالات ومجلات

1. (عبد القادر خري، 2017)، (طرق وأساليب تحسين تنافسية المؤسسة في ظل الاقتصاد المفتوح الاقتصادي، مجلة جديد الاقتصاد، العدد 03، 15-19).
2. بريش، ر.، & يدو، م. (2021)، دور التكنولوجيا المالية في تطوير التمويل الإسلامي: دراسة حالة ماليزيا. مجلة الإبداع، 11(1)، 607-626.
3. بلقاسي، ر.، & سلام، ع. (2024، ديسمبر 28). أثر التحول الرقمي على ربحية القطاع المصرفي الجزائري (2017-2021). مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 27(3)، p. 120.
4. بوسهوة، ن. (2023). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات البريدية: دراسة حالة قطاع الخدمات البريدية بالجزائر، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، 10(2)، 197-219.
5. حي، ب.، & قوجيل، م. (2024)، دور التكنولوجيا المالية في تمويل الشركات الناشئة مع الإشارة لحالي الجزائر وفرنسا، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، 9(2)، 307-333.
6. الرزاق، ب. ر. (2024، ديسمبر 28). أثر التحول الرقمي على ربحية القطاع المصرفي. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 27(3)، p. 120.
7. رزوق، إ.، & حجاج، ع. ر. (2022)، تحليل الاقتصاد الجزائري من خلال التنافسية العالمية للمنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) خلال الفترة 2010-2019، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، 11(1).
8. سارة، ي. إ. (2019، ديسمبر 31). التسويق الرقمي: كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق. مجلة التنمية الاقتصادية، 135.

9. سالم، أ.، & بن حسين، م. (2020)، سياسة تعميم الاقتصاد الرقمي في المؤسسة الجزائرية مجلة اقتصاد المال والأعمال، 235-234.(2)5.
10. سامي، هـ وآخرون. (2024)، التكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على الشمول المالي في زيمبابوي. مجلة الدراسات الإفريقية، 46(3).
11. سلام، ر. ب. (2024، ديسمبر 28). أثر التحول الرقمي على ربحية القطاع المصرفي الجزائري (2017-2021). مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 27(3)، 120.
12. سلايمي، ج.، & بوشي، ي. (2019)، التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر. مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الوادي، 2(2)، 948.
13. سيد أحمد، س.، & عبد المجيد، الز. (2020)، دور الابتكار التكنولوجي في رفع تنافسية المؤسسة: دراسة حالة المؤسسة الجزائرية. مجلة الاستراتيجية والتنمية، 10(5)، 397-378.
14. شابو، ر.، & زرفاوي، ع. ك. (2024)، دور التحول الرقمي في تحسين الأداء المالي للمؤسسات المالية. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 7(1).
15. شحادة، م. خ. (2022)، التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في المصارف الإسلامية: دراسة في المصالح والمفاسد. مجلة بيت المشورة للاستشارات المالية، 17(17)، 43-27.
16. شلبي، م. ص.، & إسماعيل، إ. ي. ف. (2024)، تأثير التحول الرقمي على الميزة التنافسية. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، 9(2)، 49-27.
17. صابر، م. ع. (2023). التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي: دراسة تحليلية لمجموعة من الدول العربية. مجلة الاسكندرية للبحوث الادارية ونظم المعلومات، 1، 100-99-98.
18. عبايدية، ب.، & طالحي، ف. ز. (2024)، التحول الرقمي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة. مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، 8(1)، 201-184.
19. علام، و. ك. م. ك. (2021)، التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، 159-220.
20. عيسى، ج. ص.، & يوسف، ع. ع. (2023)، دور التكنولوجيا المالية في تحسين الأداء المالي لدى شركات التأمين. مجلة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، 45(4).
21. غياط، ش.، & مكاحلية، م. (2021)، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كآلية لتفعيل دورها التنموي. مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، 2(2)، 32-1.
22. فاري، ل. س. (2021)، دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات. المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، 8(15).
23. قاسم، ع. ا. (2023، يوليو). أثر استخدام التكنولوجيا المالية (FINTECH) على دعم الميزة التنافسية للبنوك. المجلة الأكاديمية للعلوم الاجتماعية، 7.
24. قلاوي، ن.، & طالب، م. (2021، ديسمبر 31). الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر-حالة مؤسسة مطاحن الخروش سكيكدة-. جديد الاقتصاد، 16(1)، 238.
25. قوفي، س. (2023)، التنافسية والميزة التنافسية: أيهما أولاً؟ نحو تصور مقترح لتفسير العلاقة بين التنافسية وميزتها. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 7(8).
26. قيمش، خ.، & بلعة، ج. (2021). وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات. مجلة غير محددة الاسم، 5(1).

