تأثير متطلبات التحول الرقمي (التقنية والبشرية) على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية

أ. د. أشرف سالم عبد الكافي*[1]، عازة ذياب محمد عمر [2]

1. أستاذ بقسم المحاسبة. بكلية الاقتصاد. بجامعة سرت.
2. طالبة دراسات عليا بقسم المحاسبة بكلية الاقتصاد بجامعة سرت.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية. وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة، والاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، التي وُزعت على عينة مكوّنة من المديرين، ونواب المديرين، ورؤساء الأقسام، ورؤساء الوحدات، والمراجعين، والمحاسبين في المصارف التجارية بمدينة سرت - ليبيا. تم توزيع 26 استبيانًا على العينة المستهدفة. وقد تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية، من أبرزها: المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي، والأهمية النسبية، بالإضافة إلى اختبار ألفا كرونباخ للتحقق من صدق وثبات البيانات، واختبار الفرضيات باستخدام معامل الانحدار المتعدد التدريجي. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لمتطلبات التحول الرقمي - ممثلة في المتطلبات البشرية والمتطلبات التقنية - على كل من الابتكار والميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية محل الدراسة.

الكلمات الافتتاحية: التحول الرقمي، الابتكار، التنافسية، المصارف التجارية.

*a.abdulkafie71@su.edu.ly.

E-ISSN 2663 - 7855
ISSN-L 2663 - 7847
Legal Deposit Number 238/2017
DOI: https://doi.org/10.37376/deb.v44i1

Abstract:

This study aims to examine the impact of digital transformation on innovation and competitiveness in Libyan commercial banks. The descriptive-analytical method was employed to achieve the objectives of the study. Data were collected through a structured questionnaire distributed to a sample consisting of managers, deputy managers, department heads, unit supervisors, auditors, and accountants working in commercial banks located in Sirte, Libya. A total of 62 questionnaires were distributed to the targeted sample. Several statistical techniques were utilized, including arithmetic means, standard deviations, relative weight, relative importance, and Cronbach's Alpha to test the reliability of the data. Hypotheses were tested using stepwise multiple regression analysis. The study yielded several findings, the most significant of which is the existence of a statistically significant effect of the requirements of digital transformation—namely, human and technological requirements—on both innovation and competitive advantage in the sampled Libyan commercial banks.

Keywords: Digital Transformation, Innovation, Competitiveness, Commercial Banks..

E-ISSN 2663 - 7855
ISSN-L 2663 - 7847
Legal Deposit Number 238/2017
DOI: https://doi.org/10.37376/deb.v44i1

+ 218913260452
https://journals.uob.edu.ly/DEB
drasat.journal@uob.edu.ly

1.الإطارالعام للدراسة:

1.1.المقدمة:

عرف العصر الحالي تطوراً ملحوظاً في مجال التكنولوجيا والتوجه العالمي نحو الاقتصاد الرقمي والتحول الرقمي بمختلف الهيئات والمؤسسات المالية، حيث يشار إلى التحول الرقمي على أنه الانتقال من النظام التقليدي إلى نظام قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مجالات العمل وذلك عن طريق المتطلبات التقنية والمتطلبات البشرية.(علام، 2021)

ففي ظل التطور التكنولوجي والتقني الحاصل في المصارف التجارية برزت مفاهيم المصارف الالكترونية وأنظمة الدفع الالكتروني إلى الوجود، التي كانت أهم إسهام للثورة التقنية في مجال المعاملات المالية والتي كان لها آثار إيجابية في جميع الجهات وبالأخص العملاء من خلال إجراء المعاملات المصرفية عن طريق شبكات الاتصال الالكترونية. (مرسي، موساوي، 2023)

حيث يمثل التحول الرقمي انتقال المصارف التجارية إلى نماذج عمل تعتمد على التقنيات الرقمية لخلق الفرص للابتكار والتطوير في القطاع المصرفي سواء ما يقدمه من خدمات أو أفكار حديثة، تسهم في تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية حيث تعتمد على مجموعة من السمات والخبرات المتوافرة في المصارف التجارية مما يجعلها متفوقة على منافسيها. (الفقي، 2024)

وقد تطرقت الباحثة إلى التحول الرقمي من خلال مجموعة من الأبعاد الأساسية التي تعرضها في دراستها وتتمثل في «المتطلبات التقنية والمتطلبات البشرية للتحول الرقمي» وتعمل هذه الدراسة على تسليط الضوء على «تأثير التحول الرقمي على الابتكار والتنافسية في المصارف التجارية الليبية ببلدية سرت».

1.2. الدراسات السابقة:

1.2.1. دراسة Kostic2018 (الابتكارات والتحول الرقمي كمحفز للمنافسة)

هدف الدراسة هو فحص العلاقة بين الابتكار والتحول الرقمي من ناحية وظروف المنافسة من ناحية أخرى حيث إن الدراسة لم تحدد مكانا جغرافيا معينا كمجتمع بحثي بل تناولت الابتكارات والتحول الرقمي بشكل عام وكيف يمكن لهذه العوامل أن

تؤثر على القدرة التنافسية في الاسواق العالمية، والهدف الأساسي من الدراسة وهو كيف يمكن للابتكارات والتحول الرقمي أن يعززا من المنافسة بين الشركات ، حيث شملت هذه الدراسة الشركات التي تعمل في بيئة متغيرة وخاصة تلك التي تتبنى التحول الرقمي كوسيلة لتعزيز تنافيتها في السوق، حيث تم استخدام منهج تحليلي يعتمد على البيانات الاقتصادية والنماذج النظرية لفهم تأثير الابتكارات والتحول الرقمي على ظروف المنافسة، تظهر نتائج الدراسة إن الشركات ذات الكفاءة بالمعنى الكلاسيكي الجديد الثابت لا يمكنها تحمل ضغط منافسيها دون ابتكارات، الابتكارات والتحول الرقمي يؤديان إلى تعزيز الضغوط التنافسية بين الشركات مما يخلق فجوة متزايدة بين الشركات الأكثر نجاحاً وتلك الشركات التي تحاول البقاء في السوق.

1.2.2.دراسة Kolodiziev et al., 2021 (مستوى التحول الرقمي المؤثر على تنافسية البنوك)

تهدف الدراسة إلى تقييم مستوى الرقمنة الذي يؤثر على المزايا التنافسية العامة للمصارف ومكوناتها القائمة في أوكرانيا من خلال تقديم خدمات مبتكرة وجذب العملاء، شملت الدراسة المصارف الأوكرانية حيث تم تحليل 19 مصرفا باستخدام بيانات مالية وإحصائية، حيث تم استخدام الطرق التالية: معيارية المؤشرات الإحصائية ، تحليل المجموعات، وتحليل الانحدار والارتباط ، كما أكد هذا تحليل على دور الرقمنة كمحرك للمنافسة حيث حدد مزايا تنافسية للمصارف وخلق فرص توسعية لتوسيع قاعدة العملاء ونطاق الخدمات، كما أكد الاعتماد على الارتباط والانحدار للوضع التنافسي مؤشرات النشاط لبعض المصارف على مستوى الرقمنة التنافسية تأثيرا مباشرا وثيقا على المركز التنافسي للودائع الشخصية الناشئة عن تطوير تكنولوجيا المصرفية الرقمية.

1.2.3.دراسة علام 2021 (التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التحول الرقمي بما يشمله من متغيرات متمثلة في بناء الاستراتيجية ونشر الثقافة والمتطلبات البشرية والتقنية والإجرائية كمتغير مستقل وتأثيره على تعزيز التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسئولي خدمة العملاء بقطاع المصارف كمتغير تابع، شملت الدراسة مجتمعا من موظفي خدمة العملاء

في المصارف بالصعيد، وقد تم الاعتماد على منهج الوصفي التحليلي ومثلث الاستبانة للوصول لنتائج، حيث توصلت إلى إن متغيرات التحول الرقمي ومتغيراته تؤثر إيجابيا على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية بالقطاع المصرفي في الصعيد موضوع الدراسة.

