



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 شهادة الماستر أكاديمي

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: نقدي وبنكي

بطاقات الدفع الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية
للبنوك الجزائرية - من وجهة نظر العملاء -
دراسة حالة عملاء وكالات بنكية - بالوادي -

إشراف الأستاذة:

د. أمال بوسواك

المشرف المساعد:

د. رحيمة بوصبيح صالح

إعداد الطالبات

سعيدة بن عبد الله

ماجدة زقب

مريم طير

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
- زكية محلوس	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	رئيساً
- د. أمال بوسواك	أستاذ محاضر قسم ب	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً
- د. رحيمة بوصبيح صالح	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومساعداً
- لخضر بن عمر	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مناقشاً

السنة الجامعية: 2020/2019

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 شهادة الماستر أكاديمي

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: نقدي وبنكي



بطاقات الدفع الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الجزائرية - من وجهة نظر العملاء - دراسة حالة عملاء وكالات بنكية - بالوادي -

إشراف الأستاذة:

د. أمال بوسواك

المشرف المساعد:

د. رحيمة بوصبيح صالح

إعداد الطالبات

سعيدة بن عبد الله

ماجدة زقب

مريم طير

لجنة المناقشة:

الإسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
.....	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	رئيساً
- د. أمال بوسواك	أستاذ محاضر قسم ب	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً
- د. رحيمة بوصبيح صالح	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومساعداً
.....	أستاذ محاضر قسم أ	جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي	مناقشاً

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ

لِلَّهِ الَّذِي فَضَّلْنَا عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ عِبَادِهِ

الْمُؤْمِنِينَ

{النمل: 15}



إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت قدميها ووفرها
في كتابه العزيز..... "أمي الحبيبة وريدة".

إلى من كان لي سندا في الحياة والتوفيق لشكره الوالد العزيز..... "عزالدين".

إليهما أهدي عملي هذا المتواضع لكي أدخل على قلوبهم شيئا من السعادة والذين تقاسموا معي
عجاء الحياة إخواني وأخواتي..... "حنان, حسين, الصافية, إبراهيم, أحلام, عبد المجيد, إيمان" وفقهم
الله في حياتهم العملية منهم والزوجية منهم.

إلى زوجة أخي "نوال" وإلى أزواج أخواتي "فتحي, لخضر, محمد الأمين"

إلى عمود العائلة جدي الغالية "بسمينة" أطال الله في عمرها وعمتي "صباح".

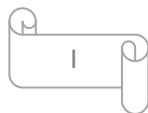
إلى المحتوى الأنيق أشياء لا يمكن أن نطويها ممما تكلمنا عن المحبة "خالتي العزيزة سميرة"
وإبنتها "إسلام" وباقي أولادها وزوجها حفظهم الله.

إلى عائلتي الثانية التي شجعتني على مواصلة الدراسة بعد أهلي.... خطيبي "عمر" ووالدته
"سميرة" وكذا أخواته "نسرين" و"صبرين" و"مفيدة" و الكتوتة "ميسون" حفظهم الله وراحمهم.

إلى صديقاتي وبنات أخوالي لكل واحدة منهم بصمة خاصة في حياتي أتذكرها بها "عائشة,
مروة.س, نريمان, مبروكة, إيمان, سحر, بشيرة, مروة.ش, إشراق, عبلة".

إلى الجميلتين الذين معي في إنجاز مذكرتي "مريم, ماجدة"

إلى مشائخي البيت "مريم, محمد علي, ريماس, نهاد, جهاد, نورهان, عمارة".





إهداء

إلهي لا يطيب لي الليل إلا بشكرك ولا يطيب لي النهار إلا بطاعتك ولا تطيب لي اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب لي الآخر إلا بعفوك ولا تطيب لي الجنة إلا برويتك اللهم جل جلاله، إلهي من بلغ الرسالة وأداء الأمانة ونصح الأمة نبي الرحمة نور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلهي من كلله الله بالصيبة والوقار....إلهي من علمني العطاء بدون انتظار...إلهي من أحمل أسمه بكل اقتدار..أرجو من الله أن يمد في عمرك لتري ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهدني بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد....."والدي العزيز بشير".

إلهي ملاكي في الحياة..إلهي معني الحب و إلهي معني الحنان والتفاني إلهي بسمه الحياة وسر الوجود وإلهي من كان دماؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي....إلهي أغلى الحبايب "أمي الحبيبة نورة".
إلهي القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلهي رياحين حياتي إخواتي وأخواتي... "ضياء زرزور، حسام علي، أماني، نرجس".

إلهي الروح التي سكنت روعي خطيبي "عبد الرزاق" ووالداته "نصيرة" ووالده "نصر".

يا من افتقدتك ويرتجش قلبي لذكرك ويا من أودعتني لله عمي الغالي "يوسف" رحمة الله.

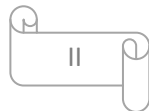
إلهي جميع الأخوة الذين أثبتوا أن الأخوة ليست فقط في الرحم "خالد، عبد السلام، عبد الرؤوف".

إلهي كل من قاسمني مشوار دراستي وحياتي صديقاتي "إيمان، عبير".

إلهي من سرنا سوبا ونحن نشق الطريق نحو النجاح "مريم، سعيدة".

إلهي كل من يعرفني من قريب أو من بعيد ومن لم أذكره فهو في القلب.

ماجدة





إهداء

الحمد لله الذي أماننا وأكرمنا بالتقوى جنت أبحاث عن كلمة ضننتها توفي حق الناس أعطوني الحياة والأمل، الدفع والقوة، أناس كانوا السر في وجودي.

إلى رمز الحب والعطاء والوفاء.... إلى من ربنتني بلطفه ومنحتني الحنان.... إلى تلك المرأة العظيمة التي علمتني معنى الحياة أمي العزيزة "عفاف".

إلى من علمني الكفاح والصبر.... إلى الذي تعب كثيرا من أجل راحتي وتعليمي... إلى ذلك الرجل العظيم أبي العزيز "نبيل".

إلى من تدرجتم معكم ونما تحسني بينهم أخواتي "يحيى، عبد الباري" والحييتين على قلبي أختاي "خديجة، روان".

إلى من مجزتك الأقلام والكلمات عن شرح ما في قلبي ووصف حرقته على فراقها "جدتي الغالية مريم" رحمها الله.

إلى الذي كان سندا لي وعمونا لي طيلة مشواري الدراسي خطيبي "سفيان".

إلى من قاسموني أفراحي وأحزاني "خالتي وأخوالي".

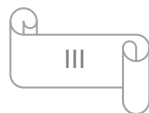
إلى من جعلتهم أيام الدراسة إخوة زميلاتي "إيمان، زينب، إلهام، مبروكة، هبة".

إلى رفيقاتي بحثي "بن عبد الله سعيدة، زقبة ماجدة".

وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل خالي العزيز "سمير الأرقط".

إلى كل من حملهم قلبي ولم تسعهم هذه السطور البسيطة.

مريم



شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

بعد رحلة بحث وجمد وإهتمام تكفلنا بإنجاز هذه المذكرة، فالشكر والحمد لله جل في علاه فإليه
ينسب الفضل كله في إكمال - والكمال يبقى لله وحده - هذا العمل.

ثم نشكر أولئك الذين مدوا لنا يد المساعدة خلال هذه الفترة وفي مقدمتهم أساتذتنا المشرفة على
هذه المذكرة الدكتور "أمال بوسواك" التي لم تدخر جهداً في مساعدتنا وكان لنا تحننا على
البحث وترغبنا فيه، وتقوى عزيمتنا عليها فلما من الله الأجر ومنا كل التقدير والاحترام حفظها الله
ومتعها بالصحة والعافية، كما لا ننسى شكر مساعدة المشرفة "رحيمة بوسبيح صالح".

وكذلك أتقدم بشكر الأستاذ "يوسف زيدان" والدكتور "عقبة عبد الأوي" على مساعدتهم
وتزويدنا بالمعلومات اللازمة لإتمامه، وإلى كل أستاذة كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي.

سعيدة ماجدة مريم

الملخص:

تتناول هذه الدراسة موضوع بطاقات الدفع الالكتروني في البنوك الجزائرية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر عملاء وكالات بنكية بالوادي، حيث تسعى إلى بيان مدى الارتباط بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتحقيق الميزة التنافسية البنكية، وذلك بتقييم وجهة نظر وتحليل آراء لعملاء وكالات بنوك عمومية جزائرية بالوادي. ولهذا تم الاعتماد على استبيان صمم ووزع على 31 عميلا. وتم تحليل ومعالجة البيانات عن طريق البرنامج الاحصائي SPSS22، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية والميزة التنافسية، بالإضافة إلى تفضيل العملاء استخدام بطاقات الدفع الالكترونية تزامنا مع جائحة كوفيد19.

الكلمات المفتاحية:

الميزة التنافسية البنكية، العملاء، بطاقات الدفع الالكترونية، البنوك العمومية الجزائرية، وكالات بنوك عمومية الوادي.

Abstract:

This study addresses the question of electronic payment cards in Algerian banks and their role in achieving competitive advantage from the point of view of clients of banking agencies in El-Oued. It seeks to demonstrate the extent of the link between the use of electronic payment cards and the achievement of banking competitive advantage by assessing the point of view of some clients of Algerian public bank agencies In El-Oued. For this reason, a questionnaire was designed and distributed to 31 clients. The data was analyzed and processed through the statistical program SPSS22. The study concluded that there is a correlation between the use of electronic payment cards and the competitive advantage, in addition to the customers' preference to use electronic payment cards in conjunction with the COVID 19 pandemic.

Keywords : Banking competitive advantage, clients, electronic payment cards, Algerian public banks , public bank agencies of El-Oued.

فهرس

المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	الإهداء.....
IV	شكر وعرهان.....
V	الملخص.....
VII	فهرس المحتويات.....
X	قائمة الجداول.....
XII	قائمة الأشكال.....
XIV	قائمة الملاحق.....
أ-د	مقدمة.....
الفصل الأول	
الإطار النظري لبطاقات الدفع الإلكتروني والميزة التنافسية البنكية	
02	تمهيد.....
03	المبحث الأول: ماهية بطاقات الدفع الإلكترونية.....
03	المطلب الأول: نشأة ومفهوم بطاقات الدفع الإلكترونية.....
05	المطلب الثاني: أنواع بطاقات الدفع الإلكترونية.....
09	المطلب الثالث: طبيعة القانونية وآلية الاستعمال لبطاقة الدفع الإلكتروني.....
10	المطلب الرابع: مزايا و عيوب بطاقات الدفع الإلكتروني.....
13	المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية في البنوك.....
13	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الميزة التنافسية.....
15	المطلب الثاني: مفهوم الميزة التنافسية البنكية ومعاييرها.....
16	المطلب الثالث: أنواع الميزة التنافسية البنكية.....
18	المطلب الرابع: مبادئ وشروط تحقيق الميزة التنافسية البنكية.....
20	المبحث الثالث: الدراسات السابقة.....
20	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية.....
28	المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.....
31	المطلب الثالث: ما يميز الدراسات الحالية عن الدراسات السابقة.....
33	خلاصة الفصل:.....

الفصل الثاني الإطار الميداني للدراسة	
35	تمهيد.....
36	المبحث الأول: تقديم بعض وكالات محل الدراسة.....
36	المطلب الأول: بطاقة تقنية مع الهيكل التنظيمي للوكالات البنكية بالوادي....
43	المطلب الثاني: بطاقات الدفع الالكتروني المستعملة في البنوك العمومية الجزائرية...
45	المبحث الثاني: الاطار المنهجي للدراسة.....
45	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة التطبيقية وأساليب جمع البيانات
47	المطلب الثاني: أساليب التحليل الإحصائي في الدراسة التطبيقية
48	المبحث الثالث: المعالجة الاحصائية لبيانات الاستبيان واختبار وتحليل نتائج فرضيات الدراسة.....
48	المطلب الاول: النتائج النوعية والوصفية لعينة الدراسة التطبيقية
53	المطلب الثاني: نتائج اختبار وصدق المحتوى لأسئلة قائمة الاستبيان.....
53	المطلب الثالث: تفسير وتحليل إتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة.....
60	المطلب الرابع: اختبار وتحليل نتائج فرضيات الدراسة التطبيقية
67	خلاصة الفصل.....
69	خاتمة.....
72	قائمة المراجع.....
78	الملاحق.....



قائمة
الجداول

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
14	وجهات النظر المختلفة للميزة التنافسية	(01-01)
44	بطاقات الدفع الالكترونية المستعملة في البنوك العمومية الجزائرية	(01-02)
48	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	(02-02)
49	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	(03-02)
49	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	(04-02)
50	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة	(05-02)
51	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البنك المتعامل معه	(06-02)
51	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سبب اختيار البنك	(07-02)
52	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات التعامل ببطاقة الدفع الإلكتروني	(08-02)
53	يوضح نتائج اختبار معامل ثبات Cronbqch's Alpha لأسئلة قائمة الاستبيان.	(09-02)
54	معايير تحديد درجة الموافقة لعينة الدراسة	(10-02)
55	نتائج تحليل الإحصائي لفقرات استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني	(11-02)
57	يوضح نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الأول: ميزة التميز	(12-02)
58	يوضح نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الثاني: ميزة التكاليف	(13-02)
59	يوضح نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الثالث: ميزة الجودة	(14-02)
62	يوضح ملخص نتائج التحليل الاحصائي لمتغيرات الدراسة	(15-02)
62	يوضح نتائج معامل سبيرمان لمتغيرات الدراسة	(16-02)
63	يوضح العلاقات الارتباطية بين المتغير التابع والأبعاد الفرعية للمتغير المستقل	(17-02)
64	يوضح تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير المستقل على المتغير التابع تعزي لمتغير البنك المتعامل معه	(18-02)
65	يوضح تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير المستقل على المتغير التابع تعزي لمتغير سبب اختيار البنك	(19-02)
65	يوضح تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير المستقل على المتغير التابع تعزي لمتغير سنوات التعامل ببطاقات الدفع	(20-02)

قائمة

الأشكال

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
07	أنواع بطاقات الدفع الالكترونية	(01-01)
37	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة الوادي	(01-02)
38	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري لوكالة الوادي	(02-02)
39	الهيكل التنظيمي لبنك الوطني الجزائري لوكالة الوادي	(03-02)
40	الهيكل التنظيمي لبنك الخارجي الجزائري لوكالة الوادي	(04-02)
42	الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية لوكالة الوادي	(05-02)
43	الهيكل التنظيمي لصندوق الوطني للتوفير والاحتياط لوكالة الوادي	(06-02)
44	يوضح المتغيرات المستخدمة في الدراسة	(07-02)
48	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	(08-02)
49	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	(09-02)
49	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	(10-02)
50	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة	(11-02)
51	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البنك المتعامل معه	(12-02)
52	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سبب اختيار البنك	(13-02)
52	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات التعامل ببطاقة الدفع الالكتروني	(14-02)

قائمة

الملاحق

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
78	معامل الثبات لأسئلة قائمة الاستبيان.	01
79	النتائج النوعية والوصفية لعينة الدراسة التطبيقية	02
81	نتائج اتجاهات العملاء نحو متغيرات الدراسة.	03
88	استبيان محكم	04
91	قائمة المحكمين	05

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم الآن العديد من المتغيرات الحديثة على الصعيد الدولي ولعل من أهم هذه المتغيرات برزت بشكل واضح في القطاع المصرفي كما أدت أيضا إلى تغيير مسار كثير من البنوك, وقد أدى التطور السريع لعالم الالكترونيات وظهور شبكة الانترنت كوسيلة نقل المعلومات إلى الكشف عن بعض نقائص الوسائل التقليدية, ومحاولة لتفادي هذه النقائص فقد سعت الدول إلى تحديث وسائل الدفع المستعملة تماشيا مع التطور الحاصل في القطاع المصرفي.

ولأن العالم دخل في سياق جديد يعرف بالرقمنة والمعلومات, والراجع إلى الطفرة التي حدثت في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن بعد, فكان لزاما على البنوك والمؤسسات المالية أن تكون السباقا نحو الاستفادة القصوى مما أتاحتها هذه التكنولوجيات الحديثة, بما يمكنها من توفير ميكانزمات جديدة لأساليب الدفع وتطوير جودة خدماتها.

وفي ضوء التغيرات المستجدة ينبغي على البنوك الجزائرية الاستعداد لتطبيق ثقافة مصرفية جديدة كما أنه أضحى لازما عليها على غرار ما تشهده الساحة المصرفية من تحديث أن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير جودة الخدمات المصرفية وتحقيق ميزة تنافسية حتى ترقى إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه العمل المصرفي من أجل مواكبة عصره الدفع الإلكتروني والتي لا تحتاج إلى جهد كبير وتكلفة عالية لاستخدامها إذ أصبح استخدام البطاقات الالكترونية المصرفية من أهم أدوات المنافسة في القطاع المصرفي, وهو ما أدى بالضرورة إلى قيام تلك المصارف في البحث عن التقنية الحديثة واقتناء أفضلها من أجل كسب ميزة تنافسية تتفوق من خلالها على المصارف المنافسة الأخرى. كما عملت المصارف على اتخاذ خطوات حثيثة نحو التحول إلى الخدمات الالكترونية المصرفية من أجل تحقيق رضا زبائنها وكسب زبائن جدد والتنافس في تقديم الخدمات المصرفية الجديدة.

وعلى رغم الأهمية الكبرى التي تحظى بها البطاقات الالكترونية والتوقعات المستقبلية بشأنها, وكذا التعامل بها الذي قطع شوطا كبيرا على مستوى مختلف المؤسسات المالية والمصرفية, إلا إن التعامل بها على مستوى الدول العربية والدول النامية لاسيما الجزائر, لا يزال استعمال البطاقات الالكترونية فيها حديثا وعلى الرغم من نقص المعلومات الخاصة بها إلا أنه بدأ العمل بنظام البطاقات الالكترونية في الجزائر, وسنحاول فيما يأتي التركيز على البطاقات الدفع الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية من خلال طرح الإشكالية .

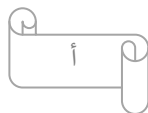
الإشكالية الرئيسية

ومن هذا المنطلق تتضح معالم إشكالتنا والتي صغناها في التساؤل التالي:

إلى أي مدى تساهم بطاقات الدفع الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء؟

الأسئلة الفرعية

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



- ما أهمية بطاقات الدفع الإلكتروني وما هي أنواعها؟
- فيما تتمثل أهم أبعاد الميزة التنافسية؟
- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بطاقات الدفع الالكترونية وأبعاد الميزة التنافسية في الوكالات البنكية بالوادي؟

الفرضيات

- **الفرضية الأولى:** هناك إقبال لاستعمال بطاقات الدفع الالكترونية من قبل عملاء الوكالات البنكية بالوادي محل الدراسة تزامنا مع أزمة كوفيد 19.
- **الفرضية الثانية:** يوجد مستوى مرتفع في توافر أبعاد الميزة التنافسية البنكية في وكالات بنكية بالوادي محل الدراسة.
- **الفرضية الثالثة:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية والميزة التنافسية البنكية للوكالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.
- **الفرضية الرابعة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية والميزة التنافسية البنكية للوكالات محل الدراسة تعزى للمتغيرات الاسمية (البنك المتعامل معه، سبب اختيار البنك، سنوات التعامل ببطاقات الدفع).