27. لقصير، ل.، & خالدي، هـ (2021). دور مؤسسة بريد الجزائر في تعميم الخدمات الرقمية: البطاقة الذهبية نموذج. مجلة الباحث، 24(1).
28. مرسي، خ.، & موساوي، هـ (2023). تطبيق التحول الرقمي كآلية لتحسين أداء البنوك (دراسة بنك متعدد الجنسيات). مجلة المنهل الاقتصادي، 6(1)، 536-523.
29. مسعداوي، ي. (2007). القدرات التنافسية ومؤشراتها. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، (35)، 174-163.
30. مغربي، ع. ق.، & بوزيان، ع. (2018). المسؤولية الاجتماعية في ظل الحوكمة وتنافسية الشركات الاقتصادية: دراسة حالة شركة موبيليس. مجلة دفاتر اقتصادية، 10(2)، 295-278.
31. مغربي، ع.، & بوزيان، ع. (2018، ديسمبر 12). المسؤولية الاجتماعية في ظل الحوكمة وتنافسية الشركات الاقتصادية- دراسة حالة شركة موبيليس-. مجلة دفاتر اقتصادية، 9(2)، 268.
32. منير، ن. (2006، جوان 05). تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة الاقتصادية. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، 3(4)، 43-28.
33. مومن، ع. ك.، & معروزي، م. أ. (2024). التكنولوجيا المالية لرقمنة القطاع المالي في الجزائر ودورها في تحقيق رضا العملاء. مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، 7(2)، 372-357.
34. نعوم، م. (2020). تأثير الثقافة التنظيمية على نجاح التحول الرقمي في المؤسسة. مجلة معهد العلوم، (2)، 562.
35. هداجي، ع. ج.، عبد الغاني، م.، & يحيوي، ع. ق. (2022). الابتكار في التكنولوجيا المالية كآلية لترقية التجارة الإلكترونية. مجلة غير محددة الاسم، 8(1).
36. وئام، م.، & ياسمين، ع. (2024). تجربة التحول الرقمي والتوجه نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر. مجلة الدراسات البيئية والتنمية المستدامة، 3(2)، 157-144.
37. الياس، س. (2021). التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال. مجلة أبحاث ودراسات التنمية، 8(1)، 248-230.
38. يحيوي، إ.، & قراصي، س. (2019). التسويق الرقمي: كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق. مجلة التنمية الاقتصادية، 4(2)، 135.
39. يوسف، ر.، ودان، ب. ع.، & مخفي، أ. (2012). دراسة تحليلية لتنافسية الاقتصاد الجزائري. مجلة دفاتر بواذكس، (1).

رابعا: التقارير

1. المعهد العربي للتخطيط. (2016). أجندة الجلسة الأولى - اليوم الثاني: تحليل تقرير التنافسية. الكويت، 14.
2. يوسف، ن.، (2021). صندوق النقد العربي، مؤشر التقنيات المالية الحديثة في الدول العربية (FinXAr)، 16-08.

خامسا: الملتقيات

3. بربري، م. أ. (2016). دور وأهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية. مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي، الجزائر.
4. بلاغيث، م.، خليف، ر.، وشرقي، م. (2021، 11 ماي). التحول الرقمي ضرورة حتمية للدول ومنظمات الأعمال لمواكبة التطورات: تجربة. مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني بعنوان: المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في ظل التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي: الفرص والتحديات، الجزائر.
5. جلمودي، س.، وطرراوي، أ. (د.ت). (2023). دور التحول الرقمي في جودة خدمات المصارف الإسلامية والتحديات: دراسة حالة مصرف السلام. أبحاث الملتقى الوطني حول جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي وإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية: رهانات وتحديات - تقييم الواقع واستشراف المستقبل.

6. رزيق، ك.، وبوزعرور، ع. (2002)، التنافسية الصناعية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية. مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة.
7. رشوان، ع. م. س.، وقاسم، ز. ع. أ. (2020). دور التحول الرقمي في رفع كفاءة أداء البنوك وجذب الاستثمارات. في أعمال المؤتمر الدولي الأول في تكنولوجيا المعلومات والأعمال، مصر.
8. مسعداوي، يوسف. (2005)، القدرة التنافسية ومؤشراته. مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة. 09-08.
9. نوير، ط. (2003)، دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
10. يعقوب، إ. إ.، وآخرون. (2021). التكنولوجيا المالية كأحد استراتيجيات تعافي القطاع المصرفي العراقي في مرحلة ما بعد كوفيد-19: دراسة استطلاعية. في أعمال المؤتمر العلمي الدولي الثاني والوطني الرابع، العراق.

المراجع باللغة الأجنبية:

Books :

1. <https://doi.org/10.1093/biomet/75.2.335> Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2016). The evolution of FinTech: A new post-crisis paradigm. *Georgetown Journal of International Law*, 47(4), 1271–1319. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
2. Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335–346.
3. Transformation numérique des banques : Menace et opportunités. In *Les banques aux prises avec la fintech (L'Économie politique, N°75)*, La Découverte, 82–92.
4. Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2024). Leading digital: Turning technology into business transformation. *Harvard Business Review Press* 66- .

Articles:

21. (Nicolas Blin ،(2016). La transformation Digitale: Business & Décisio Blog.<https://fr.blog.businessdecision.com>.
22. (Schafer Lucas & Autres ،(2023) The Role of Digital Transformation in Enhancing SMEs Competitiveness in Emerging Economies, *Proceeding of The International Conference on Economics and Business*, 2(1), 151– 157.
23. ,Yifiev Xie,Zhenggang Song)(2024) A Preliminary Study on the Impact of Digital Transformation on the Competitive Advantage of Organisation, *Transaction on Economics Business and Managment Research*, V12.Van Tinh Do ,2024):
24. . ,Pradeep Dwivedi & Autres)(2021) Role of Fin Tech Adoption for Competitiveness and Performance of the Bank : A Study of Banking Industry in UAE ,*International Journal of Global Business and Competitiveness*,V16,130-138.
18. Xin Wang) & Autres ،(2025 بعنوان A Systemic Approach to Evaluating Fintech-Driver Competitiveness in Commercial Banks: Integrating Delphi and ANP Methods, *Systems* 2025, 13, 342, <https://doi.org/10.3390/systems13050342>
19. (Haleema Abdulla & Autres) (2024) Impact of Fin Tech Adoption on Competitiveness and Performance of Banks, *Springer, Studies ,in Systems, Decision and Control*, 538.
20. Dasilas,A) &Autres , (2023)The impact of FinTech firms on bank performance : evidence from the UK,*EuroMedJournal of Business*,20(1),224-288.
25. Autres) & ,Rahayu Ningsih(2021) The Financial Technologies Utilization to Increase the Competitive Advantage of Product Marketing, *Journal Economic Resource*, V4, N2
1. Bouabdellah, M., & Bouabdellah, H. (2019). Digital transformation challenges. *Algerian Journal of Economy and Finance*, (2), 72.