1.2.4.دراسة Kő et al., 2022 (المرونة الرقمية، التنافسية الرقمية، والأداء الابتكاري للمؤسسات الصغيرة)

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة دور الحركة الرقمية والقدرة التنافسية الرقمية على أداء المبتكر في المشاريع الصغيرة والمتوسطة في البيئة المضطربة رقميا وفقا للمفوضية الأوروبية في منطقة ترانسدانوبيا الوسطى في المجر، في حين إن الأداء المبتكر للمشاريع الصغيرة والمتوسطة هو موضوع البحث الرئيس، حيث تم استخدام كل من الطرق النوعية والكمية وتطوير دراسة استقصائية لجمع البيانات الكمية وجمع البيانات والمعالجة باستخدام pls-sem، وتوصلت أنه تستحق الشركات الصغيرة والمتوسطة الاستثمار وتطوير قدرات المخاطرة وتغييرها من ثقافتها التنظيمية لزيادة قدرة الابتكار الرقمي والتحول الرقمي.

1.2.5.دراسة Adisakana 2022 (تأثير التحول الرقمي والأعمال التجارية، نماذج الابتكار والإبداع في أداء الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة مع ميزة تنافسية كمتغيرمتدخل).

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحليل أثر التحول الرقمي ونموذج الابتكار في مجال الأعمال التجارية والإبداع على أداء الشركات الصغيرة ومتوسطة مع ميزة التنافسية كمتغير متدخل، واستخدم في البحث طريقة البحث الكمي، وقد شملت جميع السكان من الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في مدينة مالانج بإندونيسيا، واستخدمت الدراسة المنهج الكمي وتم جمع البيانات من خلال الاستبيانات وتم تحليل البيانات باستخدام النمذجة بالمعادلات الهيكلية، وتوصلت إلى أنه هناك تأثير إيجابي كبير بين المتغيرات التحول الرقمي على الميزة التنافسية وهناك أثر إيجابي بين متغيرات الميزة التنافسية على الأداء وهناك أيضا تأثير إيجابي كبير بين متغيرات نموذج الابتكار على مجال الأعمال التجارية على الأداء.

1.2.6.دراسة مرسي، موساوي 2023 (تطبيق التحول الرقمي كآلية لتحسين أداء البنوك-دراسة حالة بنك متعدد الجنسيات).

هدفت هذه الورقة إلى تسليط الضوء على مفهوم التحول الرقمي وإبراز دوره وأهميته كآلية لخلق القيمة وتحسين أداء المصارف في الجزائر وذلك من خلال دراسة وتحليل ثلاث عوامل: حجم العملاء، الإيرادات المحققة من تعاملاتهم الرقمية، تكلفة العمليات والربحية، شملت الدراسة عدة مصارف محلية في دول شمال افريقيا خاصة الجزائر، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بغرض إجابة على إشكالية البحث وتم من خلال جمع وتحليل وتفسير البيانات الإحصائية بالاستعانة بالقوائم المالية والتقارير السنوية للمصرف المختار، توصلت هذه الدراسة إلى إن التحول الرقمي ينطوي على مجموعة من تغيرات منها أتمتة العمليات وزيادة استخدام تكنولوجيا الرقمية التي تؤدي إلى إصلاح كل من هيكل المصرف وخدماته وتعزيز العلاقة بين المصارف والعملاء وتحقيق الربح.

1.2.7.دراسة شوشان، بوعوينة2023 (دورالتحول الرقمي في تحسين خدمات المصارف الإسلامية الجزائرية-دراسة حالة مصرف السلام).

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مفهوم التحول الرقمي وأهم تقنياته في تعزيز وتحسين الخدمات المصرفية، والوقوف على واقع التحول الرقمي في مصارف الإسلامية بالجزائر وأهم تحديات التي يواجهها بالإضافة لدراسة حالة مصرف السلام بالجزائر بالاعتماد على تقارير السنوية، شملت الدراسة موظفي وعملاء مصرف السلام في الجزائر حيث تم اختيار عينة من الموظفين المتخصصين في تقنية المعلومات والإدارة بالإضافة للعملاء المستفيدين من الخدمات الرقمية للمصرف، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي من خلال استبيانات ومقابلات موجهة مع الموظفين والعملاء المستهدفين، توصلت إلى إن هناك أثر إيجابي على تطور التكنولوجيا والابتكار في المصارف الإسلامية.

1.2.8.دراسة إبراهيم 2023 (دور التحول الرقمي في تحسين القدرة التنافسية على عمليات تشغيلية في شركات الطيران-دراسة حالة: شركة مصرللطيران).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة العلاقة من حيث الارتباط والتأثيرات المباشرة لأبعاد التحول الرقمي(البعد المادي ، المؤسسي، البعد الوظيفي) على القدرة

التنافسية بأبعادها (المرونة التنافسية، التميز التنافسي، التكلفة الأقل) كمتغير تابع أول، والعمليات التشغيلية كمتغير تابع ثان، وذلك من خلال تطبيقها على العاملين بشركة مصر للطيران، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على الاستبانة باستخدام أسلوب العينة العشوائية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة قوية بين إبعاد التحول الرقمي وإبعاد القدرة التنافسية من جانب، ووجود ارتباط معنوي موجب قوي بين إبعاد التحول الرقمي والعمليات التشغيلية من جانب آخر.

1.2.9.دراسة البطرني، جزار2023 (أثر التحول الرقمي على كفاءة الخدمات المقدمة من البنوك المدرجة في البورصة المصرية).

هدفت الدراسة إلى بيان درجة توافر متطلبات التطبيق التحول الرقمي (الكفاءات البشرية، البنية التحتية، البيانات الضخمة) في المصارف المدرجة في البورصة المصرية، وقد شملت الدراسة المصارف المدرجة في البورصة المصرية، وتحديد أثر استخدام تطبيقات التحول الرقمي في أدائها وتم الاعتماد على المنهج الوصفي تحليلي ، وقد توصلت الدراسة أنه يوجد اختلاف في توافر متطلبات تطبيق التحول الرقمي في المصارف المدرجة في البورصة المصرية، إضافة لوجود أثر ذو دلالة معنوية لأبعاد التحول الرقمي على أدائها وقد أوصت بضرورة الاهتمام بالتطوير بالبنية التحتية الرقمية مرنة.

1.2.10.دراسة عطا الله 2024 (تأثير التحول الرقمي على تحقيق ميزة التنافسية: دور الوسيط إدارة المواهب-بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة).

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية، حيث قامت بتوسيط إدارة المواهب بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة، ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها تم سحب عينة عشوائية وتم استخدام قائمة استقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات من خلال المقابلات الشخصية والاستمارة الكترونية، وتم استخدام أساليب إحصائية عديدة أبرزها معامل الارتباط ونموذج المعادلة الهيكلية، وقد توصلت الدراسة لوجود علاقة ارتباط معنوي إيجابي بين معظم متغيرات الدراسة، ووجود تأثير معنوي للتحول الرقمي على الميزة التنافسية، كذلك وجود تأثير معنوي لإدارة المواهب على تحقيق الميزة التنافسية، وزيادة تأثير المعنوي للتحول الرقمي على الميزة التنافسية عند توسيط إدارة المواهب.

1.3.التعليق على الدراسات السابقة:

تراوحت الفترة الزمنية للدراسات بين عام 2018 و2024، مما يُشير إلى حداثة معظمها، ويعكس الاهتمام المتزايد في الآونة الأخيرة بموضوع التحول الرقمي في القطاع المصرفي، لا سيما بعد جائحة كوفيد-19 وتسارع رقمنة الخدمات، كذلك تنوعت بيئات الدراسات بشكل كبير، فبعض الدراسات تناولت البيئة العربية مثل: مصر (علام، عطا الله، البطرني)، الجزائر (مرسي، شوشان)، وليبيا (الفقي). ودراسات أخرى أجريت في بيئات دولية مثل: أوكرانيا (Kolodiziev, 2021)، المجر (Szabo, 2022)، إندونيسيا (Adisaksana, 2022). لكن لوحظ أن قلة فقط من الدراسات تناولت بيئة المصارف الليبية بشكل مباشر، وهذا ما يبرز الحاجة الماسة لدراسات محلية أكثر عمقًا.

اتفقت الدراسات جميعها على فحص العلاقة بين التحول الرقمي وبعض المتغيرات مثل الابتكار، القدرة التنافسية، الأداء المؤسسي، أو العمليات التشغيلية.

واعتمدت معظم الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أدوات إحصائية مثل الاستبيانات وتحليل الانحدار (مثل SPSS وPLS-SEM). وأن هناك عدد محدود من الدراسات دمجت التحليل الكيفي مع الكمي مثل دراسة Szabo (2022).

