

بطاقات الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي

-دراسة تحليلية لعينة من عملاء البنوك العمومية الجزائرية -

E-payment cards and their role in activating the competitive strategy for Banking Digital Transformation -An analytical study of a sample of Algerian public bank customers -

أمال بوسواك¹ ، سارة طواهرية² / Amel Boussouak¹ , Sarra Tuoahri²

¹ جامعة الوادي، مخبر PEDAA، amel-boussouak@univ-eloued.dz

² جامعة الوادي، sarratuoahri@gmail.com

تاريخ النشر: 2025/06/30

تاريخ القبول: 2025/06/24

تاريخ الاستلام: 2025/05/24

ملخص:

تتناول هذه الدراسة أهمية بطاقات الدفع الالكتروني كمسعى لتفعيل الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي، وتهدف إلى لفت الانتباه ونشر الوعي إلى أهمية التوجه نحو استغلال تكنولوجيا المعلومات والتحول الرقمي لما لها من أثر في تحقيق وفورات مالية. ولقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلنا من خلال تحليل ودراسة الاستبيان إلى بيان مدى الارتباط بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتفعيل الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي، وذلك بتقييم وجهة نظر وتحليل آراء لعملاء وكالات بنوك عمومية جزائرية. باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS22، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتفعيل الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي في البنوك الجزائرية. أوصت الدراسة ببناء بإقامة علاقات جيدة بين الوكالات البنكية محل الدراسة والعملاء؛ والبحث عن توفير كل ما يحقق جودة عالية مقارنة مع المنافسين.

كلمات مفتاحية: بطاقات الدفع الالكترونية، التحويل الرقمي المصرفي، الاستراتيجية التنافسية، بنوك عمومية جزائرية.

تصنيف JEL : O33, G21, E42 , E01

Abstract:

This study examines the importance of electronic payment cards as an effort to activate the competitive strategy for digital banking transformation. It aims to draw attention and raise awareness of the importance of leveraging information technology and digital transformation for their impact on achieving financial savings. The study relied on a descriptive-analytical approach, Through the analysis and study of the questionnaire, we concluded the extent of the relationship between the use of electronic payment cards and the activation of the competitive strategy for digital banking transformation. This was achieved by evaluating the perspectives and analyzing the opinions of clients of Algerian public bank branches. Using the statistical program SPSS22, the study concluded that there is a correlation between the use of electronic payment cards and the activation of the competitive strategy for digital transformation in Algerian banks. The study recommended establishing strong relationships between the studied bank branches and customers, and pursuing the provision of all elements that ensure superior quality compared to competitors.

Keywords: E-payment cards; Banking Digital Transformation; competitive strategy; Algerian public bank.

Jel Classification Codes: E01, E42, G21, O33

Résumé:

Cette étude examine l'importance des cartes de paiement électroniques comme moyen d'activer la stratégie concurrentielle pour la transformation bancaire numérique. Il vise à attirer l'attention et à sensibiliser à l'importance de tirer parti des technologies de l'information et de la transformation numérique, compte tenu de leur impact sur la réalisation d'économies financières. Et l'étude s'est appuyée sur une approche descriptive-analytique Grâce à l'analyse et à l'étude du questionnaire, nous avons conclu à l'étendue de la corrélation entre l'utilisation des cartes de paiement électroniques et la mise en œuvre de la stratégie concurrentielle de transformation bancaire numérique, en évaluant les perspectives et en analysant les opinions des clients des succursales des

banques publiques algériennes. En utilisant le programme statistique SPSS22, l'étude a conclu qu'il existe une corrélation entre l'utilisation des cartes de paiement électroniques et l'activation de la stratégie concurrentielle de transformation numérique dans les banques algériennes. L'étude a recommandé d'établir de bonnes relations entre les agences bancaires concernées par l'étude et les clients, et de chercher à fournir tout ce qui assure une qualité supérieure par rapport aux concurrents.

Mots-clés: Cartes de paiement électroniques ; Transformation Digitale Bancaire ; Stratégie Compétitive ; Banque Publique Algérienne.

Codes de classification de Jel: E01, E42, G21, O33

المرسل: أمال بوسواك، الإيميل: amel-boussouak@univ-eloued.dz

1. مقدمة:

يشهد العالم الآن ميلا متزايدا للتوجه نحو الرقمنة، الناجمة عن طفرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ذات الترابط بكل القطاعات الاقتصادية الحيوية، أهمها البنوك والمؤسسات المالية التي كانت السبابة نحو الاستفادة القصوى مما أتاحتها هذه التكنولوجيات الحديثة، بما يمكنها من توفير ميكانيزمات جديدة لأساليب الدفع (جباري و قصعة، 2024) وتطوير جودة خدماتها.

وفي ضوء التغيرات المستجدة كان ينبغي على البنوك الجزائرية الاستعداد لتطبيق ثقافة مصرفية جديدة للتحويل الرقمي المصرفي (عبد السلام علي، 2013) ، كما أنه أضحي لازما عليها على غرار ما تشهده الساحة المصرفية من تحديث أن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير جودة الخدمات المصرفية وتفعيل استراتيجية تنافسية حتى ترقى إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه التحويل الرقمي المصرفي من أجل مواكبة عصره الدفع الإلكتروني والتحول إلى ابتكارات التكنولوجيا المالية من أجل تحقيق رضا زبائنها وكسب زبائن جدد والتنافس في تقديم الخدمات المصرفية الجديدة.