26. Competitiveness of Commercial Banks in Da Nang City The Impact of Digital Transformation on the, *Journal of Electrical Systems*, V20, N3 , 3164-3153.
2. De Kerviler, I. (2021). La compétitivité : Enjeu d'un nouveau modèle de développement. *Journal Officiel*.
3. Deloitte. (2020). *Global FinTech Report: Understanding consumer adoption and satisfaction*.
4. Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*.
5. Gao, L., & Waechter, K. A. (2015). Online consumer satisfaction in the context of financial technology (FinTech).
6. Goujard, A. (2015). Améliorer la compétitivité, le pouvoir d'achat et l'emploi en renforçant la concurrence en France. *OECD Reports*, N1267.
27. haripova ,U.A.: (2024) « Digita Transformation and International Competition Analysis of the Impact of Digital Technologies on Competitiveness and Development of International Business, *American Journal of Business Management, Economics and Banking*, 25, 112–11 6.
7. IMF. (2017). *FinTech and financial services: Initial considerations*.
8. **Imran KHAN & Autres ,2025** (Fintech Adoption and Sustainable Performance In Banking Institutions : The Role of Digital Transformation, *Journal of Media Horizon*, V6, I1.
9. KPMG. (2019). *The pulse of FinTech: Global trends in financial technology*.
10. Kutu Mondong, C. (2023). Les déterminants de la compétitivité des PME : Une approche basée sur le profil dirigeant. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*.
11. Lirca, M. (2017). Les banques aux prises avec les fintech. *L'Economie*, 75(03).
28. Martínez-Caro, E., Autres) (2023) «Digital Transformation and Competitive Advantage in the Service Sector: A Moderated-Mediation, *Sustainability*, 15(3), 2077.
12. PWC. (2021). *Financial services technology 2020 and beyond: Embracing digital transformation*.
13. Saxena, A., & Sharma, R. (2017). Consumer adoption of financial technologies (FinTech): A literature review.
14. Schmuki, D. (2017). SWISS financial center under the platform of economic policy. *Press Conference*.
15. Serge, S. K., & Autres. (2019). Is FinTech good for bank performance? The case of mobile money in the East African Community. *International Journal of Finance and Economics*.
16. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 114–117.
17. Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwab, G. (2016). The FinTech phenomenon: Antecedents of financial innovation perceived by the popular press. *Financial Innovation*, 2(16).

Reports :

1. Deloitte. (2020). *Global Fintech Report: Understanding consumer adoption and satisfaction*.
2. Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*.
3. FMI. (2017). *Fintech and financial services: Initial considerations*.
4. KPMG. (2019). *The pulse of FinTech: Global trends in financial technology*.
5. PwC. (2021). *Financial services technology 2020 and beyond: Embracing digital transformation*.

Séminaires :

1. Schmuki, D. (2025). SWISS Financial Center under the platform of economic policy [Press conference]

Web site :

1. بردان، ع. (2013، 13 أغسطس). ما هو التحول الرقمي وكيف تعرفه الشركات الرقمية ومحركات دفع التحول . <https://www.egovccepts.co> الرقمي والتكنولوجيا. تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من
15. ع. ح. (2024). التكنولوجيا المالية في الاعمال المصرفية .رقمنة الاعمال والبحث العلمي :رؤى مستقبلية .(6-7 pp) Consulté le 2 14, 2025, sur <https://www.aau.edu.jo/sites/default/files/2024/09/18.pdf>
11. *bakkah.com*. (2025, 2 5). Récupéré sur ماهي استراتيجية التحول الرقمي وأهم الاستراتيجيات والتقنيات وكيفية تطوير محاورها والاتجاهات الرئيسية لها <https://www.bakkah.com/ar/knowledge-center/>
12. *midocean.ae*. (2025, 05 18). Récupéré sur what are the Different Types of Fintech: <https://midocean.ae/what are the Different Types of Fintech/>
13. Raflaski, K. (2025, mars 9). مستقبل الانترنت النكي :4.0 فهم الويب . Consulté le juin 6, 2025, sur Netguru: <http://www.netguru.com>
14. تجارب ودروس دولية للدول العربية: التكنولوجيا المالية كأداة لتعزيز الشمول المالي والتحول الرقمي المصرفي .(2021) . ع ., (p. 4). Consulté le mai 3, 2025, sur <https://www.resarch.gate.net/publication.3534299925>
2. Adkonatact. (n.d.). تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من <https://www.adkonatact.com>
3. Brains RS. (n.d.). تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من <https://brains-rs-.com>
4. GSMA. (n.d.). Mobile economy. تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من <https://www.gsma.com/mobileeconomy/>
5. i-Scoop. (n.d.). Digital transformation: Online guide to digital business transformation. تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من <https://www.i-scoop.eu>
6. MSCI. (n.d.). MSCI ACWI IMI Fintech Innovation Index USD Net. تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من <https://www.msci.com/documents/10199/255599/msci-acwi-imi-fintech-innovation-index-usd-net-pdf>
7. <http://ambar.kau.edu.sa/> البار، ع. م. (2013). تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من
8. (أبريل). تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من 27، (2021). (AMF). صندوق النقد العربي <https://www.amf.org.ae/ar/news/27-04-2021>
- مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية . تحليل تقرير التنافسية -اليوم الثاني-الجلسة الثانية .(12جانفي، 2025) . ا. ا. ، للتلخيص 27(1). Récupéré sur <https://www.arab-api.org/files/training/programs/1/2018/414-p17018-5.pdf>.16
17. ماهي استراتيجية التحول الرقمي وأهم الاستراتيجيات والتقنيات وكيفية تطوير محاورها والاتجاهات الرئيسية لها (2025, février). Récupéré sur [bakkah.com: https://bakkah.com/ar/knowledge-center/](https://bakkah.com/ar/knowledge-center/)
9. مزن. (2023، 30 أبريل). ما هو التحول الرقمي وما هي أشكاله؟ تم الاسترجاع في 20 مايو 2025 من <https://www.mozn.ws>
10. مؤشرات قياس التحول الرقمي – استشارات برينز فالي ، <https://brains-rs.com> (18-05-2025 / 13:00) .