-رغم وفرة الدراسات السابقة، إلا أن هناك فجوة واضحة تمثلت في:

-ندرة الدراسات التطبيقية على البيئة الليبية، وخصوصًا في سياق المصارف التجارية بمدينة سرت، مما يجعل الدراسة الحالية ذات طابع محلي أصيل.

-قلة الدراسات التي تناولت التحول الرقمي كمزيج من المتطلبات التقنية والبشرية وتأثيره المتزامن على الابتكار والقدرة التنافسية في آنٍ واحد.

-الحاجة إلى دراسة العلاقة السببية بدقة باستخدام نماذج انحدار متقدمة كما تم في الدراسة الحالية.

-عدم تركيز الدراسات السابقة على تفاعل الأبعاد البشرية والتقنية معًا، وتأثيرها على كل من الابتكار والتنافسية في ذات الإطار البحثي.

1.4.مشكلة الدراسة:

مع انتشار ظاهرة الرقمنة والتطور التكنولوجي الذي شهده القطاع المصرفي، فقد توجه اهتمام المصارف التجارية إلى تبني أساليب التحول الرقمي عن طريق تقديم

خدماتها المختلفة الكترونيا، كتطبيق أساليب الدفع الالكتروني بالاعتماد على التحويلات المصرفية والبطاقات الالكترونية، وهذا التحول يتطلب تحسين الأفكار القائمة أو تقديم أفكار جديدة لم يسبق إليها أحد، وكذلك تحسين العمليات المصرفية ونماذج الأعمال الحالية وإيجاد طرق جديدة للتفاعل مع العملاء وخلق فرص جديدة للتطور والابتكار.

ومع التطور الكبير والثورة الرقمية التي يشهدها العالم ومع تحسين الكفاءة وابتكار خدمات أفضل للعملاء ، يشير التحول الرقمي إلى كيفية قيام المصارف بتحويل عملياتها الأساسية باستخدام التكنولوجيا الرقمية من أجل المنافسة واكتساب التميز في القطاع المصرفي.

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية والدراسات السابقة التي ناقشت موضوع الدراسة ، وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الآتي:

-هل يوجد تأثير لمتطلبات التحول الرقمي (التقنية والبشرية) على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية ؟

1.5. أهداف الدراسة:

-الهدف الرئيس للدراسة:

بيان تأثير التحول الرقمي على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية ويتفرع الهدف الرئيس للدراسة إلى:

1- بيان تأثير المتطلبات التقنية على الابتكار في المصارف التجارية.

2- بيان تأثير المتطلبات التقنية على تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية.

3- بيان تأثير المتطلبات البشرية على الابتكار في المصارف التجارية.

4- بيان تأثير المتطلبات البشرية على تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية.

1.6. فرضيات الدراسة:

-بناء على مشكلة الدراسة وأهدافها يتم صياغة الفرضيات التالية:

1. الفرضية الرئيسة الأولى: «يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على الابتكار في المصارف التجارية»، وتتفرع الفرضية الرئيسة الأولى إلى:

1.1. الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على الابتكار في المصارف التجارية.

1.2.الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على الابتكار في المصارف التجارية.

2.الفرضية الرئيسة الثانية: «يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على التنافسية في المصارف التجارية». وتتفرع الفرضية الرئيسة الثانية إلى:

2.1.الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية.

2.2.الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية.

1.7. أهمية الدراسة:

1.7.1.الأهمية العلمية:

1.وفقاً لما هو متاح من الدراسات السابقة تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات الحديثة نسبياً في مجال المصارف التجارية في الدول العربية وبخاصة ليبيا بحيث لم يتم إجراء أي دراسة تتناول معرفة تأثير متطلبات التحول الرقمي على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية ببلدية سرت. (حسب علم الباحثان)

2.تسهم الدراسة في معرفة أهم أبعاد التحول الرقمي وكيفية قياسها والتأثير النسبي الذي يلعبه التحول الرقمي بأبعاده (المتطلبات التقنية، المتطلبات البشرية) على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية.

3.كما تنبع أهمية الدراسة من كونها ستقدم إضافة علمية، لمعرفة أثر التحول الرقمي بأبعاده على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية ببلدية سرت، من خلال تقديم توصيات ربما تسهم في خلق الفرص للابتكار والتطوير وكذلك تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية من خلال التحول الرقمي بأبعاده.

1.7.2.الأهمية العملية:

تستمد هذه الدراسة أهميتها العملية مما يلي:

1.يمكن من خلال هذه الدراسة التعرف على أفضل الأساليب الإدارية التي يمكن استخدامها في التحول الرقمي بأبعاده ومدى تأثيرها على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية.

2.كما تستمد الدراسة أهميتها من النتائج والتوصيات المتوقعة التي تسهم في تقديم خطة العمل للتحول الرقمي بالمصارف التجارية قيد الدراسة ومعرفة مدى انعكاس ذلك على الابتكار وتعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية موضع الدراسة.

3.تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية مجال التطبيق وهي المصارف التجارية ببلدية سرت، حيث يعتبر إحدى الركائز الأساسية لتحريك العجلة الاقتصادية بشكل إيجابي وإحداث التنمية ببلدية سرت.

1.8.منهج الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام:

-المنهج الاستقرائي عن طريق مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة.

-وكذلك تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة العملية لاختبار الفرضيات عن طريق برنامج الحزم الإحصائية SPSS .

1.9.متغيرات الدراسة:

-المتغير المستقل: التحول الرقمي (المتطلبات التقنية، المتطلبات البشرية).

-المتغير التابع: الابتكار، الميزة التنافسية.

1.10.حدود الدراسة:

-الحدود المكانية: «المصارف التجارية الليبية العاملة في بلدية سرت الليبية».

-الحدود الزمنية: «سنة 2025م».

2.الإطار النظري للدراسة:

2.1.التحول الرقمي:

2.1.1.مفهوم التحول الرقمي:

هو عملية توظيف تكنولوجيا البيانات والاتصالات داخل الإدارات والمصالح المختلفة العامة والخاصة منها، أي هي عملية تطوير تقني وهيكلي وثقافي معقدة وكذلك التطوير في الفكر وتغيير السلوك لإحداث نقلة نوعية في طريقة العمل، عن طريق الانتفاع من التطور التقني الكبير لتوفير خدمات أفضل للمستفيدين ويوفر أيضا إمكانيات كبيرة لبناء مجتمعات فعالة من خلال تعزيز تجاربهم وإنتاجيتهم عبر رابطة من العمليات المناسبة، حيث تقوم بها المصارف لتوفير احتياجات العملاء والتوافق مع متطلبات

الموظفين من خلال الاستفادة من القدرات الرقمية لإنشاء نماذج أعمال مصرفية وابتكار عروض مصرفية جديدة ورقمنة الأنشطة التشغيلية بهدف تحسين الاداء المالي (البطرني، جزار،2023).

2.1.2.أهمية التحول الرقمي:

-توضح العناصر التالية أهمية التحول الرقمي في المصارف التجارية:

1-تقديم الخدمات المصرفية المختلفة بشكل أسرع وأبسط مما يسهم في تقليل الوقت.

2-يجب على المصارف الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا لمواكبة العصر ولتطبيق التحول الرقمي في خدماتها المصرفية بكفاءة عالية لتحقيق رضا العملاء.

3- إن شبكة الانترنت تسهم في عملية ربط القطاعات الحكومية والخاصة ببعضها من أجل التعاون والتنسيق.

4- حيث إن استخدام البرامج التكنولوجيا عبر الانترنت استطاع التغلب على الضغوط الواقعة من جانب فئات المجتمع على الهيئات والشركات.

5- كما يعمل التحول الرقمي على تقوية المصارف من المنافسة بهدف التطوير المستمر والحفاظ على كفاءتها التنافسية (علام، 2021).

2.1.3.أهداف التحول الرقمي:

-ظهر التحول الرقمي محملا بالعديد من الأهداف التي تعتمد على التطور، وهي ما يلي:

1-تقديم خدمات أكثر كفاءة للعملاء.

2-يسهم في إنتاج أفكار مبتكرة في أسرع وقت.

3-يعمل على تعزيز التعاون بين الموظفين.

4-يحسن أداء الموظفين، ويسهم على تعزيز التنافسية للمؤسسات.

5- يخفض التكاليف.

2.1.4.تحديات التحول الرقمي:

إن التحول الرقمي يواجه بعض التحديات المالية والإدارية والبشرية، ومن أهم هذه المعوقات التي تواجه عملية التحول الرقمي في القطاع المصرفي: (علام، 2021).