وسنحاول فما يأتي التركيز على البطاقات الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي (H. Neama & A. Hussein, 2025) في الجزائر (زريق و فضيلي، 14-15 ديسمبر 2004) (زيدان و دريس، 14-15 ديسمبر 2004) من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني وتحقيق أبعاد الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي من وجهة نظر عملاء البنوك الجزائرية في منطقة الوادي؟

بغية الإجابة عن الإشكالية المطروحة ولإثراء الموضوع فلقد ارتأينا إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما مستوى إقبال عملاء البنوك الجزائرية (منطقة الوادي) على استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني؟

✓ ما مستوى توافر أبعاد الميزة التنافسية الرقمية في وكالات البنوك بمنطقة الوادي؟

✓ هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني وتحقيق أبعاد الاستراتيجية التنافسية ؟

الفرضيات :

✓ الفرضية الأولى: هناك إقبال لاستعمال بطاقات الدفع الالكترونية من قبل عملاء البنوك الجزائرية محل الدراسة.

✓ الفرضية الصفرية (H_0): نسبة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكتروني $\geq 50\%$ من العملاء. $H_0: p \leq 0.5$

✓ الفرضية البديلة (H_1): نسبة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكتروني $< 50\%$ من العملاء. $H_1: p > 0.5$

✓ الفرضية الثانية: يوجد مستوى مرتفع في توافر أبعاد الميزة التنافسية البنكية في وكالات البنكية بالوادي محل الدراسة.

✓ الفرضية الصفرية (H_0): متوسط تقييم أبعاد الميزة التنافسية ≥ 3 (على مقياس ليكرت 5 نقاط). $H_0: \mu \leq 3$

✓ الفرضية البديلة (H_1): متوسط تقييم أبعاد الميزة التنافسية < 3.3 . $H_1: \mu > 3.3$

✓ الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتفعيل

الاستراتيجية التنافسية لتحويل الرقمي المصرفي للبنوك الجزائرية محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.

✓ الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية (معامل الارتباط = صفر). $H_0: \rho = 0$

✓ الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية (معامل الارتباط $\neq$ صفر). $H_1: \rho \neq 0$

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليل حيث يسمح بفهم السياق المحلي للبنوك العمومية في منطقة وادي سوف والكشف عن العلاقة إحصائية بين متغيري الدراسة.

أهمية الدراسة

إن موضوع التحول الرقمي من المواضيع المهمة في العصر الحديث لما يترتب عليه من تسهيلات اقتصادية ترتقي بالمستوى الاقتصادي للأفراد بشكل خاص والمجتمع بشكل عام، وإن واحدة من أبرز الخصائص التي يتسم بها الاقتصاد هي الاتجاه نحو تطوير نظام الدفع وضرورة مساهمته للتطور المصرفي الذي يعتبر دعامة للاقتصاد، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة في التعرف على مدى زيادة استعمال بطاقات الدفع الالكتروني لتفعيل التحول الرقمي في تحقيق رضا العملاء في البنوك التجارية الجزائرية.

أهداف الدراسة

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- إبراز دور البطاقات الدفع الالكترونية في تفعيل الاستراتيجية تنافسية للتحويل الرقمي المصرفي في البنوك الجزائرية.
الحدود المكانية: حاولنا من خلال هذه الدراسة استقصاء آراء عينة من وجهة نظر عملاء وكالات بنكية بالجزائر ولاية الوادي.
الحدود الزمنية: تتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة في الفترة الممتدة بين تاريخ توزيع الاستبيان وتاريخ تسليم أبحاثنا (من 16 سبتمبر إلى 25 نوفمبر).

2. بطاقات الدفع الالكتروني المستعملة في البنوك العمومية الجزائرية:

إن أهم عنصر لتحديث الخدمة المصرفية هو تحديث وسائل الدفع الالكترونية بمختلف أنواعها حتى تسهل اعتماد وتبني الصيرفة الالكترونية، حيث قامت بعض المؤسسات المصرفية والمالية الجزائرية (يسعد، قيراط، و مخفي، 2023) (شريف و بلخضر، 2023) بتطوير شبكات الدفع والتسديد من خلال إصدار هذه البطاقات، والجدول التالي يوضح أهم البطاقات الالكترونية المستعملة في البنوك الجزائرية.

الجدول رقم(01): بطاقات الدفع الالكترونية المستعملة في البنوك العمومية الجزائرية

البنك	بطاقات الدفع المستعملة
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	- بطاقة CBR بطاقة وطنية خاصة صالحة فقط بالسحب داخل شبكة الجزائر فيما بينها البنوك، وهي تتيح لحاملها جعل السحوبات النقدية من ماكينات الصراف الآلي للبنوك.
	- بطاقة CIB
	- بطاقة BADR توفير
	- بطاقة CBR وهي خاصة بالسحب داخل الوطن فقط.
القرض الشعبي الجزائري	- CIB Classique
	- بطاقة Gold والتي تسمح بقدر أكبر على الدفع، في مأمن من العديد من المتاجر والمعاملة السريعة.
	- بطاقة VISA Gold والتي تسمح بإجراء جميع العمليات المصرفية عبر العالم.
	- VISA Classique
البنك الوطني الجزائري	- Master Carde بالنسبة للمعاملات السلفية النقدية الخاصة بالعميل. تقبل CPA ماستر كارد.
	- بطاقات CIB
بنك الخارجي الجزائري	- بطاقة CIB تمنح لعملاء البنك والذين لهم متوسط الدخل الشهري لا يتجاوز 39.999 دج .

- بطاقة نفطال (بطاقات الوقود نفطال تسمح لك بدفع ثمن مشترياتك بكل سهولة، مما يضمن الحصول على الوقود بالبطاقة) - بطاقة AMEX (امريكان اكبريس) محفوظة لعملاء حساب البنك فيمكن من خلالها حيازة عملة قابلة للتحويل مقابل قيمة وهو ما يعادل وما لا يقل عن 5000 دولار	
- بطاقة فيزا الدولية - دفتر حساب التوفير المجهز بمسار ممغنط والذي يسمح المسار الممغنط في دفتر التوفير بالقيام بعمليات السحب والدفع بصفة فورية.	بنك التنمية المحلية
- بطاقة CIB	الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على منشورات داخلية بالبنوك الجزائرية محل الدراسة.

3. الدراسة التطبيقية.