أهمية الدراسة

إن موضوع البطاقات الالكترونية 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 مسابته للتطور المصرفي الذي يعتبر دعامة للاقتصاد، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة في التعرف على مدى زيادة تنافسية البنوك عن طريق البطاقات الالكترونية المصرفية في تحقيق رضا العملاء في البنوك التجارية الجزائرية.

أهداف الدراسة

- ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها:
- محاولة الاحاطة بمختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالبطاقات الالكترونية.
 - التعرف على البطاقات الالكترونية في الجزائر وخاصة في وكالات الوادي.
 - إبراز دور البطاقات الدفع الالكترونية في تحقيق المزايا التنافسية.
 - تسليط الضوء على أهمية تطبيق خدمة بطاقات الدفع الالكترونية في الوقت الحاضر.

أسباب اختيار الموضوع

- تناسب وتوافق موضوع البحث في مجال التخصص الذي ندرس فيه.

- اهتمامنا بالبحث في موضوع البطاقات الالكترونية, وقناعتنا الخاصة بقيمتها المميزة واهميتها.
- بطاقات الدفع الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية البيئية المصرفية الجزائرية.
- التعمق في الدراسة من خلال الجانب الميداني.

منهج الدراسة

من أجل التطرق إلى جميع نواحي الموضوع اخترنا المنهج الوصفي و المنهج الإحصائي: حيث يركز هذا المنهج بشكل واسع في الفصول النظرية عند وصفنا للعناصر المرتبطة بالموضوع, وكذا مدى استخدام بطاقات الدفع الالكترونية للبنوك التجارية في الجزائر ومعرفة حقيقتها على أرض الواقع. وتم تصميم الاستبيان كأداة أساسية في الدراسة يقيس وجهات نظر عملاء المصرف نحو استعمال بطاقة الدفع الالكتروني والميزة التنافسية, وتم تحليله باستعمال على برنامج SPSS22.

- الحدود المكانية: حاولنا من خلال هذه الدراسة استقصاء آراء عينة من وجهة نظر العملاء وكالات البنكية بالوادي .

- الحدود الزمنية: تتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة بين تاريخ توزيع الاستبيان وتاريخ تسليم آخر استمارة (من 16 ماي إلى 17 جويلية).

صعوبات الدراسة

لقد واجهنا أثناء إعداد المذكرة مجموعة من الصعوبات أبرزها:

- غياب الثقافة المصرفية الالكترونية في الأوساط الجزائرية ونقص التعامل ببطاقات الدفع الالكترونية من طرف العملاء والبنوك معا.
- منذ بداية كتابة المذكرة واجهنا صعوبة لتوزيع الاستبيانات في ظل الأزمة الصحية كوفيد19.
- عدم وجود علاقات اتصال بين الجامعة و البنوك مما رفض عدد من الوكالات إستقبالنا بغرض البحث العلمي.

هيكل الدراسة

تم موضوع الدراسة في فصلين رئيسيين:

الفصل الأول سنستعرض فيه موضوع " الإطار النظري لبطاقات الدفع الإلكتروني والميزة التنافسية البنكية " ويتضمن ثلاث مباحث حيث تناول المبحث الأول أربعة مطالب فالمطلب الاول يحتوي على مفاهيم عامة حول بطاقات الدفع الالكتروني والمطلب الثاني على انواع البطاقات الإلكترونية, والمطلب الثالث يتضمن الطبيعة القانونية أما المطلب الاخير يشمل مزايا وعيوب هذه البطاقة.

وفي المبحث الثاني فقد تناول ايضا أربعة مطالب ففي المطلب الاول جملة مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية وفي المطلب الثاني تطرقنا فيه الى التنافسية البنكية اما المطلب الثالث الى انواعها والمطلب الرابع الى مبادئ وشروط تحقيق الميزة التنافسية البنكية.

بالنسبة للمبحث الثالث تتضمن الدراسات السابقة باللغة العربية في المطلب الاول وباللغة الاجنبية في المطلب الثاني اما المطلب الثالث استنتاج أهم فروق بين الدراسة السابقة وبين الدراسة الحالية.

أما عن **الفصل الثاني** سنخصصه للدراسة التطبيقية تحت عنوان " **الإطار الميداني للدراسة** " حيث يتضمن ثلاث مباحث, فالمبحث الاول يحتوي على مطالبين, يتناول المطلب الاول بطاقة تقنية والهيكل التنظيمي لوكالات الوادي اما المطلب الثاني تحت عنوان بطاقات الدفع الالكتروني المستعملة في البنوك الجزائرية خاصة الوكالات محل الدراسة.

بالنسبة للمبحث الثاني تناولنا فيه الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من خلال تطرق إلى خصائص الاحصائية للعينة المدروسة وأساليب التحليل الإحصائي, أما المبحث الثالث سنحاول لتفسير نتائج الدراسة وإختبار الفرضيات وربطها بالتنظير الاقتصادي ومدى توافق النتائج مع الدراسات السابقة.

الفصل الأول:

الإطار النظري

لبطاقات الدفع

الإلكتروني

تمهيد

رغم التطورات التي عرفتتها وسائل الدفع الالكترونية في العالم وتوسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن البطاقات الالكترونية , ومن هذا بادرت بعض المؤسسات الجزائرية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع لمواجهة الأزمات الإقتصادية من جهة وقادرة على تلبية حاجات ورغبات العملاء من جهة أخرى سواء كانوا أفراد أو مؤسسات, وفي ظل وجود أسواق بنكية منفتحة تتميز بالمنافسة التي يقدمها المنافسون وذلك من أجل إستقطاب أكبر عدد ممكن من الزبائن والعملاء, ومن هنا بدأت هذه البنوك بالسعي دوما إلى تحقيق مراكز قوة تمنحها ميزة تنافسية, ومنه سنتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: ماهية بطاقات الدفع الإلكترونية.
- المبحث الثاني: ماهية الميزة التنافسية في البنوك.
- المبحث الثالث: الدراسات السابقة.

المبحث الأول

ماهية بطاقات الدفع الإلكترونية

تعتبر بطاقات الدفع الإلكتروني إحدى أهم وسائل الدفع الإلكترونية التي انتشرت على مستوى العالم انتشاراً واسعاً. حيث أصبحت من أنشطة الخدمات المصرفية التي تقدمها مئات الألوف من البنوك وتحتج من وراء ذلك أرباحاً طائلة تمكن مئات الملايين من العملاء من شراء حاجياتهم من السلع والخدمات وسحب مبالغ نقدية بموجبها دون الحاجة إلى حمل نقود معهم من أجهزة الصراف الآلي والتي تعمل طوال 24 ساعة. كما أنها توفر لهم إمكانية التعامل من خلال شبكة الانترنت وسداد الالتزامات المالية المترتبة عليها، وذلك نتيجة للاستفادة من التقدم التقني والتراوج الحاصل بين نظم ووسائل الاتصال وثورة المعلومات، على نحو أداء إلى تقليل التكاليف وتحقيق الفائدة لكافة أطراف العملية.

ومن خلال ما يلي سنحاول التعرف على بطاقات الدفع الإلكتروني والتطرق إلى أهم أنواعها، وخاصة المعتمدة من طرف البنوك الجزائرية.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم بطاقات الدفع الإلكترونية

تستخدم البنوك البطاقات الإلكترونية كوسيلة لتسهيل العمليات المصرفية ومن هنا سوف نتطرق إلى نشأة هذه البطاقات مع المرور إلى مفهومها:

الفرع الأول: نشأة بطاقات الدفع الإلكترونية

في الواقع إن التفكير بهذه البطاقات قد بدأ مع مطلع القرن الماضي، حين أدى التقدم والتطور الهائلين في مجالات الاتصالات والصناعات الإلكترونية والحاسبات الآلية إلى انتقال البنوك إلى مرحلة جديدة أكثر تقدماً مما كانت عليه في صناعة الخدمات المصرفية، وبسبب توافر الإمكانيات والحاسبات الآلية المتطورة فقد تطلع المجتمع المالي إلى إيجاد نظام متطور لأعمال تمديد المديونيات والمقاصة وإنجاز التبادلات التجارية والاقتصادية¹. وترجع بدايات ظهور البطاقة في الولايات المتحدة الأمريكية حوالي سنة 1914، حيث إبتكرت شركة وسترن يونيون western union البطاقة لتسهيل أعمال عمالها ثم تبعتها شركات البترول الأمريكية وسكك الحديد وبعض الفنادق والمحلات الكبرى، ولكن ضمن حدود خاصة كتسوية حسابات المشتريات نهاية الشهر، وأصدرت شركة تيروليوم كوربوريتش في كاليفورنيا بإصدار أول بطاقة ائتمان حقيقية، وزعت على الجمهور لدفع قيمة البنزين،

¹ عبد الصمد حوالم، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أوبوكر بلقايد- تلمسان، 2015/2014، ص 91.

على أن تسدد المبالغ المترتبة عليهم في تواريخ لاحقة وكان ذلك سنة 1924, وتوسع الامر سنة 1950 حيث إمتدا إستخدام البطاقة ليشمل منافذ وخدمات أخرى تقوم بالاشتراك مع مصدر البطاقة, وتمثل هذه السنة البداية الحقيقية لبطاقة الإئتمان بمفهومها الحديث, وكان بنك ناشيونال فرانكلين بنيويورك أول من أصدر البطاقة, وعرفت بإسم National Credit Card ثم دخلت بنوك عدة في إصدارها وقبولها وكان ذلك سنة 1958 من قبل شركة أمريكيان أكسبرس 1958 في اصدار بطاقة تمكن من الحصول على السلع والخدمات من المحلات الكبرى وشركات النقل والسياحة, وصارت هذه البطاقة عامة وعالمية بسبب شمول نطاقها, وفي سنة 1968 قام ثمانية بنوك بإصدار بطاقة مشتركة عرفت بإسم ماستر كارد master card وهي الأكثر رواجاً وإنتشاراً في الولايات المتحدة الأمريكية, في فرنسا ظهرت بطاقة Diners Club سنة 1954, وإنتشرت إستخدام هذه البطاقة الخاصة الزرقاء الفضية سنة 1968 ثم الزرقاء الدولية سنة 1973 والبطاقة الخضراء ثم البطاقة الذهبية الصادرة من إتحاد الفنادق¹.

أما في الجزائر فرغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكتروني في العالم وتوسع نطاق إستخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن, إلا أن الجزائر بقيت منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواط كبيرة, وقد عرفت بطاقات الدفع في الجزائر تطورا ملحوظا, خاصة بعد إستحداث نظام المقاصة الإلكترونية وتعميمها غير مختلف الوكالات البنكية والبريد في الجزائر, وكانت بداية فكرة الإنطلاق لنظام السحب مابين البنوك كانت سنة 1998².

الفرع الثاني: مفهوم بطاقات الدفع الإلكترونية

لقد تعددت التعاريف حول بطاقات الدفع الإلكتروني نذكر منها:

التعريف الأول: عرف المشرع الجزائري بطاقات الدفع والسحب في المادة 543 مكرر 23/24 من القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم, وإعتبر بطاقة الدفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانونا وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الأموال, أما بطاقة السحب فهي كل بطاقة صادرة عن البنوك أو الهيئات المالية المؤهلة قانون وتسمح لصاحبها فقط بسحب الأموال, مع التأكد على أن الأمر أو الإلتزام بالدفع المعطى بموجب بطاقة الدفع المعطى بموجب بطاقة الدفع غير قابل للرجوع فيه, ولا يمكن الاعتراض على الدفع إلا في حالة ضياع أو سرقة البطاقة المصرح بهما قانونا أو تسوية قضائية أو إفلاس³;

¹ عبد الهادي مسعودي, الأعمال المصرفية الإلكترونية: بنوك إلكترونية- نقود إلكترونية- بطاقات إلكترونية, دار اليازورد العلمية, الاردن, 2016, ص50-51.

² عبد الصمد حوالف, مرجع سابق, ص92.

³ عبد العزيز خنفوسي, قانون الدفع الإلكتروني, مركز الكتاب الأكاديمي, عمان, 2018, ص94.

التعريف الثاني: يعرف الدفع الإلكتروني أيضا على أنه " مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع, وتمثل في البطاقات البنكية, النقود الإلكترونية وغيرها..."¹

التعريف الثالث: كما تعرف البطاقة البنكية على أنها: "عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع. كما يمكن إستخدامها لأغراض أخرى, مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا للمرخص له. بعض هذه البطاقات الإلكترونية تسمى البطاقات الذكية لإحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى"².

إذن نستنتج أن بطاقات الدفع الإلكترونية هي بطاقات بلاستيكية الصنع, مستطيلة الشكل, تحول حاملها وفاء ثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها من بعض المحلات التجارية التي تقبلها بموجب إتفاق مع الجهة المصدرة لها, وذلك بتحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب الزبون المشتري (حامل البطاقة) إلى حساب البائع (التاجر).

المطلب الثاني: أنواع بطاقات الدفع الإلكترونية

لقد تعددت أنواع البطاقات في الآوان الأخيرة نذكر منها ما يلي:

الفرع الأول: البطاقات المحلية

تكمن البطاقات المحلية فيمايلي³:

1- **بطاقة السحب الآلي (cash card):** يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، وهي بطاقات وظيفتها الوحيدة السحب النقدي من الموزعات الآلية للنقود والشبايك الأوتوماتيكية التابعة للبنك المصدر لها ويمكن أن تتضمن خدمات أخرى مثل الإطلاع على الرصيد، طلب كشف الحساب، طلب دفتر الشيكات.....

2- **بطاقة الدفع الآجل:** هي بطاقة إئتمان على أساس الدفع الشهري حيث الفواتير الموقعة من قبل حامل البطاقة ومطالته بها دوريا مرة كل شهر في تاريخ معين، ويقوم العميل بدفع ما عليه من مستحقات نتجت عن استخدام البطاقة بها لا يتجاوز تاريخ الإستحقاق الذي يحدده البنك.

¹ رتيبة تيفوسي, نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر: الواقع والآفاق, مجلة دراسات- العدد الإقتصادي, المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية, العدد02, جامعة الأغواط, الجزائر, جوان2019, ص77.

² سماح شعبور, مصباح مرابطي, وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر- واقع وتحديات - "دراسة إستطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي(ل م د), تخصص تمويل مصرفي, قسم علوم تجارية, كلية العلوم الإقتصادية, العلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة العربي التبسي, تبسة, 2015/2016, ص21.

³ سعيدة معيزي, الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين الأداء المالي للبنوك الجزائرية "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشراكة - الجزائر-, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر, تخصص إدارة أعمال مالية, قسم علوم التسيير, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة 08ماي1945, قالمة, 2014/2015, ص ص23-24.

الفرع الثاني: البطاقات الدولية

بطاقة فيزا la carte visa

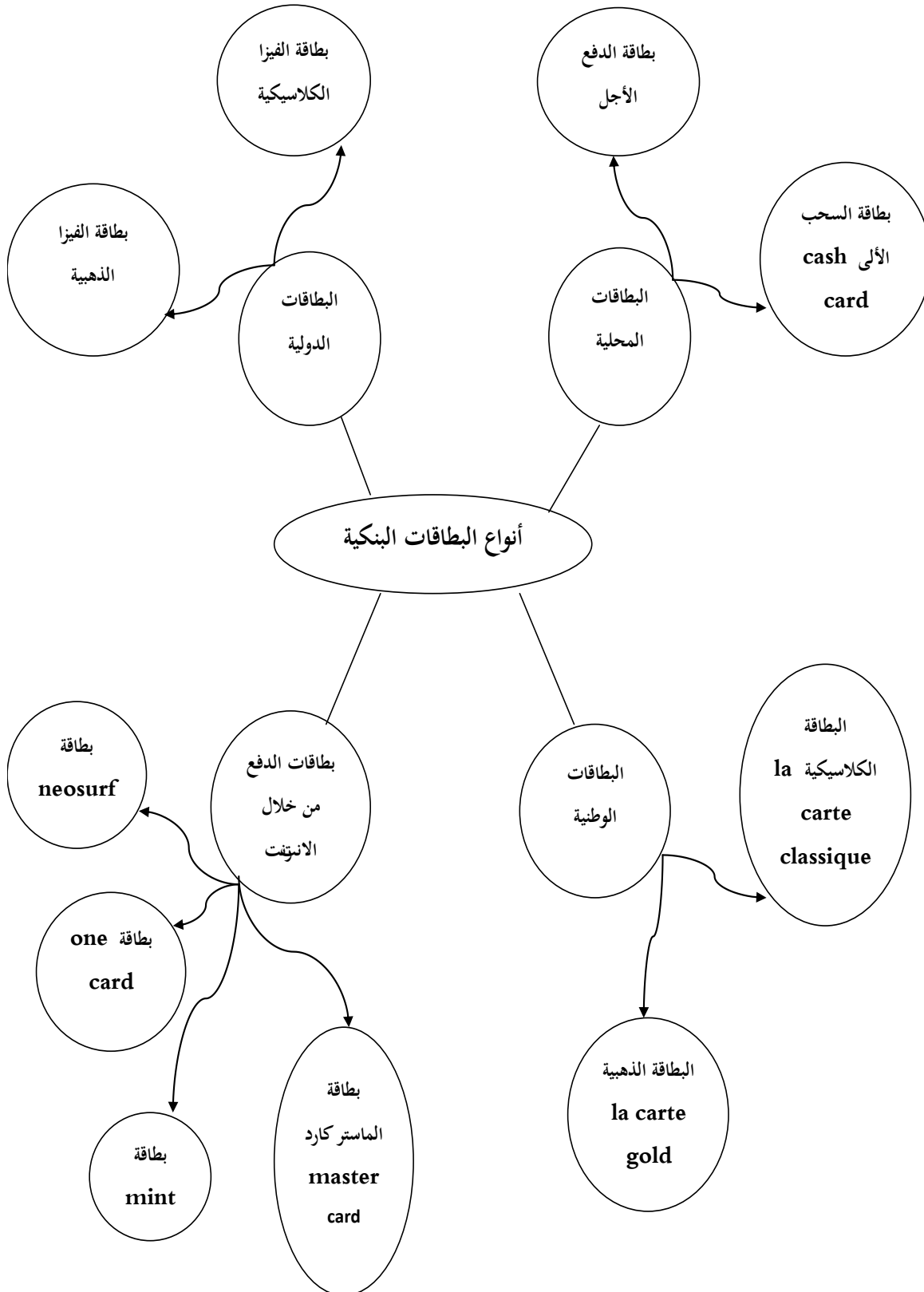
وهي بطاقة دولية تعمل للسحب والدفع، موجهة لزبائن ذوي حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة أو لموكلهم وبحيث يمكنكم الدفع أو السحب أموالهم في أي مكان في العالم (حسب شبكة فيزا)، تقدر مدة صلاحيتها 24 شهرا،

هي نوعان¹:

- 1- بطاقة الفيزا الكلاسيكية: رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 1000 أورو ويقدر سقف السحب لهذه البطاقة 500 أورو في اليوم، أما سقف الدفع يقدر بـ 1000 أورو في اليوم.
- 2- بطاقة الفيزا الذهبية: رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 4500 أورو حيث يقدر سقف السحب بـ 750 أورو في اليوم، أما سقف الدفع 3000 أورو في اليوم.

¹ فاطمة ناشف، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مستغانم، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2018، ص63.