1- من متطلبات التحول الرقمي توفير بنية تحتية تكنولوجية ذات تكلفة عالية مما يعد قصور في الميزانيات وهو أحد التحديات التي تتعرض تطبيق الرقمنة.

2- وكذلك الخبرة البشرية المدربة داخل المنظمات يعتبر من أهم التحديات التي تواجه التحول الرقمي.

3- فقد أصبح هناك تخوف من خلال مخاطر أمن المعلومات، وبالتالي يعيق إنجاح عملية التحول الرقمي الذي يحتاج إلى كفاءة ومهارة عالية في مجال الأمن والحماية لحماية معلومات العملاء وحساباتهم من الاختراق والسرقة.

2.1.5.أبعاد التحول الرقمي:

-المتطلبات التقنية: تتطلب عملية التحول الرقمي تطبيق منظومة من الأجهزة الألكترونية المتخصصة والمتطورة وكذلك برمجيات التشغيل ووسائل الحفظ والبرمجيات التي تعمل من خلال بيئات تقنية ومراكز البيانات بتطبيق جميع الأصول بكفاءة يستلزم وجود فرق عمل مسؤولة عن إدارة المنظومة وتكنولوجيا، لضمان تقديم مستوى عروض مناسب للعملاء والموظفين (الحوال،2019).

-المتطلبات البشرية: يعتبر العنصر البشري من الأبعاد ضرورية لنجاح أي منظمة بشكل عام، كما أن العنصر البشري من شروط رئيسة لتبني التحول الرقمي وذلك يتم من خلال توفير كوادر بشرية مؤهلة ومدربة لتطبيق التكنولوجيا الرقمية لاتخاذ القرارات اللازمة، وحيث تستلزم عملية التخطيط والابتكار لتنفيذ رؤية التحول الرقمي كفاءات بشرية وخبرات علمية . (محمود، 2018)

2.2.الابتكار:

فقد أدت التكنولوجيا الرقمية إلى تغيير ثقافة ريادة الأعمال وعملية وطبيعة الابتكار لتشهد تحولا رقميا هائلا، حيث إن تغير أسلوب ونوعية الأعمال المصرفية من شكل التقليدي لشكل الالكتروني والحفاظ على استمرارية العمل يعتبر تحديا خاصا.

ومع تزايد ممارسة المنظمات للابتكار الرقمي مما يتطلب توفير بيئة متجددة لتكنولوجيا المعلومات لأعمالهم مع استكشاف الفرص الجديدة التي توفرها البيئة الرقمية والاقتصادية سريعة التغير.

2.2.1.مفهوم الابتكار:

عرفته منظمة (OCDO) وهو من أهم تعاريف التي تناولت الابتكار حيث عرفت بأنه يغطي المنتجات والتقنيات المستحدثة بالإضافة إلى التغيرات التكنولوجية المهمة

للمنتجات والتقنيات الفنية الحديثة (الحبيب، محمد، 2023).

أي أن الابتكار يشير إلى كيفية الاستفادة من الحلول المبتكرة عن طريق تكنولوجيا المعلومات في عملية الابتكار وذلك لتحسين الكفاءة وتعزيز التواصل مع العملاء، وتقليل تكاليف التشغيل. (أحمد، 2023)

2.2.2.الابتكار في المصارف التجارية:

2.2.3.الابتكار في المنتجات والخدمات:

-تقديم منتجات وخدمات مالية جديدة مثل تطبيقات الهاتف المحمول، والخدمات المصرفية عبر الانترنت، وحلول الدفع الرقمية. (نوالة، معاشو، 2010)

2.2.4.الابتكار في العمليات:

تحسين العمليات الداخلية لتحقيق الكفاءة وتقديم خدمات أسرع وأكثر موثوقية. (الفيتوري، 2021،)

2.2.5.الابتكار في تجربة العملاء:

تحسين تجربة العملاء من خلال الخدمات المخصصة والتفاعل الفوري.

2.3.الميزة التنافسية:

تعني قدرة الشركة على التفوق على منافسيها بفضل امتلاكها لمزايا فريدة أو تقديم قيمة أعلى للعملاء من خلال تقديم أفضل الخدمات لإشباع حاجات ورغبات العملاء بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين، وفي القطاع المصرفي يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال عدة استراتيجيات: (علام، 2021)

1.الابتكار في المنتجات والخدمات: تقديم خدمات ومنتجات مصرفية مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل من المنافسين.

2.الكفاءة التشغيلية: تحسين العمليات الداخلية لتحقيق كفاءة أعلى وتقليل التكاليف، مما يمكن من تقديم خدمات بأسعار تنافسية.

3.التركيز على العملاء: توفير تجربة عملاء متميزة وذلك من خلال استخدام التحليلات والبيانات لتقديم خدمات مخصصة وتلبية احتياجات العلاء بشكل أفضل.

4.التكنولوجيا: استخدام تكنولوجيا الحديثة لتحسين الخدمات المصرفية وتقديمها بطرق جديدة ومتطورة، مما يعزز من قدرة المصرف على المنافسة.

2.4.تأثير التحول الرقمي على كل من «الابتكار والتنافسية» في المصارف التجارية الليبية:

التحول الرقمي يمثل عملية أساسية لتحقيق الابتكار والتنافسية في القطاع المصرفي، إذ يتضمن استخدام التكنولوجيا الحديثة لتطوير وتحسين الخدمات المصرفية مما يسهم في تحقيق مزايا تنافسية مستدامة.

2.4.1.التأثير على الابتكار (أحمد، 2023):

1.تطوير الخدمات المصرفية : يسهم التحول الرقمي في تمكين المصارف التجارية بابتكار خدمات جديدة و تحسين الخدمات الحالية باستخدام التكنولوجيا لتلبي احتياجات العملاء بشكل أسرع وأكثر فعالية مثل تطبيقات الهواتف الذكية، الخدمات المصرفية عبر الانترنت والدفع الالكتروني.

2.تحسين الكفاءة التشغيلية: يمكن للتحول الرقمي أن يحسن الكفاءة التشغيلية من خلال أتمتة العمليات وتقليل التكاليف التشغيلية، وهذا يؤدي إلى تحسين الجودة وتقليل الوقت المستغرق في تقديم الخدمات المصرفية وزيادة رضا العملاء.

2.4.2.التأثير على التنافسية: (علام، 2021):

1.تعزيز الميزة التنافسية: التحول الرقمي يمكن المصارف من تحسين الجودة وزيادة سرعة تقديم الخدمات، مما يعزز الميزة التنافسية وذلك من خلال استراتيجيات رقمية متقدمة يمكن للمصارف أن تتفوق على منافسيها من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي احتياجات العملاء.

2. تحسين جودة الخدمات: أظهرت الدراسات أن التحول الرقمي يسهم بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تعزيز الجوانب المختلفة مثل « الأمان، الاعتمادية، الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء».

3. الدراسة الميدانية:

3.1. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع وعينة البحث من العاملين في المصارف التجارية الليبية في بلدية سرت، عددها 6 مصارف وهي (مصرف الوحدة الرئيسي، مصرف التجارة والتنمية، المصرف التجاري الوطني، مصرف شمال أفريقيا، مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة فرع جامعة سرت) وتكونت أفراد العينة من المديرين و نواب مديري و رؤساء الأقسام ورؤساء الوحدات

والمراجعين والمحاسبين، حيث قام الباحثان بتوزيع (62) استبانة على المستهدفين، وكان عدد كل الاستبيانات الصالحة للتحليل، أي بنسبة استجابة 100%.

3.2. اختبار ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach):

باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) تم تطبيق معامل الثبات لقياس معامل الاتساق الداخلي لقياس العينة عن طريق معادلة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، وقد أظهرت المعادلة قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع أبعاد القياس المستخدم في هذه الدراسة هو (90.1%) وهذا يعني أكبر من الحد الأدنى المقبول لمعامل ألفا إحصائياً، وهذا يعني توفر الثبات الداخلي في وسيلة القياس كما هو مبين في ادناه.