3.1. منهج الدراسة:

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتم تصميم الاستبيان كأداة أساسية في الدراسة لقياس وجهات نظر عملاء المصارف نحو استعمال بطاقة الدفع الالكتروني للتفعيل الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي في البنوك الجزائرية، وتم تحليله باستعمال على برنامج SPSS بعد التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة ومن ثم اجراء الاختبارات الاحصائية المناسبة عليها، تم استنباط النتائج ومعرفة العلاقات بين المتغيرات.

3.2. مجتمع وعينة الدراسة :

- يتكون مجتمع الدراسة من عملاء مختلف الفروع للبنوك العمومية الجزائرية وعددها ستة بنوك عمومية، حيث تم اختيار عينة عشوائية بحجم 31 عميل، تم معالجتها احصائيا بواسطة برنامج spss، وقد تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات حيث تضمنت على مجموعة من العبارات التي تم الحصول عليها من الدراسات السابقة وتضمنت معلومات خاصة بموضوع الدراسة وتكونت من عدة فقرة موزعة على محورين هما:

- المحور الاول: بطاقات الدفع الالكترونية .
- المحور الثاني: الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي.

3.3 نتائج اختبار وصدق المحتوى لأسئلة قائمة الاستبيان

من أجل معرفة صدق وثبات البيانات الواردة بالاستمارة تم استخدام كرونباخ هذا الأخير يقيس بدقة ثبات وصدق أداة الدراسة عن طريق معامل ألفا كرونباخ، يوضح الجدول أدناه نتائج اختبار معامل الثبات لجميع اسئلة الاستبيان:

الجدول رقم(02): نتائج اختبار معامل ثبات Cronbach's Alpha لأسئلة قائمة الاستبيان.

الرمز	المحاور	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha معامل الثبات
A	المحور الأول: بطاقات الدفع الالكترونية	12	0.891
B	المحور الثاني: الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي	12	0.789
أبعاد المحور الثاني			
B1	البعد الأول: استراتيجية التمييز.	04	0.841
B2	البعد الثاني: استراتيجية قيادة التكاليف.	04	0.781
B3	البعد الثالث: استراتيجية الجودة	04	0.733
	كل فقرات الاستبيان	24	0.859

المصدر: من اعداد الباحثان، بالاعتماد على برنامج SPSS22

يتضح من نتائج الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات (ألفا كرونباخ) كانت مرتفعة لكل مجال وتراوح بين (0.789 و0.841) لكل مجال من مجالات الاستبانة، كما كانت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة كانت (0.859) وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع.

3.4 تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة.

سوف يتم التعرف على درجة تأثير كل متغير من متغيرات الاستبيان وذلك من خلال معرفة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة للإجابة عن جميع الفقرات، واستنتاج اتجاه العينة بالنسبة لكل محور وهذا بالاعتماد على الأوزان المرجحة لمقياس ليكارت الخماسي، حيث قمنا بحساب طول الفئة والذي يساوي حاصل قسمة المسافات (من 1 إلى 2، من 2 إلى 3، من 3 إلى 4، من 4 إلى 5) على عدد الخيارات المتاحة أمام أفراد عينة الدراسة، (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) وعليه طول الفئة يساوي $0.8 = 4/5$ ، ومنه يصبح توزيع الاجابات حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (03): معايير تحديد درجة الموافقة لعينة الدراسة

الإجابة	الرمز	المتوسط المرجح	درجة الموافقة
غير موافق بشدة	1	من 1 إلى 1.80	منخفض جدا
غير موافق	2	من 1.81 إلى 2.60	منخفض
محايد	3	من 2.61 إلى 3.40	متوسط
موافق	4	من 3.41 إلى 4.20	مرتفع
موافق بشدة	5	من 4.21 إلى 5	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على الأوزان المرجحة لمقياس ليكارت الخماسي

3.5: نتائج تحليل الإحصائي لفقرات استعمال بطاقات الدفع الإلكترونية

يمكن أن نلخص النتائج الخاصة بفقرات استعمال بطاقات الدفع الإلكترونية وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية، الوسط الحسابي والانحراف المعياري في الجدول التالي:

الجدول رقم(04): نتائج تحليل الإحصائي لفقرات استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني

الفقرات		المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب	درجة الموافقة
01	بطاقة الدفع الالكتروني أسرع في سحب الأموال من التعامل التقليدي .	التكرار	00	00	4	22	5	4.03	0.547	75%.13	4	مرتفع
		%	00	00	12.9	71.0	16.1					
02	يضمن استخدام بطاقة الدفع الالكتروني عدم سرقة النقود.	التكرار	00	13	00	18	00	3.16	1.003	31.74%	6	متوسط
		%	00	41.9	00	58.1	00					
03	يمكن استخدام البطاقة الدفع الالكتروني كحافضة ذكية للنقود.	التكرار	2	10	3	13	3	3.16	1.186	37.53%	6	متوسط
		%	6.5	32.3	9.7	41.9	9.7					
04	يمكن استخدام بطاقات الدفع الالكتروني من إبراء الذمة في أي مكان وزمان.	التكرار	00	3	4	12	12	4.06	0.964	23.74%	2	مرتفع
		%	00	9.7	12.9	38.7	38.7					
05	يوفر استخدام بطاقة الدفع الالكتروني الوقت اللازم للذهاب الى المصرف وسحب النقود.	التكرار	00	2	2	15	12	4.19	0.833	19.88%	1	مرتفع
		%	00	6.5	6.5	48.4	38.7					
06	استخدام بطاقة الدفع الالكتروني يخول للعميل تفويض أي شخص ينوبه لسحب أو دفع النقود.	التكرار	00	7	4	7	13	3.84	1.214	31.61%	5	مرتفع
		%	00	22.6	12.9	12.9	41.9					
07	تعتبر بطاقة الدفع الالكتروني بديلا متطورا عن النقود والصكوك.	التكرار	00	00	4	22	5	4.03	0.547	13.57%	4	مرتفع
		%	00	00	12.9	71.0	16.1					
08	مخاطر استخدام بطاقة الدفع الالكتروني قليلة.	التكرار	00	00	13	18	00	3.16	1.003	32.68%	6	متوسط
		%	00	00	41.9	58.1	00					
09	يزيد استخدام بطاقة الدفع الالكتروني من رغبة شراء الأشياء غير الضرورية.	التكرار	2	10	3	13	3	3.16	1.186	37.53%	6	متوسط
		%	6.5	32.3	9.7	41.9	9.7					
10	يساهم استعمال بطاقة الدفع الالكتروني بالتقليل من التعامل بالفواتير والكمبيالات.	التكرار	00	3	4	12	12	4.04	0.964	23.74%	3	مرتفع
		%	00	9.7	12.9	38.7	38.7					
11	يقلل استعمال بطاقة الدفع الالكتروني من خطر انتشار الأوبئة الناجمة عن اللمس المباشر للنقود الورقية.	التكرار	00	2	2	15	12	4.19	0.833	20.51%	1	مرتفع
		%	00	6.5	6.5	48.4	38.7					
12	تساعد بطاقات الدفع الالكتروني في تقليل العبء على كبار السن للتنقل في ظل ظروف الحجر الصحي مثلا	التكرار	00	7	4	7	13	3.84	1.214	31.61%	5	مرتفع
		%	00	22.6	12.9	12.9	41.9					
المتغير الأول : بطاقات الدفع الالكترونية												