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارة وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية ثانية ماستر تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

﴿ استبيان ﴾

أخي الكريم، أختي الكريمة، تحية طيبة وبعد:
يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها بقصد استكمال
مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية بعنوان:

" أثر التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية على زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية "

وتهدف الدراسة إلى معرفة مدى تأثير التحول الرقمي واستخدام التكنولوجيا المالية على زيادة وتعزيز تنافسية المؤسسات
الاقتصادية.

الرجاء أخي الفاضل/ أختي الفاضلة التكرم بقراءة العبارات بتأني وتعبئة الاستبانة من خلال ابداء رأيك في العبارات بوضع
علامة (X) في المكان المناسب بناء على تقديرك الشخصي، علماً بأن المعلومات التي يتضمنها هذا الاستبيان ستكون محل سرية
تامة ولن تستخدم إلا في مجال البحث العلمي فقط دون الإشارة إلى صاحبها، كما نحيطكم علماً أنه ليس هناك إجابة صحيحة أو
خاطئة نحن نريد معرفة توجهاتكم (آراءكم) فقط.
وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير لتعاونكم ومشاركتم في إنجاز وإتمام هذه المذكرة.

تحت إشراف:

الأستاذة الدكتورة: رحيمة بوصبيح صالح

من إعداد الطالبات:

مليكة قسوم

فاطمة الزهراء دندوقي

سمية خبزي

الإيميل: khabzisoumia@gmail.com

الموسم الجامعي: 2025/2024

الرقم	الفقرات	البعد	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
-------	---------	-------	-------	------------	-------	-----------	----------------

أولاً: البيانات الشخصية

الرجاء الإجابة عن الأسئلة التالية بوضع علامة (x) في المكان المقابل للإجابة المناسبة أو ملأ الفراغ بكتابة الإجابة المناسبة.

1. الجنس:

ذكر	أنثى

2. العمر:

اقل من 30 سنة	30 – 39 سنة	40 - 49 سنة	50 فما فوق

3. المؤهل العلمي:

تقني سامي	ليسانس	ماستر	دكتوراه	اخرى (حدد)

4. الوظيفة الحالية:

مدير	مدير مصلحة	موظف إداري	موظف فني	وظيفة أخرى (حدد)

5. سنوات الخبرة العملية:

أقل من 5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنوات	16 - 20 سنة	من 21-25 سنة	أكثر من 26 سنة

المحور الأول: التحول الرقمي*								
					البعد التكنولوجي	01	لدى مؤسستي العديد من الأجهزة الالكترونية التي تمنحها القدرة على القيام بكل المهام بأريحية	
						02	تستخدم مؤسستي أنظمة وتطبيقات رقمية مطورة داخليًا وخارجيًا.	
						03	تعتمد مؤسستي على العمليات الآلية بنسبة كبيرة، مما قلل الاعتماد على العمليات الورقية.	
						04	تدمج مؤسستي بين الأنظمة القديمة والجديدة بكفاءة	
						05	تبنى مؤسستي التغيرات الرقمية بسرعة وفعالية	
						06	تستثمر مؤسستي بشكل جيد في البحث والتطوير الرقمي	
						07	تزداد في مؤسستي معدلات تبني تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء	
					البعد البشري	08	يستخدم معظم الموظفين في مؤسستي التقنيات الرقمية بانتظام.	
						09	توفر مؤسستي تدريبات منتظمة للموظفين على التقنيات الحديثة.	
						10	يتمتع الموظفون في مؤسستي بالقدرة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية.	
						11	تساهم التقنيات الحديثة في رفع كفاءة وإنتاجية الموظفين في مؤسستي.	
					تحسين تجربة العملاء	12	يملك موقع وتطبيق مؤسستي واجهة واضحة وسهلة الاستخدام.	
						13	يتفاعل الزبائن رقميا بسهولة مع الخدمات الرقمية لمؤسستي	
						14	يقدم موقع وتطبيق مؤسستي جميع الخدمات المطلوبة للعملاء.	
						15	تعالج مؤسستي العمليات والطلبات بسرعة عبر المنصات الرقمية.	
						16	ترد مؤسستي على استفسارات العملاء عبر الإنترنت بفعالية.	
						17	يُظهر العملاء اعتمادًا متزايدًا على التطبيقات الذكية لمؤسستنا في معاملاتهم اليومية	
						18	يشهد الموقع الإلكتروني لمؤسستنا نموًا ملحوظًا في عدد الزيارات شهريًا	
						19	يلاحظ ارتفاعًا مستمرًا في نسبة العملاء الذين يفضلون استخدام	