جدول رقم (1) نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

البيان	عدد العبارات	الثبات	الصدق	النتيجة
المتطلبات البشرية	5	86.4	93	مقبول إحصائياً
المتطلبات التقنية	5	84.4	92	مقبول إحصائياً
الابتكار	5	70.4	84	مقبول إحصائياً
التنافسية	5	79.8	89	مقبول إحصائياً
الاجمالي	20	90.1	95	مقبول إحصائياً

3.3. أساليب المعالجة الاحصائية:

-استخدم الباحث نظام (SPSS.V20) لاستخراج النتائج الإحصائية لتحليل البيانات وهي:

-معامل الثبات (الفا كرو نباخ): لتحديد صدق وثبات المقياس.

-استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية والوزن النسبي قياس الفرضيات باستخدام معامل الانحدار المتعدد التدريجي.

-النموذج القياسي المستخدم في اختيار فرضيات الدراسة:

-تعتمد الدراسة على نموذج قياسي يوضح العلاقة بين المتغير التابع (الابتكار) والمتغيرات المستقلة وهي: المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية.

-ويمكن صياغة النماذج القياسية بالصيغة الرياضية التالية

$$I = \alpha + B_1(HR) + B_2(TR) + \varepsilon\varepsilon$$

I-تمثل الابتكار

HR-تمثل المتطلبات البشرية

TR-تمثل المتطلبات التقنية

-وأما ($\varepsilon\varepsilon$) فهو خطأ النموذج : من المفترض أن يتبع خطأ النموذج التوزيع الطبيعي لمتوسط حسابي يساوي صفر وانحراف معياري واحد صحيح.

-وأما ($\alpha\ \alpha$) فهو ثابت معادلة الانحدار المتعدد additive constant في النموذج، وتشير الرموز التالية : ($\beta_1\beta_1$)، ($\beta_2\beta_2$)،(($\beta_3\beta_3$ إلى معاملات الانحدار regression coefficients الخاصة بكل متغير من المتغيرات المستقلة المفسرة، وتعبر عن مقدار التغير في المتغير التابع. بدلالة احد المتغيرات المستقلة فرض ثبات متوسطات المتغيرات المستقلة الأخرى.

-تعتمد الدراسة على نموذج قياسي يوضح العلاقة بين المتغير التابع(التنافسية) والمتغيرات المستقلة وهي: المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية.

-ويمكن صياغة النماذج القياسية بالصيغة الرياضية التالية:

$$C = \alpha + B_1(HR) + B_2(TR) + \varepsilon\varepsilon$$

C-تمثل التنافسية

-باقي الرموز كما تم تعريفها في المعادلة السابقة.

3.4.تحليل البيانات عن المشاركين:

الجدول رقم (2) يوضح وصف المتغيرات الديمغرافية لإفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (2) يوضح وصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدارسة

المتغير	بدائل الاجابة	التكرار		النسبة
المؤهل العلمي	دبلوم متوسط	2		3.2%
	دبلوم عالي	10		16.1%
	بكالوريوس	40		64.5%
	ماجستير	7		9.7%
	دكتوراه	4		%6.5
	المجموع	62		100%
التخصص العلمي	محاسبة	24		%38.7
	إدارة أعمال	12		19.4%
	اقتصاد	2		3.2%
	تمويل ومصارف	24		38.7%
	المجموع	62		100%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	8		12.9%
	من 5 - 10 سنوات	32		51.6%
	أكثر من 10 سنوات	22		35.5%
	المجموع	62		100%
المركز الوظيفي	مدير	2	3.2%	
	نائب مدير	2	3.2%	
	رئيس قسم	8	12.9%	
	رئيس وحدة	10	16.1%	
	مراجع	12	19.4%	
	محاسب	28	45.2%	
	المجموع	62	100%	

المصدر: إعداد الباحثان من واقع بيانات برنامج SPSS

يبين الجدول إن أعلى نسبة هي فئة البكالوريوس بنسبة 64.5% ،ثم فئة الدبلوم العالي بنسبة 16.1% ، ثم يليه فئة الماجستير بنسبة9.7%،ومن ثم فئة الدكتوراه بنسبة 6.5% ، وفئة الدبلوم المتوسط بنسبة 3.2%. مما يشير إلى أن أكثرية أفراد العينة لديهم تعليم جامعي أساسي، وهو أمر قد ينعكس على جودة أدائهم المهني وقدرتهم على التعامل مع متطلبات الوظيفة.

يبين الجدول أن تخصص المحاسبة وتمويل المصارف أعلى نسبة المتساوية من مجموع أفراد عينة الدراسة حيث بلغت 38.7%، ثم يليه تخصص إدارة الأعمال بنسبة

19.4%، ثم الاقتصاد بنسبة2 %، ويشير هذا إلى تركّز تخصصات العينة في المجالات المرتبطة بالمالية والمحاسبة، مما يعكس طبيعة الوظائف التي يشغلها المشاركون.

يبين الجدول أن أعلى نسبة هي فئة من 5-10 سنوات بنسبة 51.6%، تليه فئة أكثر من 10 سنوات بنسبة 35.5% ،وكانت الفئة أقل من 5 سنواته بأقل نسبة حيث شكلت 12.9% من عينة الدراسة، ويشير هذا التوزيع إلى أن معظم أفراد العينة يتمتعون بخبرة مهنية متوسطة إلى طويلة، مما يعزز موثوقية آرائهم ويُكسب الدراسة طابعًا عمليًا واقعيًا.

يبين الجدول أن أعلى نسبة من مجموع أفراد العينة هم من محاسبين حيث بلغت نسبتهم 45.2%،تم يليه وظيفة مراجع بنسبة 19.4% ثم رئيس وحدة بنسبة 16.9%، وثم وظيفة رئيس قسم بنسبة 12.9%، ثم وظيفة مدير ونائب مدير بنسبة متساوية 3.2%. ويوضح هذا التوزيع أن معظم المشاركين يعملون في الوظائف التنفيذية والمحاسبية المباشرة، ما قد يعكس وجهة نظر الموظفين العاملين على المستوى التشغيلي، إلى جانب وجود تمثيل متوسط للوظائف الإشرافية والإدارية.

3.5.تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

3.5.1.تحليل مستوى متغيرات التحول الرقمي على التنافسية والابتكار:

للتعرف علي مستوي متغيرات التحول الرقمي على التنافسية والابتكار، تم الاعتماد علي المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة، ليكون مؤشراً على ذلك.

جدول رقم (3) مستويات درجة الممارسة لأنماط التحول الرقمي على التنافسية والابتكار

درجة الممارسة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	مرتفعة جداً
المستويات	1أقل من 1.80	1.80 أقل من 2.60	2.60 أقل من 3.40	3.40 أقل من 4.20	4.20 إلى 5

جدول رقم (4) التوزيع التكراري والنسب والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المتطلبات البشرية

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الوزن النسبي
يتوفر لدى المصرف كوادر بشرية ذات تأهيل علمي وعملي عالي	4.3548	0.74870	مرتفعة جدا	87
يتوفر لدى المصرف كوادر بشرية ذات خبرة كافية باستخدام والتعامل مع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	4.3226	0.82530	مرتفعة جدا	86
تتم تنمية قدرات العاملين على المهارات الرقمية المطلوبة لمواكبة بيئة العمل الجديدة	4.1290	1.24774	مرتفعة جدا	82
يتم اجراء دورات تدريبية دورية لمواكبة أي تطور في البرامج والتطبيقات المستخدمة	4.1290	1.04777	مرتفعة جدا	82
يتم الاستعانة بخبراء لتحديث اصدارات البرامج والتطبيقات المستخدمة	4.3226	0.59435	مرتفعة جدا	86
المتوسط العام	4.2516	0.74212	مرتفعة جدا	85

الأوزان النسبية في الجدول مقربة لأقرب عدد صحيح.

يظهر الجدول أعلاه أن اتجاهات عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الأول وهو «المتطلبات البشرية»، وذلك بمتوسط حسابي قدره (4.2516) وهو أكبر من المتوسط الفرضي (3) وبانحراف معياري قدره (0.74212) وهو أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم تشتت الاجابات، وبوزن نسبي 85% وهو أعلى من الوزن النسبي المحايد 60%،وتتراوح درجة الموافقة على فقرات هذا المحور بين (4.1290 و 4.3548) وهي مرتفعة جدا، واتضح أن أكثر العبارات أهمية في الإجابة هي العبارة (1) بمتوسط حسابي قدره (4.3548)، في حين كانت أقل العبارات في درجة الموافق هي العبارة (2،3) بمتوسط حسابي قدره (4.1290).ما يدل على اتفاق كبير بين أفراد العينة حول توفر العناصر البشرية ذات الكفاءة الرقمية العالية في المصرف. وجميع القيم تنتمي إلى فئة «مرتفعة جدًا» حسب التصنيف المعتمد، مما يعكس وعيًا مؤسسيًا بأهمية تطوير رأس المال البشري وجاهزية الموارد البشرية لدعم التحول الرقمي وتبني التكنولوجيا الحديثة.