- 3- المتوسط الحسابي للفقرة الثالثة يساوي 3.16 وبهذا يحتل الرتبة السادسة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 37.53% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الحياد وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 4- المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة يساوي 4.04 وبهذا يحتل الرتبة الثانية، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 23.74% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الموافقة وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 5- المتوسط الحسابي للفقرة الخامسة يساوي 4.19 وبهذا يحتل الرتبة الأولى، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 19.88% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الموافقة وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 6- المتوسط الحسابي للفقرة السادسة يساوي 3.84 وبهذا يحتل الرتبة الخامسة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 31.61% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الموافقة وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 7- المتوسط الحسابي للفقرة السابعة يساوي 4.03 وبهذا يحتل الرتبة الرابعة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 13.57% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الموافقة وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 8- المتوسط الحسابي للفقرة الثامنة يساوي 3.16 وبهذا يحتل الرتبة السادسة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 32.68% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الحياد وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 9- المتوسط الحسابي للفقرة التاسعة يساوي 3.16 وبهذا يحتل الرتبة السادسة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 37.53% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الحياد وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 10- المتوسط الحسابي للفقرة العاشرة يساوي 4.04 وبهذا يحتل الرتبة الثالثة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 23.74% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الموافقة وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 11- المتوسط الحسابي للفقرة الحادية عشر يساوي 4.19 وبهذا يحتل الرتبة الأولى، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 20.51% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الموافقة وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- 12- المتوسط الحسابي للفقرة الثانية عشر يساوي 3.84 وبهذا يحتل الرتبة الخامسة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 31.61% اقل من 50%. ومتوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة مساوية لدرجة الموافقة وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.
- وفي الأخير يمكن القول أن المحور الأول استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني الذي قدروا وسط حسابه بـ 3.74، والانحراف المعياري بـ 0.9757، وقد حظي هذا المحور بدرجة استجابة موافق ومستوى مقبول مرتفع وهذا ما يدل على أن عملاء الوكالات البنكية محل الدراسة يهتمون اهتماما كبيرا لاستعمال بطاقة الدفع الإلكترونية.
3. 6: نتائج تحليل الإحصائي لفقرات مكانة الميزة التنافسية المصرفية
- سوف نعرض نتائج التحليل الإحصائي للأبعاد الثلاث (ميزة التميز، ميزة التكاليف، ميزة الجودة) للمحور الثاني.
- ✓ نتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الأول: ميزة التميز.

يمكن تلخيص النتائج الخاصة بفقرات البعد الأول (ميزة التميز) للمحور الثاني من الاستبيان وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية، الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف في الجدول التالي:

جدول رقم (05): نتائج التحليل الإحصائي لفقرات البعد الأول: ميزة التميز.

الفقرات	المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب	درجة الموافقة
13	يسعى البنك لتقديم بطاقات دفع الكترونية مستحدثة لكسب عملاء جدد.	6	2	14	9	0	2.84	1.068	37.60 %	1	متوسط
		19.4	6.5	45.2	29.0	0					
14	يضمن الاعتماد على بطاقات الدفع الالكترونية للعملاء ميزة الحصول على التسهيلات الائتمانية التي يوفرها البنك.	5	4	16	5	1	2.77	0.988	35.66 %	2	متوسط
		16.1	12.9	51.6	16.1	3.2					
15	يؤدي ارتفاع عدد حاملي بطاقة الدفع الالكتروني إلى توسيع مجال التجارة الالكترونية.	5	4	16	5	1	2.67	0.958	35.88 %	3	متوسط
		16.1	12.9	51.6	16.1	3.2					
16	تم تصميم بطاقة الدفع الالكتروني وفق احتياجات العملاء	6	3	14	6	2	2.84	1.157	40.73 %	1	متوسط
		19.4	9.7	45.2	19.4	6.5					
البعد الثالث: ميزة التميز							2.878	1.056	37.98 %		متوسط

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

من خلال الجدول أعلاه، يمكن استخلاص ما يلي:

13- المتوسط الحسابي للفقرة الثالثة عشر يساوي 2.84 وبهذا يحتل الرتبة الأولى، ومعامل الاختلاف تساوي 37.60% مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير الموافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

14- المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة عشر يساوي 2.77 وبهذا يحتل الرتبة الثانية، ومعامل الاختلاف تساوي 35.66% مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير الموافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

15- المتوسط الحسابي للفقرة الخامسة عشر يساوي 2.67 وبهذا يحتل الرتبة الثالثة، ومعامل الاختلاف تساوي 35.88% مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير الموافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

16- المتوسط الحسابي للفقرة السادسة عشر يساوي 2.84 وبهذا يحتل الرتبة الأولى، ومعامل الاختلاف تساوي 40.73% مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير الموافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

وفي الأخير يمكن القول أن البعد الأول (ميزة التميز) للمحور الثاني والذي قدر وسط حسابه تقريبا 2.878، والانحراف المعياري ب 1.056، وقد حظي هذا البعد بدرجة استجابة محايد ومستوى قبول متوسط وهذا ما يدل على ان هناك اهتمام نسبي بهذا البعد.