الشكل رقم(01-01): أنواع بطاقات الدفع الالكترونية



المصدر : من إعداد الطالبات

الفرع الثالث: البطاقات الوطنية

تتمثل البطاقات الوطنية فيما يلي¹:

1- البطاقة الكلاسيكية: La carte classique

هي بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب البنكي، وهي تقدم لزبائن البنوك وفق شروط يحددها البنك كمداخيل الزبائن أو أهميتهم أو مواصفات أخرى، وللحصول على هذه البطاقة يتم إبرام عقد بين البنك والعميل.

2- البطاقة الذهبية: La carte gold

مقترحة أيضا من قبل البنوك للزبائن يتم إختيارها وفق شروط محددة، لكن بالإضافة إلى خدمات الدفع والسحب فإن هذه البطاقات توفر خدمات إضافية، مع سقف سحب ودفع مرتفع نسبيا وتمنح للأشخاص المهمين ورجال الأعمال أصحاب الدخل المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 50 ألف دينار جزائري، ومدة صلاحيتها عامين.

الفرع الرابع: بطاقات الدفع من خلال الأنترنت

نجد أن هناك أربع أنواع لبطاقات الدفع من خلال الأنترنت²:

1- بطاقة الماستر كارد Master card: هي بطاقة مدفوعة مسبقا، تمكنك من الدفع الإلكتروني من أي

جهاز للدفع، أو الدفع من خلال الأنترنت عند التسوق من المتاجر الإلكترونية.

يمكن إستخراجها من خلال التوجه للموقع الرئيسي لل master card، وملاً البيانات الخاصة بالإسم الكامل والعنوان، وتاريخ الميلاد، والبيانات التي تحدد هوية المستخدم، من أجل الإجراءات الأمنية.

2- بطاقة Mint: هي عبارة عن بطاقة مدفوعة مسبقا، يمكن من خلالها الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت، عند

شراء المنتجات من خلال الأنترنت، وإستقبال الخدمات الرقمية.

3- بطاقة One card: هي عبارة عن بطاقة تستخدم في عمليات الشراء من خلال الأنترنت، والدفع

الإلكتروني، حيث تمثل وسيلة آمنة للدفع، فيقوم المستخدم بفتح حساب مجاني في الموقع وأن كارد مجانا، ثم يقوم بإستخدامها عند شحنها بالنقود المالية.

4- بطاقة Neosurf: وهي بطاقة توفر وسيلة فورية لإيداع الأموال بأمان في حساب Ecoaccount الخاص

بالمستخدم، ويمكن إستخدامها في الدفع الإلكتروني في الجزائر³.

¹ عجال المنصور، بن يونس، واقع إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية "دراسة إستطلاعية في بنك التنمية المحلية وكالات مستغافم، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تسيير إستراتيجي، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغافم، 2018/2017، ص ص 26-27.

² ميساء ساعد، أنواع بطاقات الدفع الإلكترونية في الجزائر 2019 على الموقع www.Vapulus.com تاريخ الإطلاع: 2020/04/27 على الساعة 10:45.

³ ميساء ساعد، مرجع سابق، ص 7.

المطلب الثالث: طبيعة القانونية وآلية الإستعمال لبطاقة الدفع الإلكتروني

تبدو أهمية البحث عن الطبيعة القانونية لنظام بطاقات الدفع الإلكتروني في تحديد القواعد القانونية الواجبة التطبيق على هذه البطاقات والرجوع إلى الأصل القانوني لهذا النظام حيث تعد تلك البطاقات نظاما جديدا في البيئة التجارية، أنشأتها الأعراف المصرفية وساعدت في تطويره وإنتشاره لظهور الوسائل التكنولوجية الحديثة، والتي تعتبر نوعا من الأنظمة القانونية التي تقوم على علاقات قانونية متشابكة، فهي تقوم على علاقة ثلاثية الأطراف هم المصدر والحامل والتاجر، يربط كل منهم بالآخر عقد يرتب إلتزامات متبادلة في ذمة كل منهم.

الفرع الأول: طبيعة القانونية لبطاقة الدفع الإلكتروني

تأخرت الجزائر في سن قانون لحماية وسائل الدفع الإلكترونية، فالتقدم التكنولوجي السريع والمذهل وإنتشار وسائل الإتصال الحديثة أدى إلى ظهور أشكال جديدة ورهيبية الإجرام، الأمر الذي دفع بالمشروع الجزائري إلى ضرورة توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية وآساليب المعالجة الآلية للمعطيات كان الأمر رقم 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، أول قانون أشار إلى الحماية القانونية للجريمة الإلكترونية، من خلال نصه في المادة الرابعة منه على الخدمات المحمية، والتي يعاقب على التعدي عليها من طرف الغير دون رخصة من مالكيها الأصليين.

كما إعتترف المشروع الجزائري بمعاقبة الشخص المعنوي الذي يرتكب إحدى الجرائم السالفة الذكر بغرامة مالية تعادل 05 مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي. ولا يعاقب المشروع الجزائري على الجريمة التامة فقط وإنما حتى على الشروع فيها.

كما كانت مواجهة الجريمة الإلكترونية إحدى مواد إتفاق الشراكة بين الجزائر والإتحاد الأوروبي في أفريل سنة 2002 حسب المادة 186¹.

الفرع الثاني: آلية الإستعمال لبطاقة الدفع الإلكتروني

إن قيام البطاقات الإلكترونية بمختلف وظائفها (الدفع، القرض، السحب)، يحتاج إلى نظام إستخدام يؤدي إلى أحسن وأفضل فاعلية لهذه الوسيلة الحديثة.

ومن أجل تحقيق الغرض الذي وجدت من أجله، يقوم البنك المصدر بإبرام عقود مع العملاء والأوفياء لديه من أجل إصدار بطاقة إلكترونية وتسليمها لهم.

وبمجرد إستلام العميل للبطاقة الإلكترونية يصبح الحامل الشرعي لها، ويمكنه إستخدامها في الوفاء بثمن المشتريات التي يرغب فيها من سلع وخدمات، كما يمكنه سحب النقود العينية من الموزعات الآلية التي تضعها البنوك في

¹ ليندة بلحارث، والي نادية، "الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني"، الملتقى الوطني الثامن حول آلية تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي والمصرفي الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، يومي 13-14 مارس 2017، ص ص4-6.

خدمة عملائها هذا من جهة، ومن جهة أخرى يقوم المصدر بالتعاقد مع التجار الذين يرغبون في التعامل بنظام البطاقات الإلكترونية في الوفاء، ومن ثم يصبح التاجر متعمداً من قبل المصدر (البنك) الذي يقدم هذه الخدمة. وتتم عملية استخدام البطاقة بتقديم الحامل الشرعي للبطاقة إلى محل التاجر المعتمد، من أجل الحصول على السلع والخدمات التي يرغب فيها، ويقدم بطاقته من أجل الوفاء بقيمة مشترياته، فيقوم التاجر بفحص البطاقة للتأكد من صلاحيتها وأنها سارية المفعول (إلى غاية تاريخ الشراء)¹.

المطلب الرابع: مزايا وعيوب بطاقات الدفع الإلكترونية

بالرغم من توفر العديد من الإيجابيات في البطاقات البنكية وذلك لحدتها وسهولة التعامل بها إلا أنها تتميز في نفس الوقت ببعض العيوب تظهر عادة عند استخدامها.

الفرع الأول: مزايا بطاقات الدفع الإلكترونية

مما لا شك فيه أن البطاقات البنكية تمنح عدة مزايا سواء لحاملها أو للبنك المصدر لها أو للمحلات التجارية².

1- بالنسبة لحاملها:

- ✓ تتمثل أهمية البطاقة البنكية بالنسبة لحاملها والفائدة التي تعود إليه من خلال استخدامها فيما يلي:
- ✓ إمكانية استخدام البطاقة 24/24 ساعة و 7/7 أيام.
- ✓ إمكانية استخدامها في أي مكان يتم قبول هذه البطاقة.
- ✓ سهولة ومرونة وسرعة التعامل بالبطاقة البنكية.
- ✓ يؤدي استخدامها إلى تقليل الفواتير والإيصالات الورقية.
- ✓ يمكن لحامل البطاقة أن يتم صفقة شراء فورية عن طريق الهاتف مجرد ذكر رقم البطاقة.
- ✓ إمكانية الحصول على تخفيضات عند بعض التجار الذين يفضلون التعامل بالبطاقات البنكية.
- ✓ ضياع البطاقة البنكية لا يمثل مشكلة لحاملها بخلاف كثير من الوسائط المالية الأخرى لا تمثل الأخرى لورقية، إذا عليه إلا يقوم بإبلاغ التي أصدرتها وفي أي مكان في العالم حيث تقوم هذه الجهة بصرف بطاقة جديدة وإبلاغ المحلات التجارية برقم البطاقة الضائعة حتى لا يساء استخدامها.

2- بالنسبة للتاجر:

¹ أمينة بن عميور، البطاقات الإلكترونية للدفع والقرض والسحب، رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في القانون الخاص - قانون الأعمال -، كلية حقوق، جامعة قسنطينة منتورة، 2005/2004، ص 30 - 31.

² طاهر لطفي، صلاح الدين جمعي، العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الإلكترونية "دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية" BADR" وكالة تبسة - 488، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)، تخصص تمويل مصرفي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016/2015، ص 53 - 54.

- ✓ أما فيما يخص التاجر فإن الفائدة التي يجنيها من خلال قبوله التعامل بالبطاقة البنكية تتمثل فيما يلي:
- ✓ ضمان لسداد قيمة مبيعاته وذلك بطريقة آلية ومباشرة في حسابه البنكي.
- ✓ الأمن والأمان في التعاملات التجارية التي تقوم بها مع زبائنه دون الخوف من السرقة أو السطو وإستخدام النقود المزورة.
- ✓ السرعة والسهولة والملائمة في القيام بمختلف العمليات التجارية للزبائن.
- ✓ تفادي التنقل نهاية كل يوم إلى البنك لإيداع الحصيلة اليومية بالنسبة للتاجر وما يوافق ذلك من ضياع الوقت على مستوى الشبابيك والإنتظار بالإضافة لأخطار نقل النقود.
- ✓ نهاية الإزدحام على مستوى الخزينة (الصندوق) بسبب عد النقود وإعادة الصرف للزبائن.
- ✓ تساهم البطاقة البنكية في زيادة المبيعات كما أنها دور فعال في إزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

3- بالنسبة لمصدري البطاقة البنكية:

- ✓ تحقق البطاقة البنكية للجهة المصدرة فائدة تتمثل في الحصول على أرباح من الغرامات, التأخير والفوائد وغرامة ضياع البطاقة.
- ✓ إمكانية تتبع كل العمليات التي تمت, حيث أن التعامل يمكن البنك من معرفة من دفع لمن وفي أي مكان وزمان وقيمة المعاملة.
- ✓ زيادة مداخيل البنك من خلال رسوم إصدار البطاقة وكذا التعامل بها.
- ✓ كبر حجم عائد هذا النظام مقارنة بأعبائه.
- ✓ إكتسابها عوائد إضافية من خلال تمرير ومضات إشهارية في الموزعات الآلية للأوراق النقدية بفائدة المؤسسات.
- ✓ التقليل من ضغط الزبائن الذين يقومون بعمليات السحب من شبابيك الوكالات البنكية, وبالتالي تفرغ الموظفين لوظائف أخرى.

الفرع الثاني: عيوب بطاقات الدفع الإلكترونية

هناك جوانب سلبية لبطاقات الإئتمان تختلف باختلاف أطراف البطاقة يمكن ترتيبها على النحو التالي¹:

1- بالنسبة لحامل البطاقة العميل:

- ✓ ارتفاع نسبة الفوائد على القروض الممنوحة من خلال البطاقة وخاصة عند التأخير.
- ✓ إن حامل البطاقة ملزم بسداد قيمة ما إشتري بها حتى لو كانت ضائعة أو مسروقة منه.

¹ فريدة بن منصور, الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر "دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BNA-وكالة ورقلة, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية, تخصص بنوك ومالية, قسم علوم إقتصادية, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة قاصدي مرياح, ورقلة, 2010/2011, ص66.

✓ يمكن أن يخسر حامل البطاقة قيمة مشتريات إشتراها عبر الأنترنت بسبب عملية نصب على موقع إلكتروني لتاجر أو مقدم الخدمة.

2- بالنسبة للتاجر:

✓ إن عدم تدقيق التاجر والتأكد من صلاحية البطاقة ومطابقة توقيعه أو عدم أخذ موافقة الجهة المصدرة على تجاوز العميل الحد الأقصى المسموح له بوقع العميل في خسارة مالية.

✓ عجز البنوك عن الوفاء بديون مستخدمي البطاقات ولمدة قصيرة سيعرض أهم المحلات التجارية التي تقبل البطاقة للإفلاس, وذلك أن المحلات تجري أعمال الشراء الخاصة بها وتسيير أمورها بناء على تسديدات الزبائن التي تصلها من البنوك, فلو توقفت هذه ولو لمدة قصيرة فإن ذلك سيؤدي لنشوء مشكلة السيولة خطيرة توقف كثيرا من المنشآت الإقتصادية عندها.

3- بالنسبة للبنك المصدر:

✓ أدت السياسة المتراخية في إصدار البطاقات إلى زيادة الديون المعدومة تغرمها الجهات المصدرة للبطاقات كل سنة, وبما أن حملة البطاقات قد لا يستخدمونها لمدة طويلة, فإن ذلك يجعل من البطاقات الراكدة سبب في زيادة تكاليف البنك.

✓ يولد التعامل بالبطاقة خطرا على سيولة المصرف نظرا لكبر هذا التعامل, كما أن حجم القروض المأخوذة من قبل حملة البطاقات يدعو المصرف إلى تخفيض إستثماراته في المجالات الأخرى, كذلك قد تسوء صورة المصرف أمام العملاء الذين يعتقدون أن إستعمال البطاقات سبب من أسباب الغلاء¹.

¹ فريدة منصور, مرجع سابق, ص 67.

المبحث الثاني

ماهية الميزة التنافسية في البنوك

إن الحراك التنافسي الذي تشهده الساحة الإقتصادية في هذا العصر وضع المصارف أمام تحدي كبير فرض عليها بناء وتعزيز المزايا التنافسية لإظهار وإثبات التفوق لدى العملاء, والذي يمكنها بدوره من التفوق عن المنافسين.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الميزة التنافسية

تعمل جميع البنوك اليوم جاهزة لأجل تحقيق التميز على منافسيها, لذا بات كل من مصطلحي المنافسة والتنافسية مركز إهتمام من طرف جميع البنوك وتسعى لفهم قواعده من أجل البقاء والإستمرارية وتحقيق المركز التنافسي الأفضل.

الفرع الأول: مفهوم المنافسة

يمكن تعريف المنافسة كمايلي:

المنافسة تعني مجموعة من المؤسسات التي تنتج منتجا واحدا أو خليطا من المنتجات المتشابهة أو البديلة لما تنتجه المنظمة من منتجات, بعبارة أخرى فإن المنافسة تعني وجود عدد من المنظمات التي تلبى نفس حاجات ورغبات وأذواق الزبائن من خلال ما تقدمه من منتجات أو خدمات؛¹ وبصفة عامة المنافسة صفة لحالة الصراع والتسابق بين مجموعة من المنتجين أو الموزعين, تنشأ نتيجة للحركية والسلوكيات التي يمارسونها, ليس فقط لأجل إستقطاب أكبر عدد ممكن من المشترين وإيجاد أسواق جديدة, بل أيضا في سبيل الحصول على مصادر توريد جديدة وتنافسية؛²

الفرع الثاني: مفهوم التنافسية

تعددت المفاهيم المتعلقة بالتنافسية نذكر منها:

التعريف الأول: عرفت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية OCDE التنافسية على أنها: " قدرة الدولة على إنتاج السلع والخدمات التي تعادل الأذواق في الأسواق العالمية, وفي نفس الوقت تحقيق مستوى معيشة متزايد على المدى الطويل"¹؛

¹ بن جدو بن علي, الإستراتيجيات التنافسية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية "دراسة مؤسسة فندق الأوراسي", رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير, شعبة علوم التسيير كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة أحمد بوقرة, بومرداس, 2014/2015, ص51.

² ضياء الدين زواو, دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة "دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الإقتصادية", رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في علوم التسيير, جامعة فرحات عباس, سطيف, 2012/2014, ص66.

التعريف الثاني: يقصد بالتنافسية الجهود والإجراءات والإبتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية والتسويقية والإنتاجية والتطويرية التي تمارسها المؤسسات من أجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أكثر إتساعا في الأسواق التي تهتم بها؛²

الفرع الثالث: مفهوم الميزة التنافسية

لقد تعددت التعاريف المقدمة من قبل الباحثين للميزة التنافسية وهذا لإختلاف وجهات النظر التي تم تناولها من خلالها ولهذا يمكن تعريفها كما يلي:

- تعرف الميزة التنافسية بأنها المجالات التي يمكن للمنظمة أن تنافس الغير من خلالها بطريقة أكثر فعالية, وبهذا فهي تمثل نقطة قوة تتسم بها المنظمة دون منافسيها في أحد أنشطتها الإنتاجية أو التسويقية أو التمويلية أو فيما يتعلق بمواردها البشرية أو الموقع الجغرافي لها, لذا تعتمد الميزة التنافسية على نتائج فحوص وتحليل كل من نقاط القوة والضعف الداخلية إضافة إلى الفرص والمخاطر المحيطة والسائدة في بيئة المنظمة مقارنة بمنافسيها؛³
- وهي قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط والتي تتحقق من خلال الإستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية, والمادية والتنظيمية, بالإضافة إلى القدرات والكفاءات التي تتمتع بها المنظمة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق إستراتيجيات التنافسية؛⁴

جدول رقم (01-01): وجهات النظر المختلفة للميزة التنافسية.

الباحث	التعريف	التوجه التركيز
هوفر	هي المجالات التي تتفوق فيها المؤسسة على منافسيها.	الانشطة
فاهي	أي شيء يميز المؤسسة او منتجاتها بشكل ايجابي عن منافسيها من جهة نظرة الزبون النهائي.	المكانة الذهبية
مايكل وتامبو	هي وسيلة التي تمكن المؤسسة من تحقيق التفوق في ميدان منافسيها مع الاخرين.	المنافسة
افنس	القابلية على التقدم متفوق للزبون.	قيمة الزبون

¹ مريم حمو, أهمية اليقظة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسويق, تخصص إدارة أعمال المؤسسة, الشعبة العلوم الإقتصادية وعلوم التسويق, جامعة أم البواقي, 2014/2013, ص105.

² رزيقة بجاوي, الابداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الاعمال, "دراسة حالة مؤسسة ملبنة الخضنة بالمسيلة, رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير, تخصص علوم التسويق, قسم علوم التسويق, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة المسيلة, 2013/2012, ص45.

³ راضية مزور, دور بحوث التسويق في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة " دراسة حالة مؤسسة موبيليس مديرية قسنطينة ووكالة أم البواقي, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية, تخصص تسويق الخدمات, الشعبة العلوم التجارية, كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسويق, جامعة العربي بن مهيدي, أم البواقي, 2016 / 2017, ص58.

⁴ إياد محمد, محمود بارود, دور التجارة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة, رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في ادارة الاعمال بكلية التجارة في الجامعة الاسلامية بغزة, ابريل /2018م - شعبان 1439هـ, ص24.