جدول رقم (5) التوزيع التكراري والنسب والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المتطلبات التقنية

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الوزن النسبي
تحرص إدارة المصرف على استخدام التكنولوجيا الحديثة	4.3226	.471280	مرتفعة جدا	86
تقوم قواعد البيانات بالمصرف بتوفير المعلومات بالجودة المناسبة	4.1613	.632290	مرتفعة جدا	83
يقوم المصرف بصيانة الأجهزة دوريا	3.9032	.783220	مرتفعة	78
تحرص إدارة المصرف على إعطاء موظفيها دورات تدريبية في مجال الحاسوب	3.6129	1.19225	مرتفعة	72
يقوم المصرف بتطوير نماذج إبداعية ومبتكرة لتوظيف التقنيات الالكترونية	3.7742	.755730	مرتفعة	75
المتوسط العام	3.9548	.630810	مرتفعة	79

الأوزان النسبية في الجدول مقربة لأقرب عدد صحيح.

يظهر الجدول أعلاه أن اتجاهات عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمتطلبات التقنية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي(3.9548) وهو أكبر من المتوسط الفرضي (3) وبانحراف معياري قدره (0.63081) وهو أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم تشتت الاجابات، وبوزن نسبي 79% وهو أعلى من الوزن النسبي المحايد 60%،وتتراوح درجة الموافقة على فقرات هذا المحور بين (3.6129 و 4.3226) وهي مرتفعة، وجميعها تنتمي إلى مجال الاتفاق، أي أن المستجوبين يوافقون على جميع فقرات هذا المحور. واتضح أن أكثر العبارات أهمية في الإجابة هي العبارة (1) بمتوسط حسابي قدره (4.3226)، في حين كانت أقل العبارات في درجة الموافق هي العبارة (4) بمتوسط حسابي قدره(3.6129). وتشير النتائج إلى تقييم إيجابي بشكل عام، إذ جاءت جميع العبارات ضمن مستويي «مرتفعة جدًا» و«مرتفعة»، مما يدل على تبني المصرف لممارسات تكنولوجية جيدة لكنها ليست في أعلى مستوياتها، إلا أن هناك حاجة إلى تطوير جوانب محددة، خصوصًا في مجال التدريب والابتكار التقني.

جدول رقم (6) التوزيع التكراري والنسب والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات الابتكار

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الوزن النسبي
يملك المصرف ابتكارًا في تكنولوجيا المعلومات مثل (الإنترنت، ابنك الناطق، الصراف الالي ATM) من اجل ان يتلقى الزبون الخدمة اينما وجد في المنزل، مكان العمل، اماكن التسوق	4.1290	712510.	مرتفعة جدا	82
يقدم المصرف ابتكارات في البطاقات المصرفية، وفيزا كارد، والبطاقات الشرائية	4.1935	826580.	مرتفعة جدا	83
يحرص المصرف على استبدال المنتجات والخدمات القديمة بأخرى جديدة ومتميزة من خلال الابتكار	4.0000	0.99177	مرتفعة جدا	80
يمتلك المصرف تكنولوجيا معلوماتية تمكنه من الابتكار والابداع في تحسين قيمة منتجاته وخدماته المقدمة للزبائن لمنع طرح خدمات بديه من المصارف الاخرى	4.3226	647170.	مرتفعة جدا	86
يسعى المصرف إلى تقليل وقت انتظار العمل، من خلال الابتكار في توفير الصراف الالي ATM للعملاء	3.6290	1.66186	مرتفعة	72
المتوسط العام	4.0548	0.70051	مرتفعة جدا	81

الأوزان النسبية في الجدول مقربة لأقرب عدد صحيح.

يظهر الجدول أعلاه أن اتجاهات عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بمحور الاتصالات المستخدمة في المصارف، وذلك بمتوسط حسابي قدره (4.0548) وهو أكبر من المتوسط الفرضي (3) وبانحراف معياري قدره (0.70051) وهو أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم تشتت الاجابات، وبوزن نسبي 81% وهو أعلى من الوزن النسبي المحايد 60%،وتتراوح درجة الموافقة على فقرات هذا المحور بين (3.6290و4.3226) وهي مرتفعة ، وجميعها تنتمي إلى مجال الاتفاق، أي أن المستجوبين يوافقون على جميع فقرات هذا المحور. واتضح أن أكثر العبارات أهمية في الإجابة هي العبارة (4) بمتوسط حسابي قدره (4.3226)، في حين كانت أقل العبارات في درجة الموافق هي العبارة (5) بمتوسط حسابي قدره(3.6290). تشير البيانات إلى أن المصرف يتمتع بمستوى عالٍ من الابتكار التكنولوجي، خاصة في مجال تطوير الخدمات الرقمية، واستخدام القنوات الحديثة لتقديم المنتجات المصرفية. ومع ذلك، فإن وجود تباين كبير في بعض المؤشرات، مثل خدمات الصراف الآلي، قد يعكس الحاجة إلى توحيد مستوى الجودة وتحسين تجربة المستخدم.

جدول رقم (7) التوزيع التكراري والنسب والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات التنافسية

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الوزن النسبي
يعمل المصرف للتفوق على المصارف المنافسة من خلال اعطاء موظفيها دورات تدريبية بصورة دورية	3.8065	1.26541	مرتفعة	76
يستخدم المصرف التقنية الحديثة لتحقيق جودة عالية في الخدمات مما يجعله يحقق الميزة التنافسية	3.9677	745870.	مرتفعة	79
تعتبر الخدمات التي يقدمها المصرف متميزة	3.9355	765460.	مرتفعة	78
يعمل المصرف للتفوق على المصارف المنافسة من خلال تسهيل الاجراءات للحصول على الخدمة	3.9677	745870.	مرتفعة	79
يسعى المصرف الى مواكبة التقدم في المجال التقني لتقديم خدمات جديدة ومتميزة عن المنافسين	4.3226	647170.	مرتفعة جدا	86
المتوسط العام	4.0000	641720.	مرتفعة	80

الأوزان النسبية في الجدول مقربة لأقرب عدد صحيح.

يظهر الجدول أعلاه أن اتجاهات عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمتغير التابع وهو «فاعلية نظام الرقابة الداخلية»، وذلك بمتوسط حسابي قدره (4.0000) وهو أكبر من المتوسط الفرضي (3) وبانحراف معياري قدره (0.64172) وهو أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على عدم تشتت الاجابات، وبوزن نسبي 80% وهو أعلى من الوزن النسبي المحايد 60%، وتتراوح درجة الموافقة على فقرات هذا المحور بين (3.8065 و 4.3226) وهي مرتفعة ، وجميعها تنتمي إلى مجال الاتفاق، أي أن المستجوبين يوافقون على جميع فقرات هذا المحور. واتضح أن أكثر العبارات أهمية في الإجابة هي العبارة (5) بمتوسط حسابي قدره (4.3226)، في حين كانت أقل العبارات في درجة الموافق هي العبارة (1) بمتوسط حسابي قدره(3.8065). هذا وتعكس النتائج توجهًا استراتيجيًا واضحًا لدى المصرف نحو تحقيق التميز التنافسي من خلال استخدام التكنولوجيا وتبسيط الإجراءات وتحسين جودة الخدمات. إلا أن هناك مؤشرًا يُظهر إمكانية تعزيز الأداء في جانب التدريب والتطوير المستمر للكوادر البشرية.

3.5.2.اختبارالفرضيات:

بناء على تساؤلات الدراسة تم صياغة الفرضية الرئيسة الأولى والفرضيات الفرعية التابعة لها بالصيغة البديلة على النحو التالي:

H1 : يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على خلق الفرص للابتكار والتطوير في المصارف التجارية الليبية.

-يتفرع عن الفرضية الرئيسة الأولى الفرضيات الفرعية التالية:

H1.1:يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على خلق الفرص للابتكار والتطوير في المصارف التجارية.