✓ نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الثاني: ميزة التكاليف.

يمكن تلخيص النتائج الخاصة بفقرات البعد الثاني (ميزة التكاليف) للمحور الثاني من الاستبيان وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية، الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف في الجدول التالي:

جدول رقم (06): نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الثاني: ميزة التكاليف.

الفقرات	المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب	درجة الموافقة
17	تعتبر تكلفة الحصول على بطاقات الدفع الالكتروني منخفضة مقارنة بالمصارف الأخرى.	2	10	3	13	3	3.16	1.186	1.406	4	متوسط
	%	6.5	32.3	9.7	41.9	9.7					
18	إنَّ العمولة التي يأخذها البنك الذي تتعامل معه نتيجة للسحب الآلي تعتبر منخفضة بالمقارنة مع البنوك الأخرى.	0	3	4	12	12	4.0645	0.96386	0.929	2	مرتفع
	%	0	9.7	12.9	38.7	38.7					
19	يؤدي اعتماد البنك لبطاقات الدفع الالكتروني إلى تخفيض المصاريف غير المباشرة.	0	2	2	15	12	4.1935	0.83344	0.695	1	مرتفع
	%	0	6.5	6.5	48.4	38.7					
20	يقلل استخدام بطاقة الدفع الإلكترونية الضغط على عمل موظفي البنك.	0	7	4	7	13	3.8387	1.21372	1.473	3	مرتفع
	%	0	22.6	12.9	22.6	41.9					
البعد الثاني: ميزة التكاليف											
مرتفع											
34.75%											
1.048											
3.018											

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

من خلال الجدول أعلاه، يمكن استخلاص ما يلي:

17- المتوسط الحسابي للفقرة السابعة عشر تساوي 3.16 وبهذا يحتل الرتبة الرابعة، ومعامل الاختلاف تساوي 1.406 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير الموافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

18- المتوسط الحسابي للفقرة الثامنة عشر يساوي 4.0645 وبهذا يحتل الرتبة الثانية، ومعامل الاختلاف تساوي 0.929 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الحياد وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

19- المتوسط الحسابي للفقرة التاسعة عشر يساوي 4.1935 وبهذا يحتل الرتبة الأولى، ومعامل الاختلاف تساوي 0.695 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الحياد وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

20- المتوسط الحسابي للفقرة العشرون يساوي 3.8387 وبهذا يحتل الرتبة الثانية، ومعامل الاختلاف تساوي 1.473 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الحياد وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

وفي الأخير يمكن القول أن البعد الثاني (ميزة التكاليف) للمحور الثاني والذي قدر وسط حسابه تقريبا 3.018، والانحراف المعياري ب 1.048، وقد حظي هذا البعد بدرجة استجابة موافق ومستوى قبول مرتفع وهذا ما يدل على ان هناك اهتمام كبير بهذا البعد.

✓ نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الثالث: ميزة الجودة.

يمكن تلخيص النتائج الخاصة بفقرات البعد الثالث (ميزة الجودة) للمحور الثاني من الاستبيان وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية، الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف في الجدول التالي:

جدول رقم (07): نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الثالث: ميزة الجودة.

الفقرات	المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب	درجة الموافقة
21	يهتم البنك بآراء العملاء حول استحداث بطاقات الدفع الالكترونية جديدة ذات جودة عالية.	التكرار	5	4	16	5	2.77	1.023	1.047	4	متوسط
		%	16.1	12.9	51.6	16.1	3.2				
22	يقدم البنك تسهيلات للحصول على بطاقات دفع الكترونية جديدة في ظل الأزمات وانتشار الأوبئة.	التكرار	6	3	14	6	2.84	1.157	1.340	2	متوسط
		%	19.4	9.7	45.2	19.4	6.5				
23	يتوفر البنك على مصلحة خاصة تُعني بصيانة دورية للبطاقات الدفع الالكتروني.	التكرار	6	3	15	5	2.81	1.138	1.295	3	متوسط
		%	19.4	9.7	48.4	16.1	6.5				
24	يتواصل البنك بشكل دوري مع العملاء حول البطاقات ويعلمهم بالجديد منها.	التكرار	0	2	11	8	3.84	0.969	0.940	1	مرتفع
		%	0	6.5	35.5	25.8	32.3				
البعد الثالث: ميزة الجودة											
المتغير الثاني: الميزة التنافسية البنكية											
المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS22.											

من خلال الجدول أعلاه، يمكن استخلاص ما يلي:

21- المتوسط الحسابي للفقرة الواحد وعشرون يساوي 2.77 وبهذا يحتل الرتبة الرابعة، ومعامل الاختلاف تساوي 1.047 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير موافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

22- المتوسط الحسابي للفقرة الثاني وعشرون تساوي 2.84 وبهذا يحتل الرتبة الثانية، ومعامل الاختلاف تساوي 1.340 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير موافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

23- المتوسط الحسابي للفقرة الثالثة وعشرون تساوي 2.81 وبهذا يحتل الرتبة الثالثة، ومعامل الاختلاف تساوي 1.295 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الغير موافقة وهي 3 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

24- المتوسط الحسابي للفقرة الرابعة وعشرون يساوي 3.84 وبهذا يحتل الرتبة الأولى، ومعامل الاختلاف تساوي 0.940 مما يدل على ان متوسط درجة الاستجابة لهذه الفقرة زاد عن درجة الحياد وهي 4 وهذا يعني أن هناك درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة.