المصدر: خولة عدنان وآخرون، وسائل الدفع الإلكتروني ودوره في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية "دراسة حالة بنك الخليج الجزائر - وكالة بشار"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، الجزائر، العدد الرابع، ديسمبر 2018، ص 152.

المطلب الثاني: مفهوم الميزة التنافسية البنكية ومعاييرها

إن اعتماد البنوك إستراتيجية لمواجهة التحديات البيئية المصرفية وتوسيع نشاطها وضمان الإستمرارية، يتطلب القدرة على توفير حزمة متكاملة ومتنوعة من الخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية بتقنية متطورة وتكاليف منخفضة وجودة عالية، للوصول إلى رضا العملاء وذلك كله بهدف تطوير قدراتها التنافسية، وسنحاول في هذا المطلب إلى مفاهيم متعلقة بالميزة التنافسية البنكية.

الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية البنكية

تعد الميزة التنافسية هدفا إستراتيجيا تسعى المؤسسات الاقتصادية لتحقيقه في التحديات التنافسية للمناخ الإقتصادي الجديد، فالميزة التنافسية أو التنافسية البنكية كباقي المفاهيم الإقتصادية إختلفت وتعددت الآراء حول تحديد مفهوم شامل لها، ومن بين التعاريف نذكر مايلي:

التعريف الأول: " تمثل الميزة التنافسية للبنوك قدرة البنك على تقديم خدمات ومنتجات بنكية متميزة عن تلك التي تقدمها البنوك المنافسة، تمكنه من زيادة حصته السوقية والحفاظ على موقعه في السوق التنافسي"¹؛

التعريف الثاني: " كما يمكن تعريف الميزة التنافسية بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون، ويؤكد تميزها إختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء، الذين يتقبلون هذا الإختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخريين"²؛

التعريف الثالث: يقصد بالتنافسية البنكية إلى الكيفية التي يستطيع البنك أن يميز نفسه عن منافسيه ويحقق لنفسه التفوق والتميز عليهم، وأن تحقيق الميزة التنافسية ما هو إلا محصلة لعوامل حقيقية عديدة تندمج في تخفيض التكلفة وتحسين الجودة، وبالتالي يترتب على المصارف أن يختار إستراتيجية تستند على نقاط القوة ونقاط الضعف، والتركيز على عوامل مهمة كالمنطقة الجغرافية وطبيعية الزبون وجودة الخدمات³.

¹ هاجر مزغيش، الخدمات البنكية الإلكترونية كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية " دراسة تطبيقية BNP PARIPAS - قسنطينة - و SOCIETE GENERALE ALGERIE - باتنة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير التخصص مالية وبنوك، الشعبة علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2015/2016، ص 50.

² زكية بوسنة، القدرة التنافسية في الخدمات المالية والمصرفية للجزائر وفق احكام الاتفاقيات العامة لتجارة الخدمات، ط 1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان 2016، ص ص 164-165.

³ أحمد حامدي، خديجة حزاوي، الميزة التنافسية للبنوك وإنعكاساتها على جودة الخدمات البنكية "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- أدرار"، مذكرة مقدمة متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي قسم علوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دارية أدرار - الجزائر، 2018/2019، ص 7.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الميزة التنافسية البنكية تعني الخاصية الفريدة التي تميز البنك عن غيره وتحقق له التفوق عن المنافسين, من خلال تقديم أفضل الخدمات لإشباع حاجات ورغبات العملاء بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين.

الفرع الثاني: معايير الميزة التنافسية البنكية

تتعدد معايير الميزة التنافسية للبنك والتي يمكن إعتبارها من زاوية أخرى أحد مؤشرات جودة الإدارة والتحكم في التسيير, ويمكن تحديد أهم هذه المعايير كما يلي¹:

- 1- مدى تبني مفهوم وأسلوب إدارة الجودة الشاملة.
- 2- مدى الإهتمام بالتدريب المستمر للعاملين وحجم المخصصات التي ترصد لذلك.
- 3- مدى الإهتمام ببحوث التطوير المصرفي.
- 4- مدى وجود توجه تسويقي, أي إستلهاج حاجات ورغبات الزبائن كأساس لتصميم الأهداف والإستراتيجيات وسياسات الأداء المصرفي والخدمة المصرفية والسعي المستمر للإستجابة لحاجات ورغبات الزبائن.

5- مدى زرع وتنمية روح الفريق على مختلف مستويات البنك.

6- الحصة السوقية للبنك ونسبتها إلى إجمالي الحصة السوقية للجهاز المصرفي.

7- القدرة على التعامل مع المتغيرات البيئية المحلية والعالمية.

8- مدى إستخدام المديرين المتحرفين.

9- مدى توافر العمالة المصرفية الماهرة.

10- مدى فاعلية إدارة التكاليف.

المطلب الثالث: أنواع الميزة التنافسية البنكية

يشير مايكل بورتر إلى التصنيف الشائع حول أنواع الميزة التنافسية ومهما كانت الطريقة تسعى من خلالها الحصول على إمتلاك هذه الميزة, فإنها حتما ستجد نفسها أمام عدة أنواع للميزة التنافسية:

أولا: قيادة التكاليف:

¹ أحمد بلماحي, محمد زكريا شعبي, الميزة التنافسية والإستراتيجية البنكية, " دراسة حالة البنوك الجزائرية- سعيدة", مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر في العلوم التجارية, تخصص بنوك وأعمال, كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة د. الطاهر مولاي, سعيدة, 2015/2016, ص26.

تحاول المؤسسات من خلال إتباع هذه الإستراتيجية أن تصل إلى تخفيض تكاليف الإنتاج والتوزيع, حيث يسمح هذا لها بأن تقوم بتخفيض أسعارها عن باقي المنافسين, ومن ثم تكون هناك إمكانية للفوز بحصة سوقية أكبر¹.

وتتطلب هذه الإستراتيجية تشييد مرافق ذات طاقة كفاءة, تستهدف تخفيض التكلفة عن طريق زيادة الخبرة, وتوفر قيادة التكاليف عوائد أعلى من المعدل بالرغم من الضغوط التنافسية القوية, تسمح التكلفة المنخفضة الحصول على أرباح بعد قيام المنافسين بتخفيض هامش الربح إلى الحد الأدنى.

ثانيا- التمايز:

تركز المؤسسة على خلق درجة مرتفعة من النقود لمنتجاتها ولبرامجها التسويقية حتى يمكنها أن تحظى بقيادة للصناعة التي تعمل داخلها, ويفضل معظم المستهلكين شراء علامة هذه النوعية بشرط أن لا يكون سعرها مرتفع. وتحقق هذه الإستراتيجية ميزة يمكن الدفاع عنها, حيث يوفر التميز حاجز أمام المنافسين بسبب الولاء للعلامة التجارية من قبل الزبائن.

ثالثا- التركيز:

والإستراتيجية الثالثة من إستراتيجية بورتر هي إستراتيجية التركيز, حيث تركز المؤسسة على قطاع سوقي معين ربما يشمل مجموعة من المستهلكين ذوي الإحتياجات والأذواق المتجانسة, أو التركيز على منطقة جغرافية محددة, مع ترك باقي السوق للمنافسين, وتكمن هذه الإستراتيجية المؤسسة من خدمة ذلك القطاع بشكل أكثر كفاءة وفاعلية عن طريق دراسة متعمقة وعلاقة أكثر قربا مع المستهلكين. إلا أن هذه الإستراتيجية معرضة دائما لمخاطر فقدان نسبة كبيرة من الحصة السوقية وربما لفقدانها كاملة².

رابعا- الجودة:

ويعد تأثير الجودة العالية في المنتج تأثيرا مضاعفا, فإيجاد منتجات عالية الجودة يزيد من قيمتها في أعين الزبائن نجد أن المنتج العالي الجودة لا يسمح للمنظمة فقط بفرض أسعار عالية لمنتجاتها ولكن يخفض التكلفة, وقد زادت أهمية الجودة في مجال بناء المزايا التنافسية بشكل كبير في السنوات القليلة الماضية, ولا شك أن إهتمام الكثير من

¹ حفيظة زعيم, أثر الصيرفة الإلكترونية على الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية "دراسة تطبيقية لعينة من البنوك الجزائرية على مستوى ولاية بسكرة", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم التجارية, تخصص تسويق مصرفي, قسم العلوم التجارية, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التجارة, جامعة محمد خيضر, بسكرة, 2018/2019, ص 30-31.

² إسلام جبار, شعبان جعبري, وسائل التواصل الإجتماعي كأحد أدوات الترويج الإلكتروني ودورها في تحقيق الميزة التنافسية, ق رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الخليل قسم إدارة الأعمال, كلية الدراسات العليا والبحث العلمي, جامعة الخليل, فلسطين, 2017/2018, ص 30.

المؤسسات بجودة المنتج, لا يمكن النظر إليه على أنه مجرد طريقة لإكتساب المزايا التنافسية فقد أصبح ذلك في كثير من المجالات الصناعية أمرا حتميا من أجل البقاء والإستمرار.¹

المطلب الرابع: مبادئ وشروط تحقيق الميزة التنافسية البنكية

تكمن أهمية الميزة التنافسية للبنوك في كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد وإستخدامها, وتشجع الإبداع والابتكار مما يؤدي إلى تحسين وتعزيز الإنتاجية, والإرتقاء بمستوى توعية الخدمة المقدمة.

الفرع الأول: مبادئ التنافسية البنكية

ويعتمد النجاح في تحسين القدرة التنافسية على مبدئين أساسيين هما²:

1- تشجيع الاستثمار المحلي: لجذب الإستثمار الأجنبي بإعتبارها مصدرا أساسيا للتمويل, ووسيلة هامة لنقل التكنولوجيا, بالإضافة إلى المهارات وقدرات الابتكارين الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى الإنتاجية وتحسين جودة الخدمات.

2- تنشيط قطاع الصادرات: أن فتح أسواق جديدة وتحسين جودة الخدمات ونوعيتها سيسمح للبنوك التجارية بوضع إستراتيجية مستقبلية تقدم وتسوق عملها المصرفي خارجيا من خلال قدرتها التنافسية الدولية. إن ضمان توفير وتحقيق هذين المبدئين لابد من توفر برنامج تأهيلي للمؤسسة البنكية يستند إلى ثلاث محاور هي:

أ- تشجيع الإستثمارات غير المادية التي تهدف إلى تحسين القدرة التنافسية للبنك في مجال الإمكانيات البشرية والتنظيمية, والمعرفة العلمية والدراسات والبحث عن أسواق جديدة.

ب- الإستثمارات المادية والتي تساعد على تحسين القدرة التنافسية من خلال تجديد تجهيزات وتحديث تقنيات, بما تحقق كفاءة أعلى من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج ورفع نسبة استغلال الطاقة المتاحة.

ج- إعادة الهيكلة المالية من خلال دعم وزيادة الموارد المالية الذاتية, والتحكم في حجم ونوعية الديون وتمويل الإستثمارات برؤوس أموال مستقرة نسبيا وترشيد إستعمال القروض المصرفي.

الفرع الثاني: شروط تحقيق الميزة التنافسية البنكية

من أهم الشروط الواجب توفرها في المؤسسات المصرفية الجزائرية لتحقيق التنافسية هي³:

¹ أمانة بلمقدم, مختارية علام, الميزة التنافسية في البنوك التجارية "دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة سعيدة- BADR", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في العلوم التجارية, تخصص تسويق مصرفي, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة د.مولاي الطاهر, سعيدة, 2017/2016, ص ص 31-32.

² عامر بشير, دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك "دراسة حالة الجزائر", أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية فرع: نقود مالية وبنوك, قسم العلوم الإقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة الجزائر, 2012/2011, ص 192.

³ عامر بشير, مرجع سابق, ص 193.

- 1- إنشاء بيئة تشريعية مستقرة مواكبة للتطورات التي قد تطرأ على العمل المصرفي.
- 2- العمل على وضع النظام المصرفي الجزائري مرنا ومستقرا يواكب التغيرات والتعديلات الجديدة.
- 3- الإستثمار في البنية التحتية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- 4- تشجيع المدخرات الخاصة وترشيد الإستثمارات المحلية.
- 5- التركيز على النوعية والسرعة في تقديم الخدمة المصرفية.
- 6- الإستثمار المكثف في التعليم والتدريب طويل الأجل وتحسين وتطوير القوة العاملة.

المبحث الثالث:

الدراسات السابقة

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

الدراسة الأولى¹: دراسة بصيري محفوظ 2019 بعنوان نظام الدفع الإلكتروني الجزائري كآلية لتطوير وسائل الدفع الجديدة في هذه الدراسة تمت المحاولة على إبراز دور نظام الدفع الإلكتروني في تطوير وسائل الدفع الجديدة، والتي هدفت إلى محاولة معرفة أهم التقنيات الحديثة المستعملة في النظام المالي والمصرفي وإبراز دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تطوير النظام المالي والمصرفي وكذا محاولة تقييم أنظمة الدفع ووسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في الجزائر. تمثلت عينتها في نشاطات أنظمة الدفع الإلكترونية، حيث إستخدمت مصادر علمية لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أبرز نتائجها تحتل شريحة حجم المدفوعات التي تفوق مائة مليون دج الحصة الأكبر بنسبة تفوق 90% خلال معظم سنوات الدراسة وهيمنة الصكوك والتحويلات على حجم المعاملات على حساب الأوراق التجارية، الاقتطاعات والمعاملات عبر البطاقات المصرفية، وهذا يدل على أن تركيز حجم المعاملات يقتصر على نوعين فقط وكذلك المعاملات عبر البطاقات المصرفية تبقى ضعيفة وهذا يدل على أن نظام الدفع الجزائري لم يصل بعد إلى مرحلة التطور.

الدراسة الثانية²: نائر سعدون محمد وآخرون 2018 بعنوان دور الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الخاصة" دراسة تطبيقية في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار" حيث تهدف هذه الدراسة إلى بيان إستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية التي تساعد وتسهل عمليات الشراء والبيع وعمليات الدفع وإستخدام وإستبدال النقود وحفظها، حيث بدأت المصارف السعي إلى تقديم هذه الخدمات لزبائنها وفق أفضل وأحدث الوسائل لتلبية حاجة المجتمع لمثل هذه الخدمات، وتمثلت عينتها في مصرف الشرق الأوسط العراقي للإستثمار ميدانيا لإجراء البحث واستخدمت أداة الإستبانة والملاحظة لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي والمنهج الإحصائي وكانت أبرز نتائجها:

- تبين هناك وجود علاقة ارتباط وتأثير بين المصرف للخدمات المصرفية الالكترونية وتحقيق الميزة التنافسية للمصرف، ويعود السبب في ذلك إلى التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم، والذي سهل من إجراء

¹ محفوظ بصيري، نظام الدفع الإلكتروني الجزائري كآلية لتطوير وسائل الدفع الجديدة، دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث و الدراسات في العلوم الانسانية و الاجتماعية، مجلد11، العدد4، جامعة لبويرة، الجزائر، سنة2019.

² نائر سعدون محمد، دور الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الخاصة"دراسة تطبيقية في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار"، مجلة جامعة جيهان اربيل العلمية، كلية الادارة والاقتصاد، العدد(2)، جامعة ديالى، العراق، سنة 2018.

العمليات المصرفية بكفاءة وسهولة، مما دفع الزبون إلى البحث عن أفضل الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف.

- تعتبر الخدمات الإلكترونية المصرفية التي يقدمها المصرف من خلال البطاقات الإلكترونية، من أهم وأبرز الخدمات التي يفضلها الزبائن من بين الخدمات المصرفية الإلكترونية الأخرى، ويعود السبب لأهمية التي يوليها الباحثون للجهد والوقت الذي يتم توفيره من خلال استخدام البطاقات الإلكترونية، إضافة إلى وضوح وسهولة تنفيذ العمليات المصرفية، مثل السحب والتحويل وتسديد المدفوعات.
- أن سهولة استخدام الصرافات الآلية (ATM) تشكل إهتماماً أكبر لدى عينة البحث من الخدمات المصرفية الأخرى بسبب الانتشار الواسع للصرافات الآلية وتوفيرها المبالغ النقدية باستمرار.

الدراسة الثالثة¹: دراسة جمال هداش محمد 2017 تحت عنوان العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف "دراسة تطبيقية في عدد من المصارف الأهلية والحكومية"

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور العمل المصرفي الإلكتروني في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف ومن أهم هذه الأهداف التعرف على مدى أهمية العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف المبحوثة ونجاحه في جذب الزبائن وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية وعلى أبعاد الميزة التنافسية وكيفية وتعزيزها في العمل المصرفي كذلك التعرف على دعم وإسناد والإدارة العليا في المصارف لتبني مشاريع العمل المصرفي الإلكتروني من أجل تعزيز الميزة التنافسية، حيث تمثلت عينتها في إختيار العاملين في أربعة مصارف من المصارف الأهلية والحكومية وكانت مصادر جمع المعلومات المصادر العربية والأجنبية وشبكة الانترنت وكذلك الاستبيان وفقاً للمنهج التاريخي والمنهج الاحصائي، وأهم الاستنتاجات التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- هناك إستعداد لتبني مفاهيم العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف المبحوثة من أجل تعزيز الميزة التنافسية في المنظمة.
- يمثل العمل المصرفي الإلكتروني طفرة نوعية متطورة وقادرة على إختصار الوقت والجهد والتكاليف وتوفير الأدوات القادرة على تلبية إحتياجات الزبائن بأقل وقت وجهد وتكلفة في مختلف العمليات المصرفية التي تمارسها.
- إن متابعة الصيرفة الإلكترونية وتبني مفاهيمها وتحقيقها وإجراء التطويرات المستمرة عليها يعد أحد أهم واجبات الإدارة والعاملين في المصارف.

¹ جمال هداش محمد، العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف "دراسة تطبيقية في عدد من المصارف الأهلية والحكومية"، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 7، العدد (1)، جامعة الكويت، الكويت، سنة 2015.

الدراسة الرابعة¹: دراسة محمد بهاء محمد علي, نضال صاحب خزعل 2017 بعنوان اثر استخدام تقنيات الصيرفة الالكترونية في الصناعة المصرفية التنافسية "بحث استطلاعي لعينة من المصارف الاهلية" والتي تهدف إلى القاء الضوء على حجم التقنية المستخدمة من قبل المصارف التجارية العراقية, والتعرف على الإجراءات التي إتخذت لتطوير العمل المصرفي ومدى مواكبته للتطورات التقنية في الصناعة المصرفية, وكذا التعرف على تأثير التقنية المستخدمة في نظام المدفوعات الإلكترونية الحديثة على الصناعة المصرفية. كما تمثلت عينتها في المصارف الأهلية وإستخدمت أداة الإستبيان لجمع البيانات وفق المنهج تحليلي إحصائي وكان من أبرز نتائجها إستخدام أدوات الدفع الإلكترونية أصبح واقعا واجب تطبيقه مما يستلزم الكادر وتدريب العاملين للإرتقاء بمستوى الخدمات المصرفية المقدمة, ووجود ضوابط قبل الدخول في العمل المصرفي الإلكتروني لتخفيف المخاطر الناجمة عنها. وكذا استخدام التقنية في نظام المدفوعات قلل الحاجة إلى حمل النقود ويواكب ذلك من مخاطر السرقة والضياع.