H1.2 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على خلق الفرص للابتكار والتطوير في المصارف التجارية

-تم صياغة الفرضية الرئيسة الثانية والفرضيات الفرعية التابعة لها بالصيغة البديلة على النحو التالي:

H1: يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية

-يتفرع عن الفرضية الرئيسة الثانية الفرضيات الفرعية التالية:

H1.1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية.

H1.2 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على تعزيز الميزة التنافسية في المصارف التجارية.

أولا: اختبارالفرضية الرئيسة الأولى: الانحدارالخطي المتعدد التدريجي.

بناء على ما سبق من نتائج سيتم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، لتحديد الأثر التفاعلي والتبادلي للمتغيرات الأكثر تأثيرا على الابتكار.

جدول رقم (8) الانحدار الخطي المتعدد التدريجي بين والمتغيرات الأكثر تأثيراً

المتغيرات المستقلة	الرمز	β	F. test		R	R^2
			F	Sig		
الجزء الثابت	α	1.899	19.054	000.	49.1%	24.1%
المتطلبات البشرية	HR	-.226				
المتطلبات التقنية	TR	545.				

دالة عند مستوى أقل من (0.05)

-يتضح من الجدول رقم (8) ما يلي :

1.تبين أن معاملات الانحدار بالنسبة للنموذج: كانت معاملات سالبة بالنسبة لعلاقة الابتكار بالمتطلبات البشرية، وكانت هذه المعاملات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05، ومعاملات الانحدار موجبة بالنسبة للابتكار والمتطلبات التقنية، وكانت هذه المعاملات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05

2.معامل التحديد: نجد أن المتغيرات المستقلة المقبولة بالنموذج تفسر (24.1 %) من المتغير التابع الابتكار. وأن باقي النسبة (75.9%) يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج أو لاختلاف نموذج الانحدار عن النموذج الخطي.

3.معامل ارتباط بيرسون: بشكل عام يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع للدراسة ، قد بلغ (49.1%) وهو ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05 ويشير ذلك لوجود علاقة طردية متوسطة موجبة بين متغيرات الدراسة.

4.اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار :F.test: لاختبار معنوية متغيرات النموذج ككل تم استخدام اختبار F.test، وحيث أن قيمة اختبار F.test تساوي (19.054) وهي ذات معنوية عند مستوى(0.000) وهي أقل من 0.05 مما يدل على تأثير المتغيرات المستقلة المتعلقة بكل من المتطلبات البشرية والمتطلبات التقنية ، على المتغير التابع.

-ومما سبق يتضح لنا قبول الفرضية البديلة القائلة بوجود أثر معنوي ذو دلالة احصائية للمتغيرات (المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية) على الابتكار.

5.معادلة النموذج:

I = 1.899- 0.266 HR +0.545 TR

ثانياً: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: الانحدار الخطي المتعدد التدريجي:

بناء على ما سبق من نتائج سيتم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي، لتحديد الأثر التفاعلي والتبادلي للمتغيرات الأكثر تأثيرا على التنافسية.

جدول رقم (9) الانحدار الخطي المتعدد التدريجي بين C والمتغيرات الأكثر تأثيراً

المتغيرات المستقلة	الرمز	β	F. test		R	R^2
			F	Sig		
الجزء الثابت	α	1.446	17.078	000.	%56.2	%31.6
المتطلبات البشرية	HR	321.				
المتطلبات التقنية	TR	300.				

دالة عند مستوى أقل من (0.05)

-يتضح من الجدول رقم (9) ما يلي :

1.تبين أن معاملات الانحدار بالنسبة للنموذج: كانت معاملات موجبة بالنسبة لعلاقة التنافسية بالمتطلبات البشرية والمتطلبات التقنية ، وكانت هذه المعاملات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.05

2.معامل التحديد: نجد أن المتغيرات المستقلة المقبولة بالنموذج تفسر (31.6%) من المتغير التابع التنافسية. وأن باقي النسبة (68.4%) يرجع إلى الخطأ العشوائي في المعادلة أو ربما لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج أو لاختلاف نموذج الانحدار عن النموذج الخطي.

3.معامل ارتباط بيرسون: بشكل عام يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع للدراسة ، قد بلغ (56.2%)وهو ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05 ويشير ذلك لوجود علاقة طردية متوسطة موجبة بين متغيرات الدراسة.

4.اختبار معنوية جودة توفيق نموذج الانحدار F.test: لاختبار معنوية متغيرات النموذج ككل تم استخدام اختبار F.test، وحيث أن قيمة اختبار F.test تساوي (17.078) وهي ذات معنوية عند مستوى(0.000) وهي أقل من 0.05 مما يدل على تأثير المتغيرات المستقلة

المتعلقة بكل من المتطلبات البشرية والمتطلبات التقنية، على المتغير التابع.

-ومما سبق يتضح لنا قبول الفرضية البديلة القائلة بوجود أثر معنوي ذو دلالة احصائية للمتغيرات (المتطلبات البشرية، والمتطلبات التقنية) على التنافسية.

5.معادلة النموذج:

C = 1.446+0.321HR +0.300 TR

4.النتائج:

1.توجد علاقة طردية(موجبة) وذات دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية و المتطلبات التقنية المستخدمة مقاسه بـ(I) في المصارف التجارية الليبية. حيث كان معامل الارتباط 49.1% وهو ارتباط متوسط موجب.

2.تتفق هذه النتيجة مع دراسة Adisaksana (2022) التي أثبتت أن التحول الرقمي – بمكوناته التقنية والبشرية – يسهم إيجابياً في رفع مستوى الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذ يؤدي استخدام التقنيات الحديثة وتنمية المهارات الرقمية إلى تطوير منتجات جديدة وتحسين الأداء.كما تتفق مع دراسة Szabo وآخرين (2022) التي أظهرت أن المرونة الرقمية والقدرة التكنولوجية تعززان الأداء الابتكاري للمؤسسات في البيئات الرقمية المتغيرة .وتتطابق كذلك مع دراسة علام (2021) التي أوضحت أن التحول الرقمي بأبعاده المختلفة يؤدي إلى تعزيز التنافسية والابتكار في الخدمات المصرفية .في المقابل، تختلف النتيجة جزئياً عن Kostic (2018) الذي ركّز على الابتكارات كأداة للمنافسة في السوق العالمية دون ربطها المباشر بالمتطلبات البشرية، بينما الدراسة الحالية تؤكد التفاعل بين المتطلبات البشرية والتقنية معًا في دعم الابتكار.

3.تم اختبار المتغيرات المستقلة الأكثر تأثيراً وفقا لنتائج التحليل الإحصائي وذلك باستخدام معدل الانحدار المتعدد التدريجي وهذه المتغيرات هي (المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية) على الابتكار بالمصارف.

4.تتفق هذه النتيجة مع دراسة مرسي وموساوي (2023) التي بيّنت أن تطبيق التحول الرقمي من خلال الأتمتة والتقنيات الحديثة ساهم في تحسين أداء البنوك وتعزيز قدراتها الابتكارية .كما تتطابق مع دراسة Kolodiziev وآخرين (2021) التي أكدت أن مستوى الرقمنة (البعد التقني للتحول الرقمي) هو العامل الأكثر تأثيراً على الميزة التنافسية للمصارف الأوكرانية من

خلال الخدمات الرقمية المبتكرة. بينما تختلف الدراسة الحالية جزئياً عن محمود (2018) الذي ركز على أهمية البعد البشري في قيادة التحول الرقمي، حيث اعتبر العنصر البشري هو الأساس في نجاح الابتكار الرقمي. الدراسة الحالية ترى أن البعد التقني أكثر تأثيرًا نسبيًا في البيئة الليبية.

5.توجد علاقة طردية(موجبة) وذات دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية و المتطلبات التقنية المستخدمة مقاسه بـC في المصارف التجارية الليبية. حيث كان معامل الارتباط 56.2% وهو ارتباط متوسط موجب.

6.تتفق هذه النتيجة مع دراسة علام (2021) التي أكدت وجود علاقة إيجابية بين التحول الرقمي وتعزيز الميزة التنافسية في المصارف، وأن المتطلبات التقنية والبشرية معًا تؤدي إلى تحسين جودة الخدمات وزيادة رضا العملاء.كما تتسق مع دراسة إبراهيم (2023) التي وجدت علاقة إيجابية بين أبعاد التحول الرقمي (المادي، المؤسسي، الوظيفي) والقدرة التنافسية في شركات الطيران، مما يدعم عمومية العلاقة بين التحول الرقمي والتنافسية في قطاعات مختلفة. وتتوافق مع دراسة البطرني والجزار (2023) التي أثبتت أن التحول الرقمي بأبعاده (الكفاءات البشرية والبنية التحتية) له أثر معنوي على كفاءة الخدمات ورفع التنافسية في البنوك المصرية.