وفي الأخير يمكن القول أن البعد الثالث (ميزة الجودة) للمحور الثاني والذي قدر وسط حسابه تقريبا 2.873، والانحراف المعياري ب 1.06، وقد حظي هذا البعد بدرجة استجابة محايد ومستوى قبول متوسط وهذا ما يدل على ان هناك اهتمام نسبي بهذا البعد.

4. نتائج ومناقشتها

✓ اختبار وتحليل نتائج فرضيات الدراسة التطبيقية

سنحاول من خلال هذا المطلب اختبار فرضيات الدراسة، ومدى قبولها أو رفضها، عن طريق النتائج المحصل عليها من تفرغ البيانات في برنامج SPSS²².

- الفرضية الأولى: "هناك إقبال لاستعمال بطاقات الدفع الالكترونية من قبل عملاء الوكالات البنكية بالوادي محل الدراسة".

التحليل الإحصائي: من الجدول رقم 04 نلاحظ أن المتوسط الحسابي يساوي (3.74)، وانحراف معياري (0.9757)، ودرجة موافقة مرتفعة ومنه نقول أن بطاقات الدفع الالكترونية قد نجحت في تخفيف درجة التعقيد في بعض المعاملات لدى مستخدميها. وبالتالي صحة الفرضية الأولى.

التحليل الاقتصادي: من خلال النتيجة التي توصلنا إليها نجد أن دراستنا تتوافق مع دراسة لـ (Smith، 2022) في جزئية ظهور أنماط جديدة من التفكير تطورت أيضا مع الزمن وتحظى بالقبول والحماية، تمشيا مع التطور السريع للعصر التكنولوجي؛ حيث يشجع العملاء على استعمال بطاقات الدفع الالكترونية رغم صمود البعض الذهنيات لقبول التعامل مع التكنولوجيا الحديثة.

- الفرضية الثانية: "يوجد مستوى مرتفع في توافر أبعاد الميزة التنافسية البنكية في وكالات البنكية بالوادي محل الدراسة".

التحليل الإحصائي: نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 بأن أغلب أفراد عينة البحث متفقون على توافر أبعاد الميزة التنافسية في الوكالات البنكية، بمتوسط حسابي (2,873) وانحراف معياري (1.06)، ولكن هناك تباين في درجة أهمية هذه الأبعاد، حيث يتضح من النتائج أن أفراد عينة البحث يولون اهتماما لبعد التكاليف في المقام الأول بمتوسط حسابي (3.018)، وانحراف معياري (1.048)، ثم بعد الجودة بمتوسط حسابي (3.06)، وانحراف معياري (1.077)، أخيرا يأتي بعد التميز بمتوسط حسابي (2.878)، وانحراف معياري (1.056).

من خلال الوزن النسبي لأبعاد الميزة التنافسية البنكية وحسب ترتيب الأهمية النسبية وفق معامل الاختلاف والمتوسط الحسابي العام لمتغير الميزة التنافسية البنكية، يمكن استنتاج ما يلي:

بعد ميزة التكاليف: تشير نتائج الجدول رقم 06، هو أن هذا البعد هو الأكثر تأثيرا وأهمية في إدارة العلاقات مع الزبون حيث بلغ المتوسط الحسابي أعلى قيمة (3.018) ومعامل اختلاف أقل نسبة (34.75) حيث تعد التكلفة المنخفضة البعد التنافسي الأول الذي تسعى الوكالات إلى تحقيقه، وهذا راجع إلى سهولة التعاملات مع العملاء وتقليل الضغط على الموظفين.

بعد ميزة التميز: بلغ معامل الاختلاف 37.98% حيث احتلت المرتبة الأخيرة، وهذا يعكس التشتت الكبير في آراء العينة حول هذا البعد، والذي يتطلب توافره التفاعل مع خصائص فريدة تجعل الزبون يتمسك بها، كذلك الاستجابة المتوقعة لديهم من خلال معرفة دقيقة لاحتياجاتهم.

بعد ميزة الجودة: يقيس هذا المتغير من خلال أربعة أسئلة، وكانت النتائج حوله قد توزعت بين متوسط حسابي (3.06)، ومعامل اختلاف (35.02%)، وهذا مؤشر على وجود توافق مع رغبات الزبائن واحتياجاتهم للمنفعة.

التحليل الاقتصادي: الهدف من نشاط أي بنك هو تحقيق استراتيجيات تنافسية عامة اتجاه تحقيق ميزة تنافسية بنكية وذلك من خلال جذب العملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء القدم كذلك إدراك احتياجات العملاء وتقديم خدمات تتوافق مع الاحتياجات وهذا ما أكدت عليه دراسة (Al-Smadi، 2020). لكن أظهرت هذه الدراسة أن عملاء الوكالات البنكية يهتمون باستراتيجية التكاليف فالجودة فقط ولا تهمهم استراتيجية التميز حسب أبعاد ميزة التنافسية البنكية المعتمدة في هذا الاستبيان.

الجدول رقم(08): ملخص نتائج التحليل الاحصائي لمتغيرات الدراسة

المتغيرات(المحاور)	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة الموافقة
استعمال بطاقات الدفع الالكترونية	3.74	0.9757	25.24%	مرتفع
ميزة التميز	2.878	1.056	37.98%	متوسط
ميزة التكاليف	3.018	1.048	34.75%	مرتفع
ميزة الجودة	3.06	1.077	35.02%	متوسط
الميزة التنافسية البنكية	2.873	1.06	36.90%	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

• الفرضية الثالثة:

تم صاغة الفرضية الثالثة للدراسة كما يلي: " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتفعيل الاستراتيجية التنافسية لتحويل الرقمي المصرفي للبنوك الجزائرية محل الدراسة من وجهة نظر العملاء".

H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتفعيل الاستراتيجية التنافسية لتحويل الرقمي المصرفي للوكالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.