الدراسة الخامسة²: دراسة شايب محمد 2017 بعنوان آليات الحماية من الغش في وسائل الدفع الإلكترونية في الإقتصاد الفرنسي 2002-2016 "حالة البطاقات المصرفية" والتي هدفت إلى:

- التعرف على واقع وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني في الإقتصاد الفرنسي وما يرتبط بمعرفة نظم الدفع السائدة في هذا الإقتصاد وما توفره البطاقات المصرفية كوسائل دفع إلكتروني كبداية متاحة للمتعاملين.
- معرفة أنواع الجرائم الإلكترونية جراء إستخدام البطاقات في الإقتصاد الفرنسي وكيفية الوقاية منها.
- تحليل الإحصائيات الخاصة المرصد (L'Observatoire de la sécurité des cartes de paiement) والتقارير المختلفة الفرنسية حول الجرائم الإلكترونية بالبطاقة المصرفية في الفترة ما بين: 2002-2016.
- محاولة إستشراق التجربة الفرنسية مستقبلا وواقع الإقتصاد الجزائري في خصم تحديث هذا الأخير لنظام الدفع الإلكتروني والتسويات المالية وهو مقبلة على إستخدام كل أشكال البطاقات الإلكترونية شيئا فشيئا.

حيث اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يتلاههم مع هذا البحث, إذ يتعين عرض البيانات المأخوذة من التقارير السنوية المتمثلة في الاحصائيات المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني.

وبعد هذا العرض للدراسة نستنتج أن أمن المعلومات في القطاع البنكي والمالي الفرنسي يمثل منصة إستراتيجية لمناقشة التحديات الأمنية التي يواجهها القطاعين من أجل التعرف على التحديات التي يواجهها المتعاملين

¹ محمد بهاء محمد علي, نضال صاحب خزعل, اثر استخدام تقنيات الصيرفة الالكترونية في الصناعة المصرفية التنافسية "بحث استطلاعي لعينة من المصارف الاهلية", مجلة التقني/ المجلد الثلاثون, معهد الادارة التقني/ الجامعة التقنية, العدد 4, 2017.

² محمد شايب, آليات الحماية من الغش في وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الفرنسي 2002-2016 "حالة البطاقة المصرفية", مجلة نماء للاقتصاد والتجارة, العدد الثاني, جامعة سطيف1, الجزائر, سنة 2017.

الإقتصاديين كإحتمال في الدفع والبطاقات والتحديات التي تتعرض لها الخدمات المصرفية الإلكترونية ومخاطر الصيرفة الإلكترونية.

الدراسة السادسة¹: دراسة عبد القادر بلهادي, عز الدين نزعى 2017 بعنوان **متطلبات الصيرفة الالكترونية**

في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها "دراسة على عينة من البنوك الجزائرية" والتي تهدف الى:

- التعرف بالصيرفة الإلكترونية وأهم متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية.
- تبيان واقع متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية وذلك من خلال دراسة حالة كل من بنك القرض الشعبي الجزائري وبنك التنمية المحلية وكذلك بنك الخارجي الجزائري-وكالة سعيدة-.
- معرفة البنوك الجزائرية المختلفة عن نظراتها في تطبيقها للصيرفة الإلكترونية.
- معرفة مدى تأثير والتباين في خبرة عمال البنوك الجزائرية على متطلبات الصيرفة الإلكترونية في هذه البنوك. وتمثلت عينتها في بنوك الجزائرية وإستخدمت أداة الإستبيان لجمع البيانات وفق المنهج وصفي تحليلي إحصائي وكان من أبرز نتائجها:

- أسس التقنية المصرفية وبنيتها التحتية في البنوك الجزائرية حتى الان لازالت بعيدة عن التطبيق الكامل للصيرفة الالكترونية.

- لم يتم استخدام أدوات الصيرفة الالكترونية بصورة كاملة حتى الان, فإن الواقع الحالي لم يتجاوز استخدام بعض خواص أدوات الصيرفة دون البقية.

- وجود وعي مصرفي تقني للعاملين بالبنوك الجزائرية.

- وجود نوع من عدم الثقة لدى عملاء البنوك الجزائرية في أدوات التقنية المصرفية المتوفرة في مجال الصيرفة الالكترونية, والتي أدت بدورها إلى عدم استخدامها بصورة كبيرة.

- يوجد تباين بين البنوك الجزائرية محل الدراسة حسب رأي عمالها في واقع متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في هذه البنوك, وذلك راجع لسياسة ورؤية كل بنك في هذا الشأن.

الدراسة السابعة²: دراسة بسمة محمد سامي الخطيب 2014 بعنوان **دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة**

التنافسية"دراسة ميدانية للمصارف العاملة في سورية" والتي هدفت إلى:

- تحديد مدى إستخدام الصيرفة الإلكترونية في المصارف عينة البحث.
- التعرف على الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف.
- التعرف على مستوى الخدمة المقدمة من خلال القنوات الإلكترونية من وجهة نظر العملاء.

¹ عبد القادر بلهادي, عز الدين نزعى, متطلبات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها "دراسة على عينة من البنوك

الجزائرية",مجلة الحقوق والعلوم الانسانية, جامعة زيان عاشور بالجلفة, العدد الاقتصادي 35(01), 2017.

² بسمة محمد سامي الخطيب, دور الصيرفة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية" دراسة ميدانية للمصارف العاملة في سورية", أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال(غير منشورة), قسم إدارة الأعمال, كلية الاقتصاد, جامعة دمشق, سنة 2014.

- تحديد متطلبات الأساسية لتطبيق الصيرفة الإلكترونية في المصارف العاملة في سورية.
- تسليط الضوء على أهمية ضرورة تطبيق الصيرفة الإلكترونية بالقطاع المصرفي في الوقت الحاضر.

وتمثلت عينتها من عملاء المصارف العاملة في مدينة دمشق، أما عن ادوات جمع البيانات فكانت المسح الأكاديمي للأبحاث والبيانات الميدانية التي سيتم جمعها من خلال المقابلات الشخصية والملاحظة المباشرة وقوائم الإستبيان واعتمدت دراسة هذا البحث عن المنهج الوصفي التحليلي، ولذا فإن النتيجة النهائية للتحليل العملي الإستكشافي التوكيدي تدل على أن نموذج أداة البحث الذي إعتمدته الباحثة قريب جدا من النموذج الذي أظهره التحليل العالمي الإستكشافي مع ضرورة حذف عبارتين فقط وهما عبارة واحدة من محور الصيرفة الإلكترونية عبر البطاقات لمقياس الصيرفة وهي العبارة (ساعدت البطاقات الإلكترونية في زيادة عدد عملاء المصرف) فلم تحصل على نسبة التشبع الكافية ويتوجب حذفها من النموذج، والعبارة الثانية من محور المرونة لمقياس الميزة التنافسية وهي العبارة (ملائمة الخدمات المقدمة لإحتياجات ومتطلبات العملاء يدعم موقف المصرف في المنافسة)، أما باقي عبارات أداة البحث فقد كانت متميزة مما يؤكد على إنسجام وإتساق وصلاحيّة أداة البحث للتطبيق والقياس وتعميم النتائج.

الدراسة الثامنة¹: دراسة ريم خالد سمحان 2014 بعنوان **دراسة العلاقة بين مفهوم البنك الإلكتروني وتحقيق الميزة التنافسية**، والتي هدفت إلى دراسة مدى تطبيق البنوك الإسلامية الكويتية لممارسات البنك الإلكتروني وكذا دراسة المزايا التنافسية للبنوك الإسلامية الكويتية محل الدراسة الميدانية للوقوف على موقفها التنافسي الحالي، وقياس مدى تأثيره بتطبيق ممارسات البنك الإلكتروني. وقد قامت الباحثة بدراسة استطلاعية أولية بعد مراجعة الأدبيات العلمية بغرض الوقوف على الفجوة البحثية التي تتمثل في نقص الربط بين استخدام التكنولوجيا في الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية، تمثلت عينتها من عملاء البنوك الإسلامية الكويتية واستخدمت أداها الاستبيان لجمع المعلومات وفق المنهج الوصفي التحليلي وقد كانت أبرز نتائج الدراسة ما يلي:

تأثير القطاع المصرفي ومن ضمنه البنوك الإسلامية، بالبعد التكنولوجي في تقديم الخدمة البنكية استجابة لرغبات العملاء بغية الحفاظ عليهم وجذب عملاء جدد ومن ثم توسيع الحصة السوقية.

كما تتعدد أوجه وأساليب تقديم الخدمة البنكية الإلكترونية وعلى رأسها الخدمات المصرفية عن بعد مثل ماكينات الصرف (ATM) وماكينات فتح القروض الآلية (ALMS)، وزادت الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت حيث بات لأكثر من 80% من إجمالي بنوك العالم مواقع عبر الانترنت تقدم من خلالها الخدمات المالية وغير مالية مثل الاستفسار عن الخدمات والمنتجات المصرفية، كذلك بطاقات الدفع الإلكترونية وخدمة الهاتف النقال، وتزداد بصفة مستمرة بفعل التغيرات التكنولوجية المعاصرة.

¹ ريم خالد سمحان، دراسة العلاقة بين مفهوم البنك الإلكتروني وتحقيق الميزة التنافسية، رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة عين شمس، مصر، سنة 2014.

الدراسة التاسعة¹: دراسة براق عبد الله مطر 2013 بعنوان النظام القانوني لبطاقات الدفع الإلكتروني , حيث يهدف البحث إلى تقديم معلومات كافية حول بطاقات الدفع الإلكتروني يستفيد منها المتعاملون بها, كذلك بيان ماهية وطبيعة هذه البطاقات بالشكل الذي يمكن أن يفيد في التنظيم القانوني لها, وقد تم اختيار هذا الموضوع لما شهدته استعمال هذه البطاقات من انتشار واسع ولعدم وجود نظام قانوني يعالج أحكام هذا النوع من البطاقات, تمثلت عينتها في عملاء مستخدمي هذه البطاقة حيث كان المنهج المتبع المنهج الوصفي التاريخي. ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- تقوم هذه البطاقات على علاقة ثلاثية الأطراف (البنك "مصدر البطاقة" - الحامل التاجر) وكل طرف من هذه الأطراف له الحقوق وعليه إلتزامات ويرتبط مع الآخرين كل على حدة بعقود مستقلة ينتج عنها وحدة واحدة.

- للمصرف صلاحية وضع شروط صريحة في العقد تتضمن إضافة أو تعديل أو حذف أي من الخدمات المقدمة عبر البطاقة وكذلك تعديل الأحكام والشروط العامة لإستخدامها بمحض إرادته في أي وقت ودون أخطار مسبق أو مسبب. ونحن نتساءل عن مدى مشروعية مثل هذه الصلاحية, ونجدد الدعوة بلزوم أن تكون هناك عقود نموذجية بهذا الصدد.

- يتولد من إستخدام هذه البطاقات بعض المشاكل والمخاطر كتعرضها للسرقة أو التزوير أو سطو إلكتروني من قبل قرصنة الحاسبات الآلية أو التمكن من صرف غير المستحق أو غير ذلك من المخاطر التي يرجع سببها إلى عدم إستقرار أحكام هذه البطاقات.

الدراسة العاشرة²: دراسة إيمان عبد الرضا محمد 2013 بعنوان أثر الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف "دراسة تطبيقية في المصارف الأهلية العراقية" يمكن تحديد أهم أهداف البحث إلى التعرف على مفهوم الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية فضلا عن مفهوم وأبعاد الميزة التنافسية و تحديد وتحليل العلاقة (علاقة الإرتباط والأثر) بين مفهوم الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية وأبعاد الميزة التنافسية, وتمثلت عينة البحث في المصارف الأهلية العراقية واستخدمت اداة الاستبيان لجمع المعلومات وفق المنهج الوصفي والمنهج الاحصائي على أثر ما هو موضح من مؤشرات في البحث تم التوصل إلى الإستنتاجات التالية:

- إتضح إن عينة البحث تمتلك إنطباع جيد على أهمية دعم الإبداع بالقدرات التي يتمتع بها الفرد ضمن بيئة مشجعة ومناخ إداري مناسب, ويهتم بفكرة أو عمل جديد يتميز بالطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات وتنميتها وتطويرها حسب قدرات الأفراد والجماعات.

¹ براق عبد الله مطر, النظام القانوني لبطاقات الدفع الإلكتروني, مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية و السياسية, كلية القانون/فلوجه, العدد السابع, جامعة الأنبار, العراق, سنة 2013.

² إيمان عبد الرضا محمد, اثر الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف (دراسة تطبيقية في المصارف الأهلية العراقية), مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية, مجلد 19, العدد 73, جامعة بغداد, العراق, سنة 2013.

- تبين من تحليل إجابات عينة البحث وجود علاقة إرتباط ذات دلالة معنوية بين الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية وأبعاد الميزة التنافسية في المصارف عينة البحث.

الدراسة الحادي عشر¹: دراسة نصيرة شبوب 2013/2012 بعنوان الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر "دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي" , والتي هدفت إلى التعرف على البنوك الإلكترونية وشبكة النقد الآلي في الجزائر و طريقة عملها بعد التحول الإلكتروني, وعلى ذلك مستقبل النقد الآلي في ظل الصعوبات التي تواجه التحول الإلكتروني, وتمثلت عينتها في مستخدمي الشبكة الإلكترونية حيث من الأدوات التي ساعدت في جمع المعلومات والبيانات المستخدمة منها المقابلة والملاحظة العلمية التي استعملت فيها البصر والادراك في اختيار المعلومات, كما حددت منهج الدراسة المنهج التاريخي الذي يسمح بتسليط الضوء على تاريخ البنوك الإلكترونية, والمنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى دراسة الظاهرة ووصف وضعها القائم قصد الحصول على معلومات كافية ومعطيات دقيقة يتم تحليلها والوصول إلى نتائج المعالجة. ونظرا لمحاولة الجزائر النهوض بإقتصادها فإنها مطالبة بتوفير بيئة تحتية مصرفية قوية على استخدام التكنولوجيات في المجال المصرفي بالإضافة إلى أرضية قانونية تنظم المعاملات المصرفية وتحمي إستخدامات الوسائل الإلكترونية في السحب والدفع والتحويل عبر الانظمة الحديثة ومطالبة أيضا بتسريع حركتها الاقتصادية وتنويع انشطتها وتفعيل خدماتها المصرفية بما يستجيب لاحتياجات العملاء.

الدراسة الثانية عشر²: دراسة بوزايد وسيلة 2011 بعنوان مقارنة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف" حاولت الباحثة تحديد جملة من الاهداف تسعى من خلالها إبراز جملة من المفاهيم المتعلقة بالموضوع وتطبيقها على مستوى المؤسسات الاقتصادية ونورد الأهداف فيما يلي:

- محاولة الإلمام والتعمق في دراسة بعض الإسهامات المعرفية المقدمة من طرف العديد من الباحثين في مجال الإدارة الإستراتيجية, خاصة الإتحاد الجديد في التحليل الإستراتيجي الذي يربط تنمية المزايا التنافسية للمؤسسة الاقتصادية بمواردها الداخلية وكفاءاتها الإستراتيجية؛

- تشخيص واقع تطبيق المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لمقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كأساس تعتمد عليه لإمتلاك ميزة تنافسية؛

¹ نصيرة شبوب, الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر "دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي", رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في العلوم الإعلام و الاتصال, تخصص مجتمع معلومات,(غير منشور), قسم الإعلام والاتصال, كلية العلوم السياسية, جامعة الجزائر3, سنة 2013/2012.

² وسيلة بوزايد, مقارنة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة إستراتيجية (منشور), كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة سطيف1, سنة 2012/2011.

- في حالة إذا لم تكن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تولي إهتماما بالموارد والكفاءات فإن هذا البحث قد يسهم تغير نظرة مسيرها للموارد والكفاءات وتنمي إهتمامهم بها لتحقيق التفوق التنافسي.
 - وتمثلت عينتها في بعض المؤسسات الاقتصادية واستخدمت الباحثة مصدرين لجمع المعلومات مصادر علمية للجانب النظري أما الجانب التطبيقي فاعتمدت على الاستمارة كأداة رئيسية للبحث, حيث تستند هذه الدراسة إلى إتباع المنهج الوصفي, ويمكن تلخيص أهم النتائج المتوصل إليها في النقاط التالية:
 - تحقيق الميزة التنافسية بشكل دوما حجر الزاوية للمخطط الإستراتيجي الذي تلقى عنده بقية الأهداف الإستراتيجية الأخرى كالحصة السوقية, والزيادة وغيرها.
 - في إطار نظرية الموارد والكفاءات فإن التحليل الداخلي هو المسيطرة؛ بمعنى أن يتم التركيز على التحليل الداخلي دون إهمال التحليل الخارجي من خلال التأكيد على ضرورة تحديد وتقييم الموارد والكفاءات الخاصة بالمؤسسة؛ وفي هذا السياق فقد أشارت النتائج أن المؤسسات محل الدراسة لا تركز على التحليل الداخلي كأساس للتحليل الإستراتيجي.
 - تحقيق ميزة تنافسية دائمة يتطلب من المؤسسة العمل على تنمية وتجديد مواردها وكفاءاتها وتكوين مخزون يتضمن تدفقها باستمرار, وقد أشارت النتائج أن المؤسسات محل الدراسة لا تعمل على تنمية وتجديد حافظة مواردها وكفاءاتها.
- الدراسة الثالثة عشر¹: دراسة علي عبد الله شاهين 2010 بعنوان نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها "دراسة تطبيقية على بنك فلسطين" والتي تهدف إلى:**
- 1- الوقوف على أنواع أدوات ووسائل الدفع الالكترونية وآليات عملها.
 - 2- الوقوف على طبيعة نظم الرقابة المصرفية على وسائل الدفع الالكترونية ومدى ملائمتها للتطورات التقنية.
 - 3- الوقوف على التحديات المتعلقة بيئة العمل المصرفي الالكتروني.
 - 4- بلورة مفهوم للرقابة على وسائل الدفع الالكترونية في إطار تطوير أداء وحدات الرقابة المصرفية.
- وتمثلت عينتها في تطبيق الرقابة المصرفية وإستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:
- 1- البيئة الجديدة للعمل المصرفي والمنافسة الشديدة والتطبيقات التقنية لأدوات الدفع الالكتروني إلى الضغط على المصارف لإيجاد آليات جديدة في إستخدام وتنويع الخدمات المصرفية الالكترونية للمحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد.

¹ علي عبد الله شاهين, نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها "دراسة تطبيقية على بنك فلسطين", مجلة جامعة الأزهر بغزة, سلسلة العلوم الانسانية, المجلد 12, العدد1, 2010.

2- عدم ملائمة البنية التشريعية والقانونية التي توفر المناخ الملائم للخدمات المصرفية الإلكترونية وتساعد على إنتشارها.