7.تم اختبار المتغيرات المستقلة الأكثر تأثيراً وفقا لنتائج التحليل الإحصائي وذلك باستخدام معدل الانحدار المتعدد التدريجي وهذه المتغيرات هي (المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية) على التنافسية بالمصارف.

8. تتفق هذه النتيجة مع دراسة عطا الله (2024) التي أوضحت أن التحول الرقمي يعزز الميزة التنافسية، وأن إدارة المواهب البشرية تُعد وسيطًا يقوي العلاقة بين التحول الرقمي والتنافسية، مما يبرز أهمية العنصر البشري.كما تتطابق مع دراسة علام (2021) التي أكدت أن بناء القدرات البشرية ونشر الثقافة الرقمية من أهم العوامل المساعدة في تحقيق التفوق التنافسي في البنوك .وتتسق مع دراسة شوشان وبوعوينة (2023) التي أظهرت أن التحول الرقمي في المصارف الإسلامية الجزائرية أدى إلى تحسين الخدمات، بفضل تدريب الموظفين واستخدام التقنيات الحديثة معًا.

9.بالنظر للفرضية الأولى لنا قبول الفرضية البديلة القائلة بوجود أثر معنوي ذو دلالة

احصائية للمتغيرات (المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية) على الابتكار.

10. تتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد (2023) التي بينت أن التحول الرقمي يسهم في تعزيز الابتكار التنظيمي من خلال التعلم المؤسسي والتفاعل الرقمي. كما تؤكدها نتائج Adisak-sana (2022) و Szabo (2022) اللتان أثبتتا أن تبني التكنولوجيا الرقمية يرفع من قدرة المؤسسات على الابتكار ويعزز مرونتها في البيئات الرقمية. وتتطابق كذلك مع دراسة الحبيب ومحمد (2023) التي أشارت إلى أن الابتكار الرقمي يسهم في دعم الاقتصاد الرقمي وتحسين الإنتاجية المؤسسية.

11. بالنظر للفرضية الثانية قبول الفرضية البديلة القائلة بوجود أثر معنوي ذو دلالة احصائية للمتغيرات (المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية) على التنافسية.

12. تتسق هذه النتيجة مع دراسة الفقي (2024) التي أثبتت أن جودة الخدمات المصرفية الرقمية تسهم في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف الليبية. كما تتطابق مع دراسة مرسي وموساوي (2023) التي خلصت إلى أن التحول الرقمي يخلق ميزة تنافسية مستدامة من خلال رفع كفاءة العمليات المصرفية وتحسين تجربة العملاء.

13. وتؤكدها أيضًا دراسة Kolodiziev (2021) التي ربطت مستوى الرقمنة مباشرة بالمركز التنافسي للمصارف.

14. بينما تختلف الدراسة الحالية عن Kostic (2018) في كونها بيّنت أن المتطلبات البشرية والتقنية تتكامل معًا لتعزيز التنافسية، في حين ركزت دراسة Kostic على الابتكار كعامل مستقل لتحفيز المنافسة دون تحليل لأبعاد التحول الرقمي.

5. التوصيات:

1. ضرورة بناء استراتيجية للتحول الرقمي واضحة وموضوعية قابلة للتطبيق.
2. العمل على توفير العناصر البشرية المدربة اللازمة لتطبيق التحول الرقمي في المصارف العاملة داخل ليبيا وبالأخص في مدينة سرت.
3. توضيح مفهوم الابتكار للموظفين ومدى أهميته في بقاء وتطوير المنظمات.
4. ضرورة التعمق في هذا التخصص، والعمل على دعم وتطوير المعلومات حول التحول الرقمي من خلال الاطلاع على آليات عمل المصارف الخارجية المتطورة للتزود بالخبرات والمعرفة لتطوير العمل المصرفي.

6.المراجع:

6.1.المراجع العربية:

1.نوالة، مريم؛ معاشو، داني الكبير (2010)،» أثر الابتكار والابداع في تقديم الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية»، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد5، العدد5 ابريل 2010.

2.محمود، ولاء محمود عبدالله (2018)، « مقومات تنمية البشرية الأكاديمية بجامعة بنها في العصر الرقمي»، الواقع و سيناريوهات المستقبل»، مجلة كلية التربية جامعة كفر الشيخ، 2(1)، 89-1.

3.الحوال، سعاد فهد (2019)،» مجالات منهجية التحول الرقمي المرتبطة بالبيئة، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون لبحوث الأزمات بعنوان: ادارة التحول الرقمي لتطبيق رؤية مصر 2030، جامعة عين شمس».

4.علام، وليد كامل محمدين (2021)، « التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسئولي خدمة العملاء»، دراسة ميدانية بتطبيق على قطاع بنوك بجنوب الصعيد، كلية التجارة، جامعة اسوان، مصر.

5.الفيتوري، فرج مخلوف علي (2021)،» أثر ادارة المعرفة على عملية الابتكار في مصرف التجارة والتنمية بمدينة بنغازي»، دراسة حالة على مصرف التجارة والتنمية بمدينة بنغازي»، مجلة الدراسات الاقتصادية – كلية الاقتصاد – جامعة سرت المجلد الرابع – العدد الثاني، ابريل 2021.

6.الحبيب، مكاوي؛ محمد، سعيدي (2023)،» أثر الابتكار على الاقتصاد الرقمي خلال الفترة (2013-2020) دراسة حاالة لعينة من الدول العربية»، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 18/العدد 1(2023)، ص 223-212.

7.مرسي، خولة؛ موساوي، هاجر، (2023)،» تطبيق التحول الرقمي كآلية لتحسين أداء البنوك-دراسة حالة بنك متعدد الجنسيات»، جامعة الجزائر، مجلة المنهل الاقتصادي المجلد 06 العدد 1، الجزائر.

8.شوشان، خديجة؛ بوعوينة، حمو،(2023)،» دور التحول الرقمي في تحسين خدمات المصارف الإسلامية الجزائرية- دراسة حالة مصرف السلام»، جامعة لونيسي علي البليدة،

مجلة ابحاث الحماية الاجتماعية المجلد 04 العدد1 ، الجزائر.
9.ابراهيم، أسماء عبدالفتاح، (2023)، «دور التحول الرقمي في تحسين القدرة التنافسية على عمليات تشغيلية في شركات الطيران-دراسة حالة: شركة مصر للطيران»، مصر.
10.البطرني، رنا علي؛ الجزار، ياسمين محمود، (2023)،» أثر التحول الرقمي على كفاءة الخدمات المقدمة من البنوك المدرجة في البورصة المصرية»، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة،مصر.
11.أحمد، أميرة علي الشبراوي (2023)،» العلاقة بين التحول الرقمي والابتكار: الدور الوسيط للتعلم التنظيمي،» دراسة تطبيقية على اعضاء هيئة التدريس بكلية التجارة جامعة المنصورة»، مجلة راية الدولية للعلوم التجارية، المجلد6، العدد7، اكتوبر 2023.
12.عطا الله، هبة كمال،(2024)،» تأثير التحول الرقمي على تحقيق ميزة التنافسية: دور الوسيط إدارة المواهب- بالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة»، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد الخامس العدد الاول، الجزء الثالث، مصر.
13.الفقي، حورية الهادي مفتاح، (2024)، «دور أبعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية، دراسة ميدانية على بعض فروع مصرف الجمهورية بالمنطقة الغربية»، مجلة صرمان للعلوم والتقنية-ليبيا.

6.2.الدراسات الأجنبية:

1.Kostic,Zorana,2018" INNOVTION AND DIGITAL TRANSFORATIONA-SCOMPETITION CATALYST",Universuty. Of Nis.Faculity of Economics,
2.Kolodiziev et al.,2021," The Level of digital transformation affecting the competitiveness of banks", Banks and bank systemsm volume 16, issue 1, Ukarine.
3.Kő et al., 2022 "Digital Agility. Digital competitiveness. And Innovative Performance of smses". Jel classification 032, L25.
4.Adisaksana, Helmy, 2022," The efect of digital transformation, business innovation, and creativity on msme performance with competitive advantage as intevening variable", UniversitasBrawijaya, Malang, Indonesia.