H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتفعيل الاستراتيجية التنافسية لتحويل الرقمي المصرفي للوكالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.

ومن أجل تأكيد أو نفي صحة هذه الفرضية تم حساب المقاييس الإحصائية الموضحة في الجدول رقم 09.

التحليل الاحصائي: بما أن مستوى الدلالة الإحصائية حسب الجدول رقم 09 تساوي 0.0320 اقل من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة أي وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية والميزة التنافسية المصرفية للوكالات المصرفية محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.

الجدول رقم (09): نتائج معامل سبيرمان لمتغيرات الدراسة

المتغير التابع: بطاقات الدفع الالكتروني		
قيمة المعامل	المتغير المستقل: الميزة التنافسية البنكية	معامل الارتباط
0.589		
قيمة الدلالة (Sig)		سبيرمان
0.0320		

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

ويوضح الجدول رقم 10 العلاقات الارتباطية بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة:

يتضح من جدول رقم 10 بأن أغلبية المتغيرات كانت لها علاقة ارتباط دالة إحصائية وعند مستويات إيجابية (معامل ارتباط 58.9 %) بين المتغير التابع بطاقات الدفع الالكترونية وأبعاد الميزة التنافسية المصرفية في وكالات البنكية محل الدراسة المستقلة، حيث كانت أقوى العلاقات مع المتغير التابع (بطاقات الدفع الالكترونية) بنسبة (64.1%) مع البعد الفرعي المستقل (ميزة الجودة). بينما كانت العلاقة أيضا دالة إحصائية مع البعد الفرعي المستقل (ميزة التكاليف) بنسبة (49%)، أما البعد الفرعي المستقل (ميزة التميز) فلم تكن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بينها وبين المتغير التابع (بطاقات الدفع الالكترونية) حيث قدرت النسبة (3.6%). وهذا ما يدل على ميل توجهات آراء عملاء الوكالات البنكية محل الدراسة إلى الترتيب الذي سبق ذكره. من حيث الاهتمام بعامل الجودة ثم التكاليف فالتميز لتوضيح العلاقة بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتحقيق الميزة التنافسية البنكية.

رقم (10): العلاقات الارتباطية بين المتغير التابع والأبعاد الفرعية للمتغير المستقل

المتغير التابع: استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني			ميزة التكاليف	ميزة الجودة	ميزة التمييز
0.589	9040.	4160.	3600.	قيمة المعامل	المتغير المستقل: الميزة التنافسية المصرفية
معامل الارتباط	سييرمان				

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

من خلال النتائج الإحصائية المتوصل إليها نجد أن العبارات الخاصة بالميزة التنافسية البنكية، هذا الأخير جاء في المرتبة الأخيرة ضمن الجدول 08 الذي يوضح ملخص نتائج التحليل الإحصائي متغيرات الدراسة بمتوسط حسابي قدر 2.873 مقابل للاتجاه متوسط مما يدل على وجود علاقة ربط بين استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني والميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء هذا ما ينفي صحة الفرضية الثالثة. مما يجعلنا نقول أن الأسلوب الإحصائي يتوافق مع هذه الدراسة.

التحليل الاقتصادي: هناك العديد من الدراسات والتي وهدفت التعرف على علاقة بين الصيرفة الإلكترونية وتحقيق الميزة التنافسية للبنوك بكل أبعادها مثلما ما أكدت عليه دراسة لـ: (Chavan, 2021). وتبين في دراسة حالية هناك وجود علاقة ارتباط بين استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني وتحقيق الميزة التنافسية البنكية، وحسب دراسة (Al-Smadi M., 2020) ويعود السبب في ذلك إلى التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم، والذي سهل من إجراء العمليات المصرفية بكفاءة وسهولة، مما دفع الزبون إلى البحث عن أفضل الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف في البحث عن الاستدامة. وهذا ما توافقت مع دراسة لـ (Garcia, 2022): كذلك هناك استعداد لاستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية حسب عملاء وكالات محل الدراسة من أجل تعزيز الميزة التنافسية في البنوك حسب ما أكدته دراسة (Lee, 2023)

5: الخاتمة والتوصيات

تناولت الدراسة موضوع البطاقات الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي للبنوك (الاتحاد الإفريقي، 2020) التجارية العمومية الجزائرية لمعالجة إشكالية البحث التي تدور حول إلى ما مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني وتحقيق أبعاد الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي المصرفي من وجهة نظر عملاء البنوك الجزائرية في منطقة الوادي، حيث قمنا بدراسة ثلاثة أبعاد لاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي. وإسقاط الدراسة على ستة وكالات بنكية بالوادي (بنك الفلاحة التنمية الريفية، القرض الشعبي الجزائري، البنك الوطني الجزائري، بنك الجزائر الخارجي، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط)، من خلال الاستبيان الذي أعد لهذا الغرض ووزع على عدد من العملاء.

هدفنا من هذه الدراسة تحديد كيفية تعامل البنك مع عملائه عن طريق البطاقات الإلكترونية حيث أصبحت البطاقات البنكية كأحد أهم الوسائل لكسب ميزة تنافسية، ومن جهة تعمل البنوك الجزائرية على تلبية حاجيات عملائها المتزايدة والمتغيرة باستمرار وفق ما تليه الظروف الراهنة التي أثرت على عاداتهم، بسبب ميلهم إلى استعمال البطاقات الإلكترونية الحديثة والتكنولوجيا المتطورة التي قربت المسافات بينهم وبين المؤسسات التي يتعاملون معها ومكنتهم من ربح الوقت والجهد، ومن جهة أخرى فإن النظام المصرفي الجزائري يتميز بعدم مواكبة تطورات العصر خاصة في مجال الاتصال، ويتضح أن الجزائر كسائر الدول قد تأثرت بهذه التطورات، إذ عملت البنوك الجزائرية على مسايرة ومواكبة هذه التطورات ووضع إستراتيجيات من أجل استيعاب المعاملات الإلكترونية والعمل بها من أجل تطوير النظام المعمول به في مختلف البنوك.