3- عدم كفاية وفاعلية أنظمة الرقابة على المعلومات من حيث ضرورة تحديد المهام داخل وحدة أنظمة المعلومات وأن تكون هذه الوحدة ضمن الهيكل التنظيمي كوحدة مستقلة متخصصة لدعم عمليات البنك, مع تطبيق إجراءات وسياسات تكفل الدخول على شبكة المعلومات للمفوضين فقط ومراجعة هذه السياسات والإجراءات بشكل منتظم.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الاجنبية

الدراسة الأولى¹: من قبل **Hojjat shahiah, Neda, Seyed Hadi Mousavi Nejad, Vahdati (2014)**, تحت عنوان: استراتيجيات تنافسية عامة اتجاه تحقيق ميزة تنافسية مستدامة وديناميكية, حيث تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أكثر فعالية للبنك العام واستراتيجيات تنافسية خاصة بينك التجارة وكذلك دراسة وتحليل تأثير هذه الاستراتيجيات على الميزة التنافسية مختلفة, والتي تؤدي في النهاية الى تقديم توصيات فعالة لتعزيز القدرة التنافسية لبنك التجاري, كما يمكن تطبيق استراتيجيات تنافسية بطريقة فردية جماعية وزيادة امكانية النجاح في السوق, وتمثلت عينتها من المتعاملين مع البنوك تبعاً للمنهج التحليلي ووفقاً لنتائج الدراسة التي توصلت اليها وهي التوصيات التالية مرتبة حسب الافضلية للمديرين لتحقيق ميزة مرنة ولا يمكن الوصول اليها من قبل المنافسين: توفير تسهيلات مصرفية وخدمات مع الابتكار والإبداع وتوجيه العملاء والاهتمام بإرتياحهم وأخيراً إدراك إحتياجات الناس وتقديم خدمات تتوافق مع الإحتياجات.

الدراسة الثانية²: من قبل **Afrizal Yudhistira (2014)**, تحت عنوان: تحليل العوامل التي تؤثر على التفضيلات وإمكانية الوصول إلى استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية, والتي تهدف الى ظهور انماط جديدة من التفكير تطورت ايضاً مع الزمن, تمشياً مع التطور السريع للعصر التكنولوجي, وعلى سبيل المثال بإستخدام بطاقات الصراف الآلي وبطاقات الخصم وبطاقات الإئتمان والغرض من هذا البحث هو معرفة العوامل التي تؤثر على تفضيل إستخدام بطاقات الدفع الإلكترونية.

وتمثلت عينتها من عملاء مستخدمون لبطاقات الدفع الإلكترونية واستخدمت اداة الاستبيان وفق المنهج الوصفي والمنهج الاحصائي ومن ابرز النتائج التي تم اجرائها من خلال هذا البحث:

- ان يكون البنك قادر على توفير تسهيلات خدمة مناسبة وكافية وحتى يتمكن مستخدمو بطاقة الدفع الوصول اليها متى رغبوا في استخدامها.

¹ Hojjat Vahdati, Seyed Hadi Mousavi Nejad, Neda shahiah(2018), **Generic Competitive Strategies toward Achieving Sustainable and Dynamic Competitive Advantage**, Revista ESPACIOS, ISSN 0798 1015, Vol 39, No 13.

² Afrizal Yudhistira (2014), **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Prefensidan Aksesibilitas Terhadap Penggunaan Kartu Pembayaran Elektronik**, Jurnal Ilmiah, Jurusan Ilmu ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang.

- تكريس بطاقات الدفع الصادرة لجمهور لتوسيع استخدامها .
- الاعلام عن كيفية العمل بها والفوائد التي يتم الحصول عليها.
- تطوير نظام الدفع الالكتروني في اندونيسيا لإمكانية الوصول والسرعة كذلك الامن والراحة وهي الخدمة التي يعتبرها الجمهور من الجوانب المهمة.

الدراسة الثالثة¹ : من قبل **Aybegum Gungordu ,Burcu Zengin** (2013), تحت عنوان: مراجعة الاثار المحتملة لأنظمة المدفوعات الإلكترونية, والتي هدفت الى فحص انظمة الدفع الالكترونية التي تختلف عن انظمة الدفع التقليدية مع ظهور التقنيات الجديدة, في هذا السياق فان مفهوم التجارة الالكترونية ونظام الدفع الالكتروني هو تطور تاريخي لأنواع أدوات التجارة الإلكترونية, ويتم شرح التطبيقات في العالم القانوني والبنية التحتية التركية. بالإضافة الى ذلك تم التأكد بشكل خاص على النقود الالكترونية والمحفظة الالكترونية هي من احدث انواع انظمة الدفع وتم التأكد على مزاياها وعيوبها واختلافات التطبيق. وتمثلت عينتها في انظمة الدفع الالكترونية وفقا للمنهج التاريخي والتحليلي وكانت من اهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة:

- أن تطورات النقود الالكترونية يقال أنها قد تكون وسيلة دفع بديلة للنقود الورقية في المستقبل.
- يمكن استبدال النقود الورقية في المستقبل من أجل القضاء على المشاكل المتعلقة بالنقود الإلكترونية.
- دفع مبالغ صغيرة إلى البطاقات في المدفوعات المستندة للوصول إلى البيئات التي يتم تخزين النقود الالكترونية.
- إتخاذ تدابير مثل تطوير البرامج وضمان النقود المصدرة من قبل جميع جهات الإصدار في إطار إتفاق مشترك.
- ضمان قبول أداة النقود الالكترونية لمؤسسة تواجه صعوبة في الدفع من قبل مؤسسات اخرى.

الدراسة الرابعة²: من قبل **Talal Batainch ,Hasan Omri** (2012), تحت عنوان اثر الخدمات المصرفية الالكترونية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك عام 2006, وهدفت هذه الدراسة الى التعرف على اثر المصرفية الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك في الاردن, ولتحقيق الهدف من الدراسة استانة مكونة من توزيع (24) قطعة مقسمة على (4) مناطق لعينة الدراسة مكونة من (209) فرع مدراء (3) بنوك رئيسية, بنك الاسكان للتجارة والتمويل, بنك العربي والاردني, البنك الاسلامي, في (3) محافظات: عمان, اربيد, الزرقاء, تم اختيارهم عشوائيا من مجتمع الدراسة واهضت النتائج بعد اجراء العلاج الاحصائي اللازم e^{-} ل(الف=0,05) وجود تاثير ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية في القطاع المصرفي في الاردن, وتمثلت عينتها في مناطق معينة واستخدمت اداة الاستبيان لجمع المعلومات وفق المنهج الاحصائي,

¹ BurcuZengin; AybegumGungordu(2013), **ELEKTRONIK ODEME SISTEMLERININ OLASİETKİLERİ UWERİNE BİR İNCELEME**, GaziUniversitesiİktisadiveİdariBilimlerFakulesiDegisi 15/3 (2013) 129-150.

² Hasan Omri, Talal Batainch(2012), **The Impact of e-Banking on Achieving Competitive Advantage for Bank in Jordan**, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in University(jordan).

بالنسبة لنتائج هذه الدراسة توصلت الى المتوسطات الحسابية لمجالات الدراسة حيث توضح ما يلي المتوسطات والانحرافات المعيارية للإجابة لكل مجال من مجالات الدراسة بشكل منفصل:

- المجال الأول: الخدمات المصرفية الالكترونية عن طريق البطاقات البلاستيكية
- المجال الثاني: الوسائط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المستبنيين لجميع افراد العينة مجال الخدمات المصرفية الالكترونية عن طريق البطاقات البلاستيكية (ن=209).

الدراسة الخامسة¹: من قبل Jarunee Wonglimpiyarat (2007), تحت عنوان استراتيجيات الدفع الالكتروني الخاصة بابتكارات البطاقة المصرفية, وتهدف هذه الدراسة إلى الاستراتيجية التقليدية للبنوك في إبتكارات الدفع والتنافس على أساس الحجم وتميل البنوك الي لديها شبكات فروع واسعة لجلب المزيد من العملاء من أولئك الذين لديهم فروع أقل حاليا, أما الأنترنت وشبكة الويب العالمية لها تأثير على طريقة قيام البنوك بهذه الاعمال التقليدية وهي تتجه نحو قنوات التسليم المتكاملة, والتغيير اعتمادا على استراتيجية النقر طبيعة المدفوعات الالكترونية تتطلب من البنوك تغيير إستراتيجياتها إستراتيجية تعاونية من أجل تلبية متطلبات الدفع الإلكتروني وواجهت البنوك تنافسية الضغوط التي أجبرتهم على ترحي نظام شبكة فروعهم نحو تطوير قنوات الخدمة المتكاملة من القنوات المعزولة, وذلك لان البدائل التنافسية في دفع البنك فبتال (1997) نظام النقل مثل (الانترنت والهواتف المحمولة) يعني أنه لا يمكن للمصارف إستخدام شبكة المقاصة والتسويات لتحقيق الميزة التنافسية, وعموما التوجه هو أن تدرك البنوك أهمية السيطرة على شبكات الدفع حيث تتمتع البنوك بقوة سوقية وبالتالي ميزة تنافسية على غيرها من المتنافسين.

حيث تمثلت عينتها في مجموعة من المصارف استخدمت المنهج الوصفي, وتوصلت الدراسة إلى أهمية الروابط الصناعية في الماضي والحاضر وتطوير ونشر الإبتكارات (اجهزة الصراف الآلي, بطاقات النقد والائتمان, بطاقات الخصم والبطاقات الذكية, وبطاقات البيئة التنافسية) تحتاج الى تعاون اللاعبين في الخدمة المالية الصناعية حيث ينتظر الى الجيل الخامس من نموذج الإبتكارات في روتوبل كوسيلة نحو قبول واسع النطاق للإبتكار.

الدراسة السادسة²: من قبل Robert Service, James Boockold (2001) تحت عنوان تحقيق الميزة التنافسية من خلال تكنولوجيا المعلومات, حيث تمت دراسة الفرق بين أنظمة المعلومات (IT) وأنظمة

¹ Jarunee Wonglimpiyarat(2007), **E-Payment Strategies of Bank card Innovations**, Journal of Internet Banking and Commerce, December 2007, vol 12, no 3.

² James Boockhold, Robert Service(2001), **Achieving Competitive Advantage through Information Technology**, Association for Information Systems AIS Electronic Library(AISel), Seventh Americas Conference on Information Systems(AMCIS).

Information System:(IS) تدخل سجلات البيانات والأشخاص معا في تكوين نظام معلومات, بالإضافة إلى تضمن أنظمة المعلومات

عددا من العمليات اليدوية وغير يدوية.

Information Technology :(IT) عبارة عن دراسة أنظمة المعلومات القائمة على الحواسيب وتصميمها, ثم البدء بتطويرها في تفعيلها ثم دعمها.

المعلومات (IS) وتبين أن نظام المعلومات يهدف إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة يطبق تكنولوجيا المعلومات (IT) على الإحتياجات الإستراتيجية في المنظمة, تمكن هذه المعلومات المؤسسة من تقديم منتجات أو خدمات ذات قيمة نادرة لا يمكن تقليدها بسهولة ولا يوجد بديل حقيقي لها. قد يجادل القليل بأن أنظمة المعلومات (IS) اليوم قوية بما يكفي للمساعدة للحصول على تنافسية مستدامة, وتصف هذه الورقة طرق إحتضان نظم المعلومات توفر ميزة تنافسية مستدامة يناقش التغيرات في بيئة الأعمال التي تتطلب طرقا جديدة لتفكير في أنظمة المعلومات يحدد كلا من المواقف المرغوب فيها ومآزق في تخطيط تكنولوجيا المعلومات من أجل ميزة إستراتيجية استخدمت البيانات الإحصائية لجمع المعلومات وفقا للمنهج الإحصائي. وتوصلت هذه الورقة أن الحاجة إلى نهج جديد لإختيار التطبيقات لتكنولوجيا المعلومات وقد اقترحت ماييلي: لتحقيق ميزة تنافسية لمنظمة ما يجب ان تركز على (IS) إحتياجات الموديرين للمعلومات بدلا من الناتجة عن التغيير التكنولوجي ويجب أن تدار أنظمة معلومات المؤسسة بتوجيه واضح وهياكل مكافآت متسقة وقد إقترحت الورقة مبادئ توجيهية لتحديد وتنفيذ نظم المعلومات هذه.

المطلب الثالث: ما يميز الدراسات الحالية عن الدراسات السابقة

- اتفقت الدراسات السابقة على هدف مشترك وهو التعرف على البنوك الالكترونية بإستثناء دراسة الثانية ودراسة الثامنة والتي هدفت إلى دور الصيرفة الالكترونية في تحقيق المزايا التنافسية, والدراسة الرابعة والخامسة والتاسعة والحادية عشر والثانية عشرة التي هدفت إلى أنظمة الدفع الالكترونية أما الدراسة السادسة والعاشرة التي هدفت إلى استخدام الخدمات المصرفية وبالنسبة للدراسة السابعة والثالثة عشر التي هدفت إلى تعزيز القدرة التنافسية.
- اتفقت الدراسات السابقة في عينتها حيث تطبيق الدراسة على عينة من المصارف بإستثناء الدراسة الاولى والثالثة و السابعة والثامنة والتاسعة على عينة من العملاء والدراسة الثانية عشر التي طبقت على نشاطات الانظمة الالكترونية اما بالنسبة للدراسة الثالثة عشر طبقت عينتها في المؤسسات.
- استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان لجمع البيانات بإستثناء دراسة الثالثة استخدمت اداة المقابلة والملاحظة والدراسة السادسة تمثلت في الاستبيان والملاحظة والدراسة الثامنة اعتمدت على المقابلة والملاحظة والاستبيان اما الدراسة الحادية عشر اعتمدت على التقارير ودراسة التاسعة والثانية عشر حيث استخدمت المصادر.
- وظفت الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي بإستثناء دراسة الثانية والرابعة والسادسة والعاشرة التي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاحصائي ودراسة الثالثة التي استخدمت المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي اما الدراسة السابعة التي استخدمت المنهج التاريخي والمنهج الاحصائي.
- اختلفت الدراسة الثانية والثامنة عن بقية الدراسات في إحتوائها على تصور مقترح.

• اختلفت الدراسة التاسعة والثانية عشر عن بقية الدراسات في أنها مشكلة الدراسة من جانب نظري مستخدمة منهج تحليل المحتوى.

من هنا استعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة من ناحية دراسة العينة والمنهج المتبع وهدفها العام في دراسة البنوك وواقع الصيرفة الإلكترونية إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالج هذه الدراسة وهي:

1- تضمنت هذه الدراسة مدى استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية في تحقيق المزايا التنافسية من وجهة نظر العملاء.

2- استخدمت هذه الدراسة مدخلين بحثيين (المدخل الكمي والمدخل الكيفي) وذلك لتكوين فكرة دقيقة عن مشكلة الدراسة. كما تضمنت تنوعاً في منهج الدراسة لتشمل البطاقات الإلكترونية لتحقيق المزايا التنافسية.

3- تقتصر هذه الدراسة على عينة واحدة فقط في مختلف الوكالات البنكية.

4- تعدد ادوات هذه الدراسة حيث شملت مجموعة من المصادر العلمية والاستبيان وذلك من اجل جمع البيانات بدقة أكبر.

ومن العرض السابق يتضح ان هذه الدراسة عاجلت فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقها لموضوع بطاقات الدفع الإلكتروني ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الجزائرية من وجهة نظر العملاء, شمول عينتها لمجموعة من العملاء وتعددت ادواتها بين المصادر العلمية والاستبيان واستخدامها لمنهج الوصفي والمنهج الاحصائي.

خلاصة الفصل

ومن خلال هذا الفصل تم إستنتاج أن بعد التطور التكنولوجي وظهور شبكة الأنترنت جاء بالحل البديل عن الوسائل التقليدية ألا وهي الوسائل الحديثة من بينها بطاقات الدفع الإلكتروني, وحيث تعتبر هذه البطاقات إحدى أهم رئيسيات تعزيز القدرة التنافسية للبنك, فحتى يتمكن البنك من البقاء والإستمرار والتطور يجب أن يكون قادر على المنافسة لذلك تعتبر الميزة التنافسية للبنك أمر بالغ الأهمية.

ومما سبق تبين أن بطاقات الدفع البنكية تستلزم في عمليات الدفع للمعاملات الإلكترونية من سرعة وتدني التكاليف والضمان والسرية, وأخيرا يمكن القول أن إنتشار إستخدام البطاقات البنكية في الجزائر كأهم وسائل الدفع الإلكتروني حيث إن الإستعمال الحالي للبطاقة محدود جدا, وعليه نرى أنه من الضروري العمل بالبطاقة البنكية وهذا أيضا من شأنه أن يشجع البنك على الإقبال باستخدامها في مختلف التعاملات, ومن هنا تبرز الحاجة إلى تفصي العلاقة التي تربط بين أبعاد الميزة التنافسية وبطاقات الدفع الإلكترونية.

ومن أجل توضيح الدور الذي تؤديه استعمال بطاقات الدفع الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية سيتم التطرق في الفصل الثاني إلى دراسة ميدانية من خلال استبيان موجه لعملاء وكالات البنكية بولاية الوادي.

الفصل الثاني

الإطار الميداني

للدراسة

تمهيد

بعد استعراض الجانب النظري للدراسة وذلك من خلال تطرقنا إلى الإطار المفاهيمي لبطاقات الدفع الإلكترونية والميزة التنافسية في البيئة المصرفية, وأيضا التطرق إلى الدراسات السابقة في موضوع . كان لابد علينا من تدعيم الدراسة بجانب تطبيقي, لذلك إرتأينا تقديم بطاقة فنية حول مجموعة من الوكالات محل الدراسة, وإختيار عينة من العملاء لإجراء إستقصاء حول بطاقات الدفع الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية, وبعدها القيام بتحليل هذه المعطيات بإستخدام برمجية SPSS22 وعرض النتائج المتحصل عليها وتحليلها, وعلية تم تقسيم هذا الفصل على النحو التالي:

المبحث الأول: تقديم بعض الوكالات محل الدراسة.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المبحث الثالث: المعالجة الاحصائية لبيانات الاستبيان واختبار وتحليل نتائج فرضيات الدراسة.

المبحث الأول

تقديم بعض الوكالات محل الدراسة

يلعب القطاع المصرفي في الجزائر دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية, لذا علمت الجزائر على تبني إصلاح القطاع المصرفي والمالي وذلك في مطلع التسعينيات من القرن الماضي, للعمل على تحسين قدرة المؤسسات المصرفية الجزائرية بإتباع أنماط تسيرية حديثة لذا سنقدم بعض الوكالات محل الدراسة على الشكل التالي:

المطلب الأول: بطاقة تقنية مع الهيكل التنظيمي للوكالات البنكية محل الدراسة بالوادي

في هذا المطلب سنتطرق لتعريف الوكالات البنكية التي تم فيها الدراسة التطبيقية وهي كل من (بنك الفلاحة والتنمية الريفية, القرض الشعبي الجزائري, البنك الوطني الجزائري, بنك الجزائر الخارجي, بنك التنمية المحلية, الصندوق الوطني لتوفير والاحتياط) بالوادي

أولا: بطاقة تقنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الوادي

1-تقديم وكالة BADR الوادي:

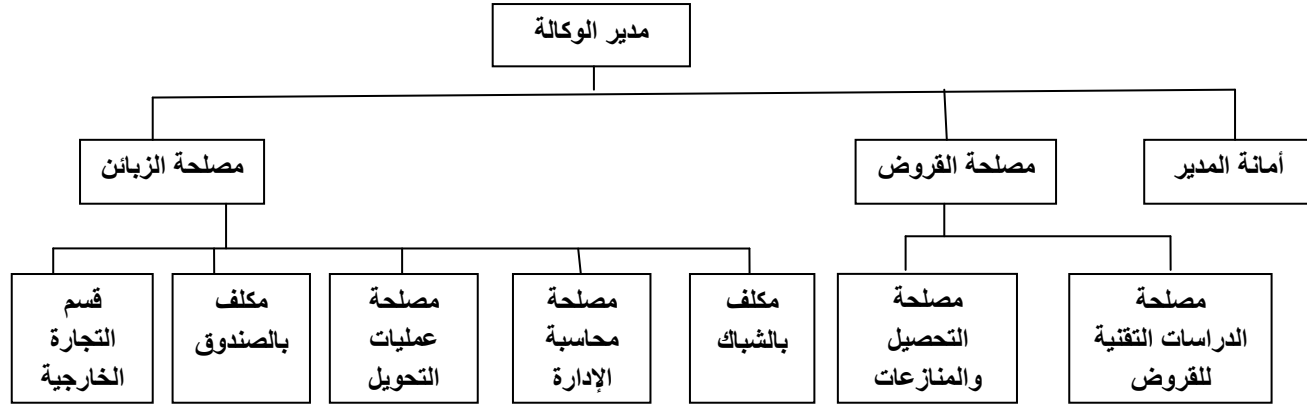
في إطار توسيع النشاطات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ونظرا لحجم الحاجات والطلبات ذات الطابع الفلاحي والاستثماري خاصة فيما يخص ولاية الوادي, جاء قرار إنشاء وتأسيس وكالة البنك الفلاحة والتنمية الريفية(ال بدر) بالوادي وهي واحدة من 5وكالات التابعة لولاية الوادي لهدف توسيع مجال نشاط البنك وخدمة زبائنها الموجودين بالولاية بحيث مهمته تطوير القطاع الفلاحي وكذا ترقية المناطق الريفية حيث يوجد بالوكالة 21 موظف يمارسون مختلف النشاطات البنكية من عمليات الشباك, الصندوق, والمحفظة البنكية, وكذلك مصلحة القرض, وكذا فتح الحسابات البنكية, ورقم حسابها¹388.