* يشير التحول الرقمي في مؤسساتكم إلى عملية دمج التقنيات والاستراتيجيات الرقمية لتغيير طريقة عمل مؤسساتكم والتفاعل مع العملاء بشكل جذري لتبسيط العمليات وتعزيز تجارب العملاء ودفع الابتكار والحفاظ على المنافسة في العصر الرقمي.

						الخدمات الرقمية لمؤسستنا	
						يزداد اعتماد العملاء على الخدمات الرقمية بدلاً من الزيارات المباشر	20
						يملك العملاء حسابات في الموقع والتطبيق الخاصين بمؤسستي	21
						تنشر مؤسستي بشكل مستمر استبيان الكتروني لمعرفة توجهات وأراء الزبائن	22
						يمكن لمؤسستي الوصول للخدمات السحابية واستخدامها بسهولة	23
						تنقل مؤسستي البيانات الخاصة بعملائها للسحابة الالكترونية	24
						تقوم مؤسستي بجمع بيانات العملاء عبر المنصات الرقمية الخاصة بها وتحليلها	25
						توفر مؤسستي أدوات تحليل بيانات لمساعدة الموظفين على اتخاذ قرارات أسرع .	26
						تستخدم مؤسستي تقنيات مثل البلوك تشين، تحليل البيانات الضخمة لتعزيز الأمان وتقليل الاحتيال في المعاملات المالية	27
						تستخدم مؤسستنا أحدث البرمجيات الأمنية لحماية البيانات والبنية التحتية من الهجمات السيبرانية	28
						يتم الكشف المبكر عن الثغرات الأمنية وتحسينها	29
المحور الثاني: التكنولوجيا المالية*							
						يمكن التقدم بطلب الحصول على خدمات مالية من خلال التطبيق والموقع الإلكتروني لمؤسستي	01
						يمكن لمؤسستي التعامل مع عدد كبير من طلبات الخدمات المالية في وقت واحد من خلال الموقع الإلكتروني	02
						يمكن التقدم بطلب الحصول على بطاقة ائتمان من خلال التطبيق والموقع الإلكتروني لمؤسستي	03
						يسمح تطبيق مؤسستي وموقعها الإلكتروني بسداد قيمة المشتريات من المحلات	04
						يمكن دفع الفواتير (الكهرباء، الغاز، الماء...) من خلال التطبيق والموقع الإلكتروني	05
						يسمح تطبيق مؤسستي وموقعها الإلكتروني بتلقي الخدمات المالية بين العملاء	06
						تتوفر للعميل المعلومات المحدثة عن مؤسستي والخدمات المالية المقدمة من قبلها عبر تطبيقه وموقعه الإلكتروني	07

* تشير التكنولوجيا المالية إلى استخدام التكنولوجيا في المؤسسة لتحسين وتطوير الخدمات المالية.

أثر التحول الرقمي و التكنولوجيا المالية في زيادة تنافسية المؤسسات

						08	يتم إعلام العملاء من خلال اشعارات التطبيق والموقع الإلكتروني عند قيامهم بأية حركة مالية
						09	يتم إعلام العملاء من خلال اشعارات التطبيق والموقع الإلكتروني بكل ما هو جديد عن الخدمات المالية الخاصة بمؤسستي
					المدفوعات الإلكترونية	10	يملك عمال مؤسستي مهارات تكنولوجية تمكنهم من التحكم في تقنيات التكنولوجيا المالية
						11	تستخدم مؤسستي الذكاء الاصطناعي (مثل روبوتات المحادثة) لحل استفسارات العملاء بسرعة ودقة.
					المدفوعات الإلكترونية	12	تستخدم مؤسستي تقنية بلوك تشين* لتبسيط المدفوعات
						13	استخدام بطاقة الدفع الإلكترونية لمؤسستي يقلل من أعباء الموظفين
					الاستثمار والتطوير	14	تسمح مؤسستي بالخدمات المالية المفتوحة*
						15	تقوم مؤسستي بمشاركة بياناتها مع مزود خدمة آخر (عن طريق الانترنت)
						16	تستخدم مؤسستي البيانات المتحصل عليها في تطوير خدماتها المالية
						17	تفتح مؤسستي واجهات برمجة التطبيقات الخاصة بها لمطوري الخدمات المالية الإلكترونية
المحور الثالث: التنافسية*							
					جودة الخدمة	01	تقدم مؤسستي خدمات تتصف بالمرونة
						02	تتصف الخدمات المقدمة من قبل مؤسستي بالجيدة
						03	تقدم مؤسستي خدمات مصممة حسب احتياجات العملاء
						04	تهتم مؤسستي بأفكار الزبائن وتأخذ بأرائهم ومقترحاتهم التي من شأنها أن تطور المنتج
						05	تستخدم مؤسستي تكنولوجيا تواكب تطور رغبات الزبون المتجددة في تقديم خدماتها
					الابتكار	06	تساهم إدارة المعلومات والمعرفة داخل مؤسستي في الاستجابة لتغيرات البيئة الخارجية

* تقنية البلوك تشين هي آلية قواعد بيانات متقدمة تتيح تبادل المعلومات بشفافية داخل شبكة الأعمال.