بناء على ما تم التوصل له على المستويين النظري والتطبيقي، يمكن تقديم مجموعة من النتائج لإجابة على التساؤلات التي تضمنتها المقدمة من خلال اختبار فرضيات الدراسة كما يلي:

- يحقق استعمال البطاقات البنكية الإلكترونية العديد من المزايا سواء للبنك أو للعميل تتمثل في تقليل التكلفة وتقليل الجهد اختصار للوقت؛
 - عدم إمكانية الاستغناء عن استعمال وسائل الدفع التقليدية في البنوك الجزائرية وذلك لصعوبة تقبله من طرف العملاء؛
 - الوكالات البنكية تمتلك ميزة تنافسية وهذا من خلال تطبيق إستراتيجية (التميز، التكاليف، الجودة) وهذا دليل على وجود جودة مقبولة من وجهة نظر العملاء؛
 - تأكيد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات نظرة العملاء لاستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية لوجود فروق جوهرية للبنك المتعامل معه؛
 - نفي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات نظرة العاملين لتحسين جودة الخدمة لوجود فروق جوهرية لسبب اختيار البنك؛
 - تأكيد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات نظرة العملاء لاستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية لوجود فروق جوهرية في لسنوات التعامل بالبطاقة؛
 - إن البيئة الاجتماعية والثقافية في الجزائر تشكل تحدياً للبنوك من أجل إقناع العملاء بجدوى استخدام البطاقة وبالتالي إدخال ثقافة بنكية جديدة.
- ويمكن من خلال ما سبق تقديم مجموعة من التوصيات يمكن أن تساعد الوكالات البنكية وخاصة الوكالات محل الدراسة بالاهتمام أكثر في موضوع البطاقات الإلكترونية وبالأستراتيجية المثلى في تحقيق الاستراتيجية التنافسية للتحويل الرقمي من خلال:

- العمل على نشر ثقافة استخدام البطاقات الإلكترونية لما لها من فوائد عدة سواء على البنك أو على العملاء؛
- وجوب العمل على تطوير واستحداث البطاقات الدفع الإلكترونية المعمول بها من طرف البنك؛
- بناء علاقات جيدة بين الوكالات البنكية محل الدراسة والعملاء؛
- البحث عن توفير كل ما يحقق جودة عالية مقارنة مع المنافسين.

قائمة المراجع:

- H. Neama, N., & A. Hussein, S. (2025, 04 25). 100Entrepreneurship Journal for Finance and Business (EJFB)2025, VOL. 06, NO. 02, 100-113, E-ISSN:2709-4251, P-ISSN:2708-87The extent of digital transformation in the Iraqi banking sector: Applied research in a sample of Iraqi private banks. *Entrepreneurship Journal for Finance and Business (EJFB*, pp. 100-113.
- H & Kim, S. Lee .(2023). Pricing strategies for digital payment services: A case of South Korean banks. *Asia-Pacific Journal of Financial Innovation*.129-112 .
- H & Kim, S. Lee .(2023). Pricing strategies for digital payment services: A case of South Korean banks. *Asia-Pacific Journal of Financial Innovation*.129-112 .
- H & Kim, S. Lee) .(Pricing strategies for digital payment services: A case of South Korean banks. *Asia-Pacific Journal of Financial Innovation*.129-112 .

- J & .Bansal, S. Chavan .(2021) .Digital payment systems and competitive advantage in banking: Evidence from India .*International Journal of Bank Marketing* ، ، 805-789 ،(4)36
- J & .Patel, R. Smith .(2022) .Cybersecurity risks in digital payment systems: Implications for competitive banking. *Journal of Cybersecurity and Finance* . 104-88
- M. O & .Al-Qudah, L. A Al-Smadi .(2020) .The role of electronic payment cards in enhancing digital transformation strategies: A case study of Jordanian banks . . *Journal of Financial Innovation*.
- M. O & .Al-Qudah, L. A. Al-Smadi .(2020) .The role of electronic payment cards in enhancing digital transformation strategies: A case study of Jordanian banks . .*Journal of Financial Innovation*.60-45
- M & .Müller, P. (2022). Garcia .(2022) .Green banking: How digital payment cards contribute to environmental sustainability. *Journal of Sustainable Finance* . *Arab Journal of Administrative Sciences*.215-200
- ابراهيم شريقي، و عيسى بلخضر. (25 03، 2023). استعمال وسائل الدفع الالكتروني لمواجهة أزمة السيولة في الجزائر. *مجلة العلوم الاقتصادية، الصفحات* 193-179.
- أسامة عبد السلام علي. (2013). التحول الرقمي بالجامعات المصرية دراسة تحليلية. *مجلة كلية التربية، 37*(02)، الصفحات 535-537.
- الاتحاد الافريقي. (2020). *مشروع استراتيجية التحول الرقمي لافريقيا (2020-2030)*. اديس ابابا: الاتحاد الافريقي.
- امنة جباري، و سعاد قصعة. (20 12، 2024). وسائل الدفع الإلكتروني _التحديات والانعكاسات على التجارة الدولية _ . *مجلة المعيار، الصفحات* 406-390.
- عبد الرحمان يسعد، فريال قيراط، و امين مخفي. (05 06، 2023). تحديات المستهلك الالكتروني مع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر. *مجلة الأعمال الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، الصفحات* 39-29.
- كمال رزق، و عبد الحليم فضيلي. (14-15 ديسمبر 2004). الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية الواقع والتحديات. *تحديث النظام المصرفي الجزائري*. الشلف: جامعة الشلف.
- محمد زيدان، و رشيد دريس. (14-15 ديسمبر 2004). الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية و التحويلات الاقتصادية (الواقع و التحديات). *متطلبات اندماج البنوك الجزائرية في الاقتصاد العالمي*. الشلف: جامعة الشلف.