2-الهيكل التنظيمي بوكالة البنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR"لوكالة الوادي"

يضمن الهيكل التنظيمي لوكالة الوادي من مدير الوكالة وأمانة المدير كما تضم قسمين من المصالح حيث كل مصلحة مقسمة إلى عدة أقسام كما في الشكل الأتي:

¹ اسماعيل حشاشن, محمد اسلام زاوش, زين الدين مسعودي, جودة الخدمات المصرفية و أثرها على تنافسية البنوك التجارية" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة الوادي-", مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي, تخصص اقتصاد نقدي وبنكي, قسم العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة الشهيد حمة لخضر, الوادي, سنة 2019/2018, ص53.

الشكل رقم (01-02): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة الوادي



المصدر: من إعداد الطالبات بناء على وثائق البنك

ثانيا: بطاقة تقنية القرض الشعبي الجزائري بوكالة الوادي

1- تعريف بالوكالة

وكالة القرض الشعبي الجزائري بالوادي هي إحدى الوكالات التابعة لمجموعة استغلال باتنة وتضم 09 وكالات محلية، تم إنشاؤها في سنة 1988 تحت الرقم الاستدلالي 322 ومقرها الأول كان في ساحة الشباب وحاليا تم نقلها إلى شارع لعمامة بشير بوسط المدينة وذلك لإستراتيجية الهامة. وتشرف وكالة الوادي على 16 مستخدما مقسمين على المصالح التالية:

أ- الإدارة: وتنقسم إلى المدير والأمانة:

- **المدير:** وهو المسؤول الأول والساخر على سير العمل بالوكالة بمساعدة نائبه وجميع عمال الوكالة لأن كل عامل يكمل الآخر وكل قسم يكمل الآخر.
- **الأمانة(السكرتارية):** وهي المصدر الأساسي الذي يؤدي إلى نجاح جميع المصالح الموجودة بالوكالة لان جميع أعمال الوكالة تعتمد أول وأخيرا عليها.
- **ب- مصلحة الصندوق:** وتتكون من عدة موظفين:
 - **رئيس مصلحة الصندوق:** ودوره الإشراف على المصلحة ومراقبة سير عملها، كما يقوم بعمليات المقاصة.
 - **أمين الصندوق:** وهو المكلف بكل العمليات الخاصة بتسليم واستلام النقود لعملاء البنك.
 - **أمين الشباك:** وهذا الأخير يقوم بعمليات السحب والدفع اليومية للزبائن على جهاز الحاسوب لبرمجتها داخل الوحدة المركزية بنظام المعلوماتية المعمول به بالبنك.
 - **المكلف بالزبائن:** يقوم بفتح حسابات وإصدار دفاتر الشيكات والبطاقات البنكية.
- **ج- مصلحة المراقبة والشؤون الإدارية:** ويشرف عليها رئيس المصلحة والذي يقوم بجميع العمليات البنكية والإدارية ويسهر على المعلومات المبرمجة وهذا بوجود دليل كتابي مثلا صك أو وصل أو سند.

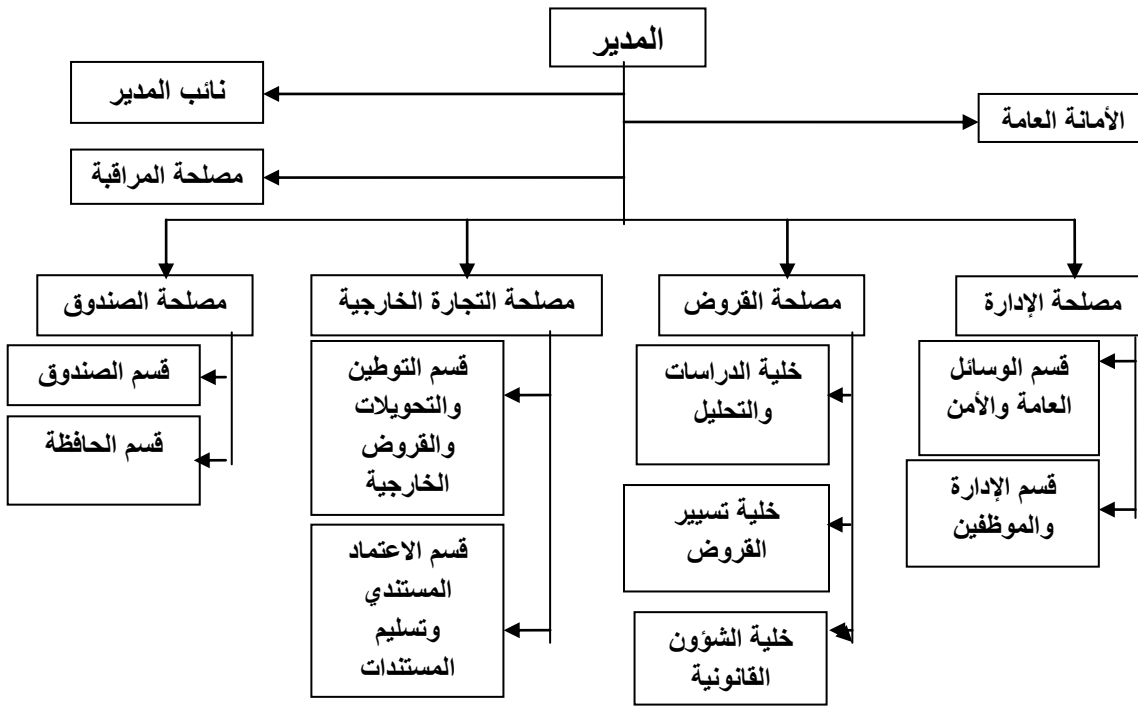
د- مصلحة العمليات الخارجية(التجارة الخارجية): ويشرف عليها رئيس مصلحة العمليات الخارجية, وهي تعمل رقابة المدير.

هـ- مصلحة القروض: ويشرف عليها رئيس مصلحة القروض المكلف بالدراسات ويعمل كذلك تحت رقابة المدير.¹

2- الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري لوكالة الوادي

في قمة التسلسل الهرمي للتنظيم الإداري للقرض الشعبي الجزائري لوكالة الوادي نجد على مستوى القمة المدير العام أين يكون الرئيس المدير العام لبنك ومستشاريه وهم التابعين له بشكل مباشر ويعملون تحت أمره, كما هناك أقسام من المصالح حيث كل قسم يتميز بخدمات معينة سوف نوضحها في الشكل التالي:

الشكل رقم(02-02):الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري CPA "وكالة الوادي"



المصدر: من إعداد الطالبات بناء على وثائق البنك

ثالثا: بطاقة تقنية لبنك الوطني الجزائري بالوادي

1-تقديم وكالة الوادي

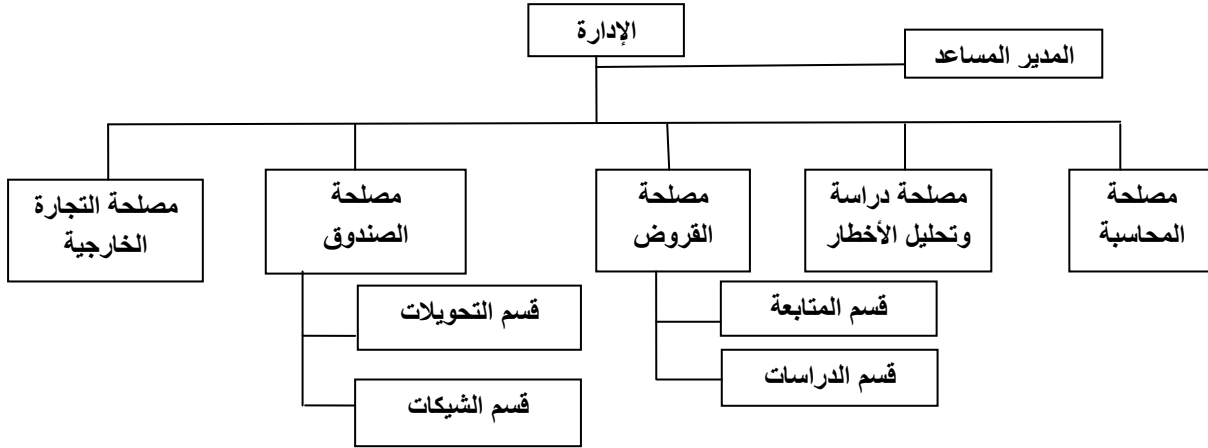
¹ وثائق مقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري- وكالة الوادي.

تم إنشاء وكالة البنك الوطني الجزائري بالوادي سنة 1977 وتقع حاليا في حي 400 مسكن وتعتبر الوكالة خلية من مجموعة وكالات منتشرة عبر التراب الوطني وتقوم بمهام وعمليات البنوك لعملاء البنك المنطقة وهو ما يتيح تقريب البنك وخدماته إلى العملاء مما يضمن بقائهم وزيادة عملاء جدد.¹

2- الهيكل التنظيمي لبنك الوطني الجزائري لوكالة الوادي

حيث يكون الهيكل التنظيمي للوكالة وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (02-03): الهيكل التنظيمي لبنك الوطني الجزائري BNA "وكالة الوادي"



المصدر: من إعداد الطلبات بناء على منشورات داخلية

رابعا: بطاقة تقنية لبنك الخارجي الجزائري بالوادي

1- تقديم البنك الخارجي الجزائري لوكالة الوادي

إن استراتيجية الاقتصادية التي اتبعتها الدولة الجزائرية منذ الاستقلال، والتي مرت بعد مراحل وبعده أزمات وهذه السياسة الخاصة بالتوزيع المحلي لمختلف الهياكل الاقتصادية ذات التنمية الشاملة التي كانت مرتكزة على المؤسسات المتخصصة والقواعد الهيكلية عموما وعلى إثر التقسيم الإداري الجديد، استفادت ولاية الوادي من عدة وكالات بنكية ذات الأنشطة التجارية، ولقد أنشأت البنك الخارجي الجزائري بالوادي منذ 29 سبتمبر 1987 وتقع في 400 مسكن بعاصمة الولاية يشتغل بها 21 عامل تسيير أكثر من 8000 حساب بنكي وتمويل العديد من المشاريع التي من شأنها النهوض بالتنمية المحلية في الولاية، تفضل والي ولاية الوادي بتدشين مقر البنك الخارجي الجزائري - وكالة الوادي - وذلك يوم 11 ذو القعدة 1423 الموافق ل 14 نوفمبر 2003م.

كما أن الوكالة تطورت عبر المراحل التالية:

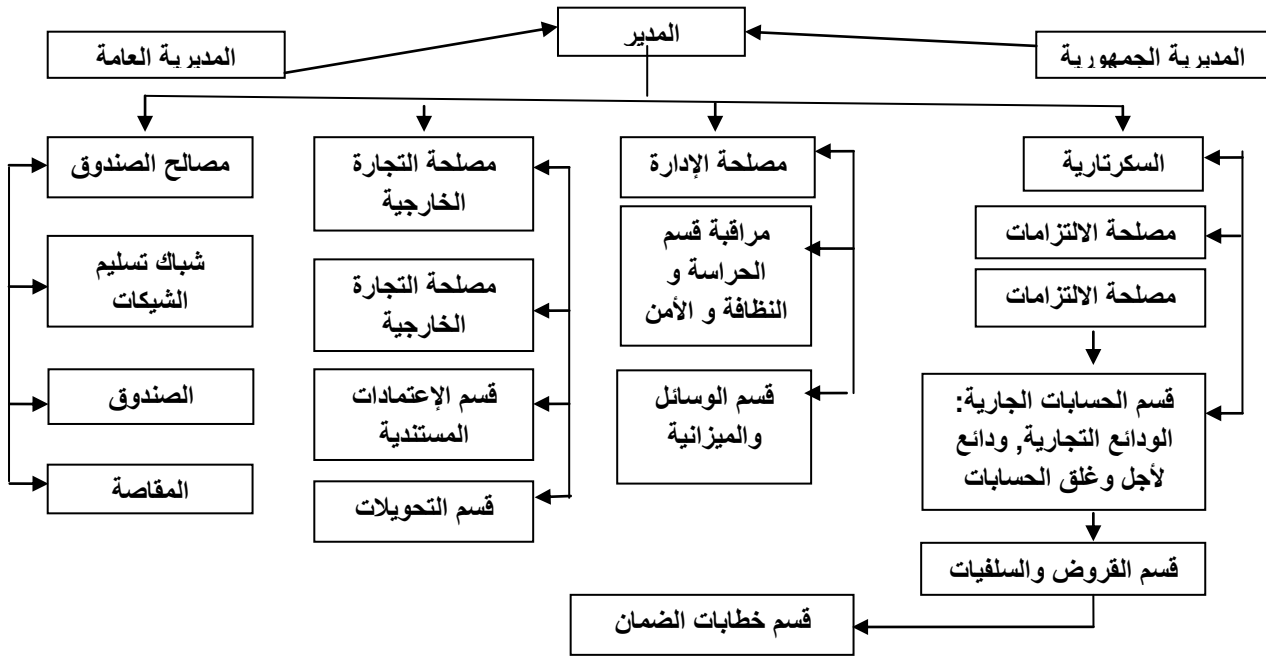
¹ وليد مرتضى نوه، نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى أدائها "دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الوطني الجزائري BNA، وكالات الوادي خلال الفترة 2012-2013"، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم التسيير، تخصص أنظمة المعلومات ومراقبة التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، سنة 2013/2014، ص 88.

- المرحلة الأولى من (1987 إلى 1990) نظام بنكي تقليدي.
- المرحلة الثانية من (1999 إلى 2008) نظام بنكي إعلامي عن طريق نظام دلتا, بحيث تتم معالجة الحسابات والعمليات البنكية وفقا للنظام الإعلامي التلقائي دلتا Delta بحيث تتم معالجة وتبويب الحسابات عن طريق جداول إعلامية وقيود نظامية وفقا للنظام المحاسبي PCN.
- المرحلة الثالثة من (2008 إلى يومنا هذا) تعالج في هذه المرحلة الحسابات عن طريق النظام المركزي واللامركزي.¹

2- الهيكل التنظيمي لبنك الخارجي الجزائري لوكالة الوادي

تشمل وكالة الوادي على المديرية العامة إضافة إلى خمسة مصالح مقسمة كل مصلحة لعدة أقسام وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (02-04): الهيكل التنظيمي لبنك الخارجي الجزائري BEA "وكالة الوادي"



المصدر: من إعداد الطالبات استنادا على وثائق مقدمة من طرف البنك الخارجي الجزائري لوكالة الوادي

خامسا: بطاقة تقنية لبنك التنمية المحلية بالوادي

1- تقديم الوكالة بالوادي

¹ أحلام أوصيف, ريمة قادر, آليات تمويل التجارة الخارجية في الجزائر " دراسة حالة البنك الجزائري الخارجي (وكالة الوادي)", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم التجارية, تخصص تجارة دولية وإمداد, قسم العلوم التجارية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة 08 ماي 1945, قالمة, سنة 2018/2019, ص 85.

هو مؤسسة مالية تجارية ذات أسهم تهدف إلى تحقيق الربح في 1985/04/30 وتعتبر هذه الوكالة فرع للمديرية الجهوي بباتنة وتحتوي على 13 عامل مقسمين على مجموعة من المصالح¹.

2- الهيكل التنظيمي بنك التنمية المحلية بوكالة الوادي:

أ- مدير الفرع:

تقوم وزارة المالية بتعيين المدير بموجب مرسوم رئاسي حيث يكلف المدير بالمهام التالية:

- تمثيل البنك لدى المحاكم.
- توقيع جميع العقود و المستندات والاتفاقيات.
- يقوم بتعيين وعزل المستخدمين.
- يقوم دوريا إلى وزارة المالية نشاط البنك.

ب- مصلحة الصندوق:

تعتبر من أهم المصالح في البنك حيث تضم:

- الشباك: يقوم بقبض الشيكات الخاصة بالسحب والإيداع.
- الصندوق: يقوم بإدارته أمين الصندوق حيث ينظم الإيداعات النقدية والدفع سواء كانت بالعملة الصعبة, ويقوم خلال نهاية كل يوم بمراجعة وثائق السحب والإيداع ثم مقارنتها بما لديه من أموال.
- التحويلات: (من حساب إلى حساب) في هذه المصلحة يتم نقل مبلغ من حساب إلى حساب آخر حيث يجعل حساب مدين آخر دائن بنفس المبلغ المحول.
- المقاصة: وتكمل هذه المصلحة مصلحة الصندوق, وتعني المقاصة تدوال الدين مابين البنوك.

ج- مصلحة حافظة الأوراق المالية:

الأوراق المالية هي وثائق صادرة من أشخاص معنويين أو طبيعيين (قطاع عام أو خاص) تثبت حقا أو مشاركة, ويقوم رئيس هذه المصلحة بحفظ الأوراق المالية وفرزها, أي يجمع الأوراق الخاصة بعملية المقاصة, ويعتها إلى رئيس المقاصة كذلك الأوراق الخاصة بعمليات التحويل والسحب و الإيداع, كما يقوم رئيس المصلحة بحفظ الأوراق المالية بالعمليات التالية:

- إيداع شيكات.

- تحصيل وخصم الشيكات.

د- مصلحة الشؤون الإدارية و الرقابة:

¹ نسرين عياشي عمر, دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك "دراسة حالة وكالتي بنك البركة وبنك التنمية المحلية بالوادي", مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية, تخصص مالية ونقود, قسم العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والجرارية وعلوم التسيير, جامعة محمد خضيري, بسكرة, سنة 2013/2014, ص ص 98 99.