* تشير بفتح البيانات لمقدمي الخدمات الخاضعين للتنظيم للوصول إليها واستخدامها ومشاركتها..

* تنافسية مؤسستكم: هي قدرة مؤسستكم على مواجهة المنافسة في الأسواق المحلية أو العالمية وامتلاكه لمزايا تساعد في الحصول والاحتفاظ بحصص سوقية كالتكلفة المنخفضة والسعر المناسب وتعدد الخدمات المقدمة وجودة الخدم.....

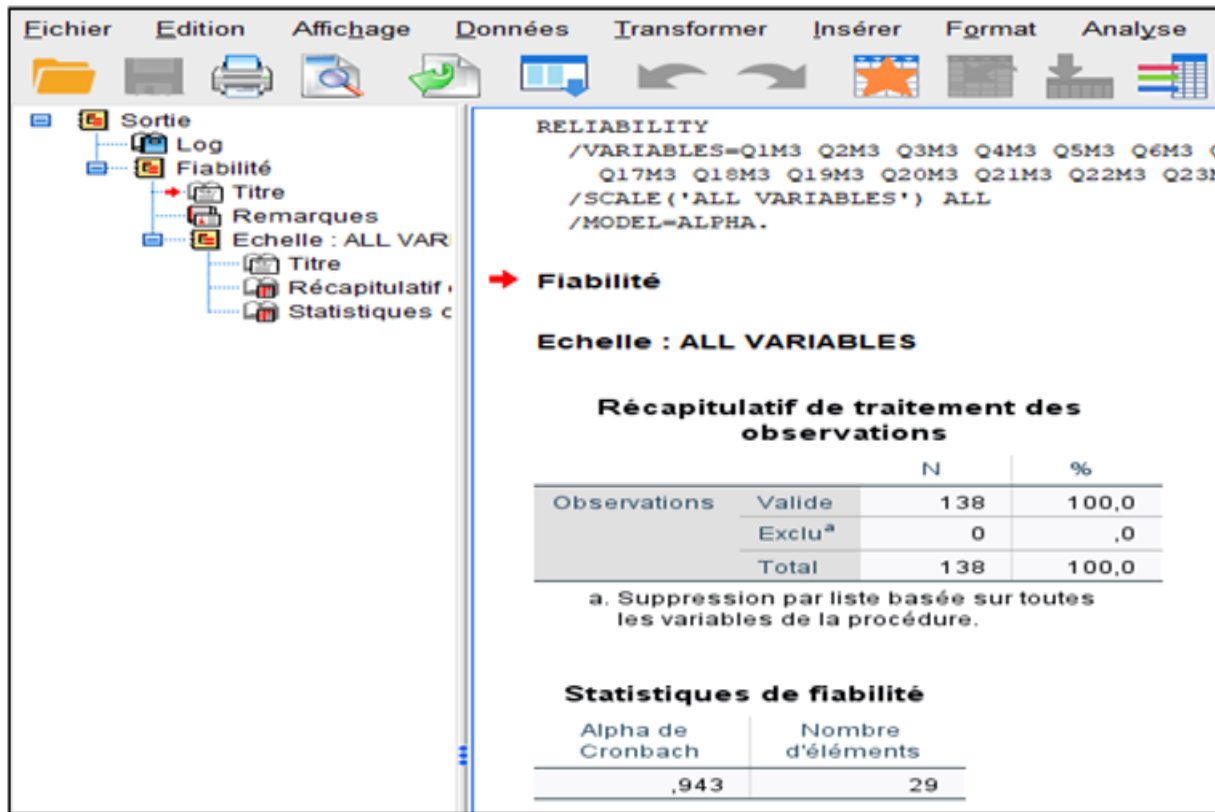
						تمتلك مؤسستي برمجيات متطورة تعمل على تحسين وتطوير المنتج	07
						تراقب مؤسستي جودة منتوجاتها بشكل مستمر من خلال إدارة معلوماتها	08
					القدرات الاستراتيجية والتنظيمية	تقوم مؤسستي بنشر مفاهيم الجودة بين العاملين في مختلف أقسامها	09
						تتيح مؤسستي المجال لأفكار العاملين الإبداعية لتطوير العمل	10
						تسعى مؤسستي إلى تقديم خدمات مستحدثة وابتكار منتجات جديدة لكسب عملاء جدد	11
						تقدم مؤسستي منتجات ذات جودة عالية من خلال التطوير المستمر للمنتج	12
						توفر مؤسستي مصلحة خاصة تعني بدراسة تحسين جودة الخدمات	13
						تحسن مؤسستنا جودة الخدمات المقدمة بشكل مستمر	14
					المرونة	تعدل مؤسستنا خدماتها بسرعة استجابة لتغيرات طلب العملاء	15
						يقابل طلب العميل باستجابة سريعة اما مباشرة أو عن طريق التطبيق أو الموقع	16
						تلتزم مؤسستي بتقديم الخدمة في الوقت المحدد والموصفات المطلوبة	17
						تحرص مؤسستي على تقليل شكاوى العملاء عبر تحسين جودة الخدمات باستمرار	18
						تقوم مؤسستي بمعالجة شكاوى العملاء في اجال قريبة	19
					القدرة التسويقية	تحقق مؤسستي حصة سوقية عالية	20
						تتوفر في مؤسستي خدمات فريدة تجعل العميل وفيها لها	21
						يلاحظ زيادة في انجذاب العملاء لمؤسستي بشكل مستمر	22
						تسعى مؤسستي للأسبقية في الدخول منتجاتها للسوق	23
						تمتلك مؤسستنا ميزة تنافسية واضحة مقارنةً بالمنافسين	24
						تعزز مؤسستنا قدرتها التنافسية باستمرار	25
					الكفاءة التنظيمية	تدعم مؤسستي أنشطة البحث والتطوير لتخفيض التكاليف	26
						تعمل مؤسستي على تقليل فترة انتظار زبائنها من خلال تبسيط إجراءات العمل وتقليص دورة الإنتاج لتقليل التكلفة	27
						تساهم الخدمات الرقمية في تخفيض تكاليف التشغيل بمؤسستي	28
						تناسب تكلفة الخدمات المقدمة مع جودتها، مما يعزز رضا العملاء	29

شكراً لكم على مساهماتكم وتعاونكم معنا.

قائمة الأساتذة المحكمين:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
د/حملاوي سكينه		جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
د/قاسمي عائشة		جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي
د/رمضاني وفاء		جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

مخرجات spss



ملحق رقم 01: يمثل معامل ثبات محور التحول الرقمي

RELIABILITY
 /VARIABLES=Q1M2 Q2M2 Q3M2 Q4M2 Q5M2 Q6M2 Q17M2
 /SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

Observations	Valide	N	%
	Exclu ^a	0	,0
	Total	138	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,810	17

ملحق رقم: 02 يمثل معامل ثبات محور التكنولوجيا المالية

RELIABILITY
 /VARIABLES=Q1M3 Q2M3 Q3M3 Q4M3 Q5M3 Q6M3 Q17M3 Q18M3 Q19M3 Q20M3 Q21M3 Q22M3 Q23M3
 /SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

→ **Fiabilité**

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

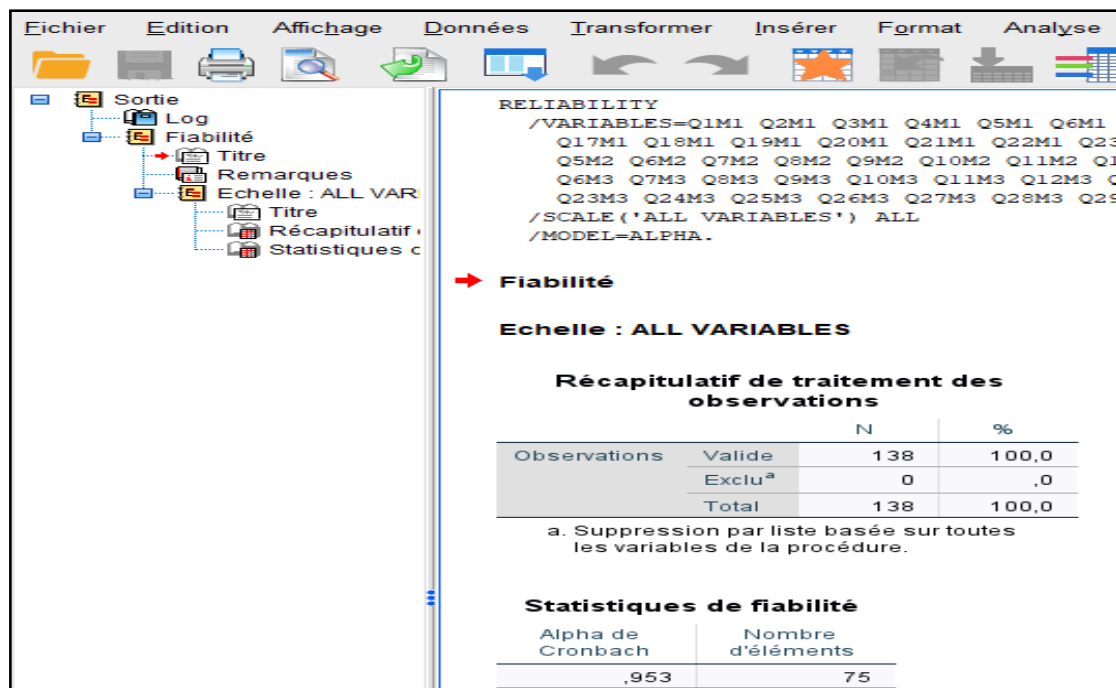
Observations	Valide	N	%
	Exclu ^a	0	,0
	Total	138	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

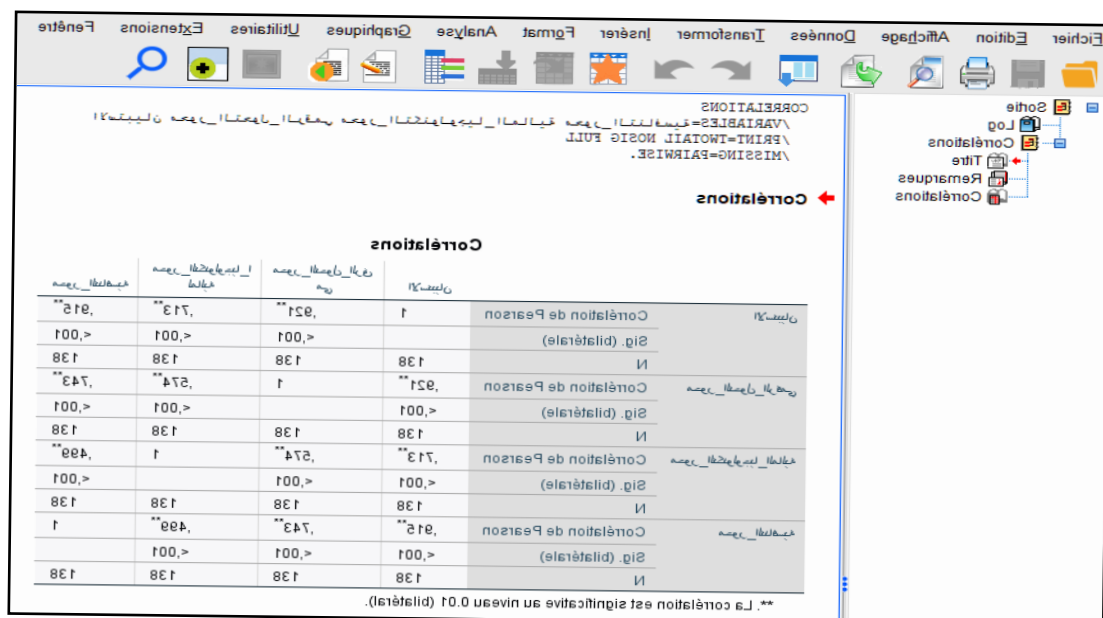
Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,943	29

ملحق رقم: 03 يمثل معامل ثبات محور القدرة التنافسية



ملحق رقم: 04 يمثل معامل ثبات الاستبيان



ملحق رقم: 05 يمثل تكرارات إجابات المحور الأول

Régression
 Titre
 Remarques
 Variables introduit
 Récapitulatif des r
 ANOVA
 Coefficients

/NOORIGIN
 /DEPENDENT محور_التنافسية
 /METHOD=ENTER محور_التحول_الرقمي.

→ **Régression**

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	محور_التحول_الرقمي	.	Introduire

a. Variable dépendante : محور_التنافسية
 b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,743 ^a	,551	,548	,34748

a. Prédicteurs : (Constante), محور_التحول_الرقمي
 b. Prédicteurs : (Constante), محور_التحول_الرقمي

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	20,181	1	20,181	167,139	<,001 ^b
	de Student	16,421	136	,121		
	Total	36,601	137			

a. Variable dépendante : محور_التنافسية
 b. Prédicteurs : (Constante), محور_التحول_الرقمي

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,336	,135		2,487	,014
	محور_التحول_الرقمي	,816	,063	,743	12,928	<,001

a. Variable dépendante : محور_التنافسية

ملحق رقم: 06 يمثل اختبار الفرضية الفرعية الأولى

Titre
Remarques
Variables introduites/éliminées
Récapitulatif des modèles
ANOVA
Coefficients

→

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	البعد_السيبراني, البعد_التكنولوجي, البعد_القطبي, تحسين_تجربة_الماء b,البعد_الشمسي	.	Introduire

a. Variable dépendante : محور_الناحية

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,770 ^a	,592	,577	,33627

a. Prédicteurs : (Constante), البعد_السيبراني, البعد_التكنولوجي, البعد_القطبي, تحسين_تجربة_الماء, البعد_الشمسي

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	21,675	5	4,335	38,335	<,001 ^b
	de Student	14,927	132	,113		
	Total	36,601	137			

a. Variable dépendante : محور_الناحية

b. Prédicteurs : (Constante), البعد_السيبراني, البعد_التكنولوجي, البعد_القطبي, تحسين_تجربة_الماء, البعد_الشمسي

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,449	,138		3,258	,001
	البعد_التكنولوجي	,097	,085	,095	1,134	,259
	البعد_الشمسي	,313	,068	,415	4,622	<,001
	تحسين_تجربة_الماء	,136	,078	,141	1,737	,085
	البعد_القطبي	,074	,066	,086	1,111	,269
	البعد_السيبراني	,139	,056	,186	2,496	,014

a. Variable dépendante : محور_الناحية

ملحق رقم: 07 يمثل اختبار الفرضية الفرعية الثانية

Regression

Titre
Remarques
Variables introduites
Récapitulatif des modèles
ANOVA
Coefficients

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	محور_التكنولوجيا_المالية محور_التحول_الرقمي ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : محور_النافذية

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,748 ^a	,559	,553	,34572

a. Prédictors : (Constante), محور_التكنولوجيا_المالية, محور_التحول_الرقمي

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	20,466	2	10,233	85,613	<,001 ^b
	de Student	16,136	135	,120		
	Total	36,601	137			

a. Variable dépendante : محور_النافذية

b. Prédictors : (Constante), محور_التكنولوجيا_المالية, محور_التحول_الرقمي

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,192	,164		1,173	,243
	محور_التحول_الرقمي	,748	,077	,681	9,752	<,001
	محور_التكنولوجيا_المالية	,136	,088	,108	1,544	,125

a. Variable dépendante : محور_النافذية

ملحق رقم: 08 يمثل اختبار الفرضية الرئيسية

الحمد لله الذي
جعلنا من
الأمم
المتن