تعمل هذه المصلحة على رقابة جميع العمليات التي مرت على جهاز الكمبيوتر والتي تتعلق بالسحب و الإيداع وعملية التحويلات, كذلك تهتم بالشؤون القانونية أي توكل المحامين لحل النزاعات المتعلقة بالبنك ودفع أتعابهم وتضم هذه المصلحة فصيلتين:

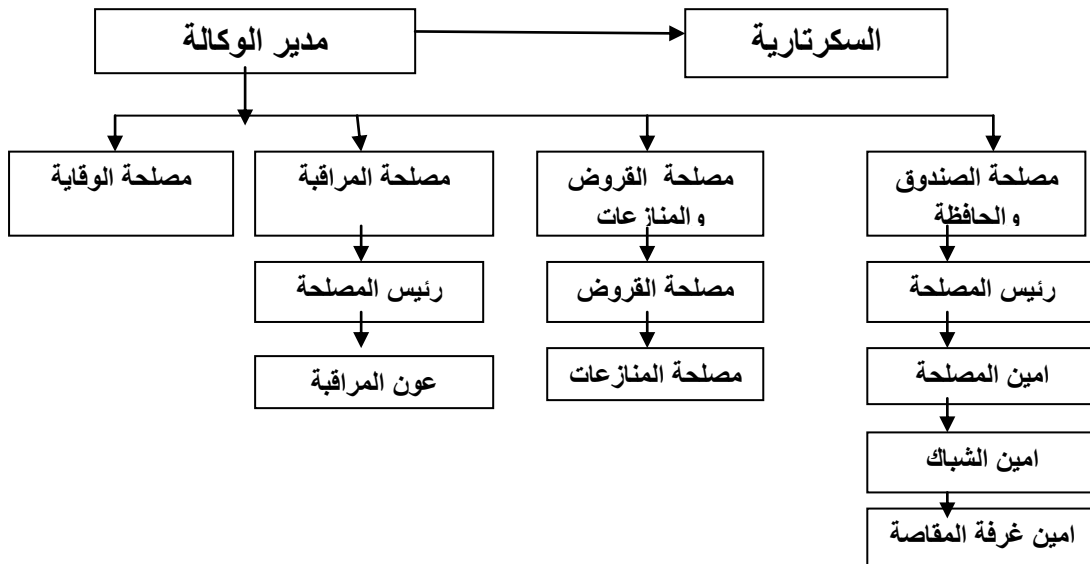
- فصيلة رقابة الحسابات.
- فصيلة الشؤون القانونية.

ذ- مصلحة المعاملات التجارية:

حيث تقوم هذه المصلحة بالعمليات التالية:

- التوطين: وتعني قبول البنك التعامل بالورقة التجارية حيث يتم تحديد ايم البنك المتعامل معه ورقم الحساب الذي تسحب منه أو تودع فيه قيمة الورقة التجارية.
- إصدار الوثائق الخاصة بالتعاملات المالية وكذا تسيير الحسابات.
- القيام بالتحويلات الخارجية.
- ر- مصلحة القروض والاستغلال: وتقوم هذه المصلحة بالعمليات التالية:
 - التنشيط التجاري.
 - المراقبة والتسيير لعمليات القروض.¹

الشكل رقم(02-05): الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية لوكالة الوادي



المصدر: من إعداد الطالبات بناء على منشورات داخلية

¹ نسرین عیاشی عمر, مرجع سبق ذكره, ص 100.

سادسا: بطاقة تقنية لصندوق الوطني لتوفير والاحتياط بالوادي

1-تقديم الوكالة

لقد تم افتتاح الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وكالة الوادي في 12/01/1986 ويقع مقرها بحي 400 مسكن OPGI الوادي ويبلغ عدد العمال 15 عامل وهي مصنفة في الصنف A وهي جزء من 11 وكالة لشبكة الجهوية للاستغلال بغرداية, ومن مهامها جمع الادخارات وتمويل القروض العقارية حيث تقوم بمنح قروض للخواص(الأفراد), ويقوم البنك حاليا علاوة على تمويل القروض العقارية بتقديم خدمات بنكية حديثة ومتنوعة. حيث تكمن أهداف وكالة الوادي في ما يلي:

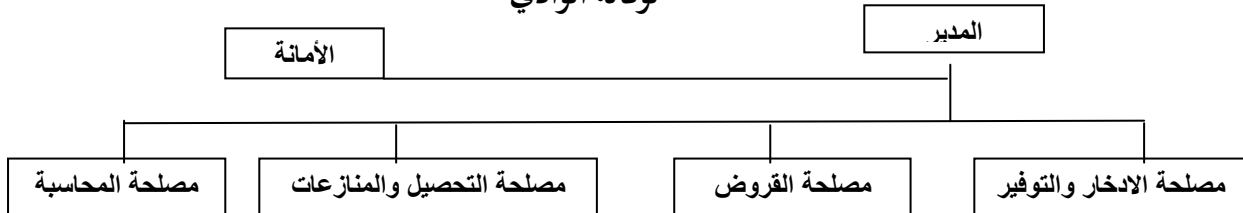
- تحقيق المكانة الأولى على المستوى الجهوي.
- تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح.
- النمو التطور والسعي لتحقيق أكبر حصة سوقية.
- التخصيص في منح بطاقات السحب الفوري.
- جلب أكبر قدر ممكن من الزبائن وتقديم أرقام الخدمات لهم.¹

2- الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط لوكالة الوادي

الشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي لصندوق الوطني للتوفير والاحتياط لوكالة الوادي

الشكل رقم(02-06): الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP- Banque

"وكالة الوادي"



المصدر: من إعداد الطالبات استنادا على وثائق البنك

المطلب الثاني: 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 بتطوير شبكات الكترونية للدفع

¹ عبد الفتاح دقاشي وآخرون, مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية "دراسة حالة للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط -وكالة الوادي-", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي, تخصص اقتصاد نقدي وبنكي, قسم العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة الشهيد حمه لخضر, الوادي, سنة 2018/2017, ص ص 40, 41.

والتسديد من خلال اصدار هذه البطاقات, والجدول التالي يوضح أهم البطاقات الالكترونية المستعملة في البنوك الجزائرية.

الجدول رقم(01-02): بطاقات الدفع الالكترونية المستعملة في البنوك العمومية الجزائرية

البنك	بطاقات الدفع المستعملة
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	<ul style="list-style-type: none"> - بطاقة CBR 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	<ul style="list-style-type: none"> - CIB Classique - بطاقة Gold والتي تسمح بقدر أكبر على الدفع, في مأمّن من العديد من المتاجر والمعاملة السريعة. - بطاقة VISA Gold والتي تسمح بإجراء جميع العمليات المصرفية عبر العالم. - VISA Classique - Master Carde بالنسبة للمعاملات السلفية النقدية الخاصة بالعميل. تقبل CPA ماستر كارد.
البنك الوطني الجزائري	<ul style="list-style-type: none"> - بطاقات CIB
بنك الخارجي الجزائري	<ul style="list-style-type: none"> - بطاقة CIB تمنح لعملاء البنك والذين لهم متوسط الدخل الشهري لا يتجاوز 39.999 دج . - بطاقة نفضال (بطاقات الوقود نفضال 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
بنك التنمية المحلية	<ul style="list-style-type: none"> - بطاقة فيزا الدولية - دفتر حساب التوفير المجهز بمسار ممغنط والذي يسمح المسار الممغنط في دفتر التوفير بالقيام بعمليات السحب والدفع بصفة فورية.
الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	<ul style="list-style-type: none"> - بطاقة CIB

المصدر: من إعداد الطالبات اعتمادا على منشورات داخلية

المبحث الثاني:

الإطار المنهجي للدراسة

سنحاول في هذا المبحث دور بطاقات الدفع الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء, من خلال الاعتماد على أداة الإستبيان (استمارة الأسئلة) من خلال طرح مجموعة من الأسئلة على مختلف عملاء حاملي بطاقات الدفع في مجموعة من وكالات الوادي, وكذا تحليل نتائج اختبار الإحصاءات الوصفية لعينة الدراسة, وصولاً إلى اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة التطبيقية وأساليب جمع البيانات

في هذا المطلب سيتم التعرف على الأهداف التطبيقية لدراسة وعلى مراحل العمل والخطوات التي إتباعها في جمع البيانات لإجراء هذه الدراسة.

الفرع الأول: أهداف الدراسة التطبيقية

- تهدف هذه الدراسة بدرجة أولى إلى إبراز الأهمية التي تلعبها البطاقات الالكترونية في تحسين من تنافسية البنوك, وبدرجة ثانية تحاول إعطاء نظرة واقعية على مستوى البنوك الجزائرية وبصفة خاصة لوكالات الوادي محل الدراسة.
- تمثل الهدف وراء قيام هذه الدراسة في معرفة مدى استخدام البطاقات الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية ومدى وعيها بضرورة استخدامها التي تساعد على تحسين أدائها إلى مستوى الذي يسمح لها اكتساب قدرة تنافسية.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة التطبيقية

يتمثل مجتمع وعينة هذه الدراسة في ما يلي:

أولاً: المجتمع

المجتمع هو مجموعة العناصر أو الأفراد التي ينصب عليهم الاهتمام في دراسة معينة وبمعنى آخر هو جميع العناصر التي تتعلق بها مشكلة البحث وقد يكون مجتمع الدراسة طلاب جامعة معينة أو سكان إقليم معين.

ثانياً: العينة

العينة هي مجموعة جزئية من المجتمع, ويكون حجم العينة هو عدد مفرداتها وعادة تجرى الدراسة على العينة¹. ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. فالعينة تمثل جزءاً من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات ويتم اللجوء إليها عندما تغني الباحث عن دراسة كافة وحدات المجتمع².

¹ نافذ محمد بركات, التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS, كلية التجارة في الجامعة الإسلامية, فلسطين, 2013/2012, ص3.

² السعدي الغول السعدي, العينات وأنواعها, الدبلوم الخاص في التربية, ص2.

ومنه يتكون مجتمع دراستنا من عملاء مالكي بطاقات الدفع (سواء مستغل أو غير مستغل للبطاقة), وعليه فإن عينة دراستنا كانت على مستوى 06 وكالات في الوادي, حيث يقدر حجم عينة الدراسة 37 عميل قمنا بتوزيع 39 استبياناً, ولكن تم جمع 34 استبياناً, وتم حذف 5 استبيانات لعدم الحصول على بعض اجابات فقرات الاستبيان, وبالتالي الدراسة الاحصائية شملت 31 استبياناً. وهو ما يمثل حجم العينة المدروسة.

الفرع الثالث: أساليب ومصادر جمع البيانات والمعلومات

تعدد أساليب جمع البيانات فمنها أسلوب قوائم الاستبيان. أسلوب المقابلات الشخصية, وأسلوب الملاحظة..... الخ, وقد استخدمنا أسلوب قوائم الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات اللازمة للدراسة التطبيقية التي تحقق السرية, الوقت والتكلفة والمناسبة والوضوح.

واعتمدنا في جمع بيانات الدراسة التطبيقية على قائمة الاستبيان تم إعدادها وتحكيمها من قبل الاستاذة قبل توزيعها على مفردات عينة البحث, كما أنه تم مراعاة الاعتبارات التالية عند إعداد وتصميم قائمة الاستبيان:

1. يجب أن يكون الاستبيان قصيراً مختصراً وليس طويلاً, حتى لا يكون عرضة لإهمال المستجيبين.
2. يجب أن يوضع الاستبيان بالشكل وبالطريقة التي ترغب المبحوثين وتدفعهم إلى الاجابة عليه.
3. يجب أن تتمشى الأسئلة مع موضوع البحث, وتغطي جوانبه المختلفة وفروضة أو تساؤلاته, بمعنى أن تعكس الأسئلة المتغيرات أو الفرضيات أو تساؤلات الدراسة, وأن تكون جميع العناصر لها علاقة بالبحث ومشكلته, ولا بد عند تصميم الاستبيان من مراعاة ترتيب تسلسل الأسئلة وفق ترتيب فرضيات الدراسة إذا كانت هناك أكثر من فرضية واحدة.

وقد قسمت قائمة الاستبيان إلى جزأين هما:

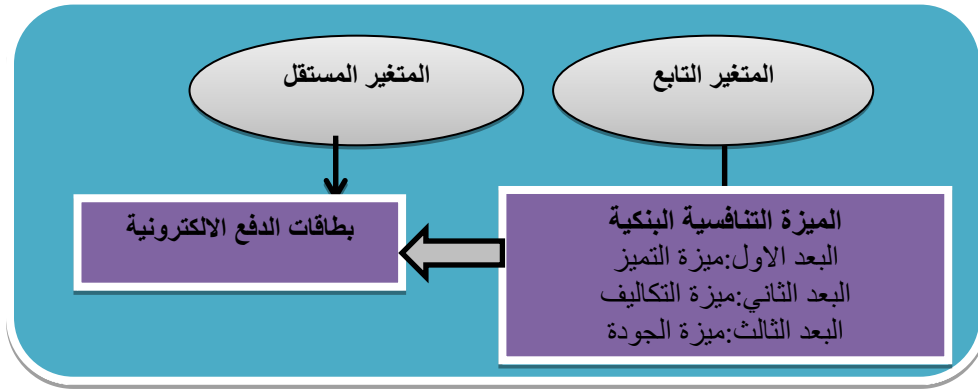
- الجزء الأول: يتعلق بالخصائص الشخصية والوظيفية المتعلقة بأفراد العينة وتمثلت في: الجنس, المستوى التعليمي, اسم البنك المتعامل معه, سبب اختيار البنك, سنوات التعامل ببطاقة الدفع الإلكتروني, المهنة.
- الجزء الثاني: خاص بالمتغيرات الدراسة وبالأسئلة المتعلقة بالمحاور الرئيسية للموضوع ويضم محورين هما:

(1) المحور الأول: استعمال بطاقات الدفع الإلكترونية.

(2) المحور الثاني: الميزة التنافسية البنكية.

وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (02-07): يوضح متغيرات المستخدمة في الدراسة



المصدر: من اعداد الطالبات بناء على ما سبق.

تم الاعتماد في الدراسة الحالية في متغير المستقل (بطاقات الدفع الالكترونية) ويتمثل المتغير تابع في (الميزة التنافسية البنكية)، حيث قسم إلى ثلاثة أبعاد: ميزة التميز، ميزة التكاليف، ميزة الجودة.

المطلب الثاني: أساليب التحليل الاحصائي في الدراسة التطبيقية:

بعد ترميز وتفريغ بيانات الاستثمارات الصالحة للتحليل وإدخالها للحاسب الآلي، تم استخدام الإصدار الثاني والعشرون من البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية Statistical package for Social Science (SPSS_{v22}), في إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة التطبيقية، وقد تم استخدام العديد من الاساليب الاحصائية من أجل تحليل البيانات.

1. اساليب الاحصاء الوصفية : المتمثلة في ما يلي :

- النسب المئوية: لعرض البيانات ووصفها؛
 - الانحراف المعياري: لقياس درجة التشتت المطلق لقيم الاجابات عن وسطها الحسابي؛
 - الوسط الحسابي: لمعرفة متوسط اجابات افراد العينة ومعرفة مستوى المتغيرات لأغراض التحليل والمقارنة.
- 2. معامل ألفا كرونباخ: Cronbach Alpha**، وهو اختبار احصائي على البيانات استمارات مجموعة الخبراء في موضوع الاستثمار لإعطاء الشرعية لاستمارة البيانات الإحصائية وعلى ضوء نتائج هذا الاختبار تعدل الاستثمار أو تبقى كما هي، ويستخدم هذا الاختبار لتحديد فيما إذا كانت اسئلة الاستثمار صحيحة على أثر أجوبة الخبراء على الاسئلة. أي من أجل معرفة صدق وثبات البيانات.
- 3. معامل الارتباط سبيرمان:** وهو يخص العلاقة بين متغيرين التابع ومتغيرات المستقلة والتعرف على درجة الارتباط بنن متغيرات محل الدراسة.

المبحث الثالث

المعالجة الإحصائية لبيانات الإستبيان

سوف نقوم بتحليل المعطيات التي تم جمعها من خلال الإستمارة المقدمة لحاملي بطاقات الدفع الإلكترونية, وباستخدام برمجية SPSS22 والإستعانة بأدوات التحليل الإحصائي لتقديم وصف لبيانات العينة, والوصول إلى نتائج لتوضيح دور بطاقات الدفع الإلكترونية لحاملها بالوكالات البنكية.

المطلب الأول: النتائج النوعية والوصفية لعينة الدراسة التطبيقية

قمنا بتحليل نتائج توزيع العينة على فئات الدراسة بناء على اجابات الموظفين فيما يخص القسم الاول من الاستمارة وهو ما سنوضحه فيما يلي:

1. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:

يبين الجدول التالي نتائج توزيع العينة على فئات الدراسة حسب الجنس:

الجدول رقم (02-02): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس.

المتغير	ذكر	انثى	المجموع
العدد	25	6	31
النسبة	%80.6	%19.4	%100

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22.

الشكل رقم(02-08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس.



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22.

نلاحظ من الجدول أعلاه والشكل, أن عدد العملاء في الوكالات البنكية "بنك الفلاحة والتنمية الريفية, القرض الشعبي الجزائري, بنك الوطني الجزائري, بنك الخارجي الجزائري, بنك التنمية المحلية, الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط" أن عدد الذكور أكبر بكثير من عدد الإناث, حيث قدر عددهم ب 25 زبون بنسبة 80.6%, أما الإناث قدر عددهن ب6 زبون بنسبة 19.4%, ويمكن إرجاع ذلك إلى الذكور في العادة القوى العاملة الأكثر بالبنوك مقارنة مع الإناث.

2. توزيع عينة الدراسة حسب العمر:

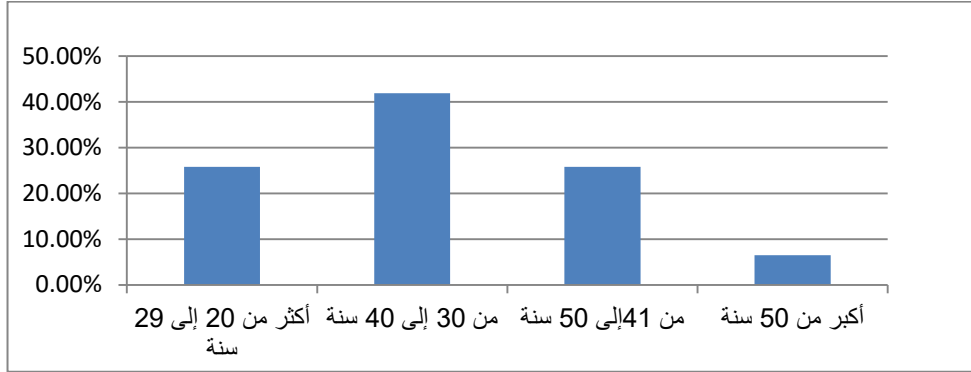
سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة حسب الفئات العمرية من خلال الجدول كما يلي:

الجدول رقم (02-03): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

العدد	أكثر من 20 إلى 29 سنة	من 30 إلى 40 سنة	من 41 إلى 50 سنة	أكبر من 50 سنة	المجموع
8	13	8	2	31	
%25,8	%41.9	%25.80	%6.5	%100	

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل رقم(02-09): توزيع عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

إن مانسبته 25% من عينة الدراسة أعمارهم أكثر من 20 إلى 29 سنة, ونسبة 25.80 % أعمارهم تتراوح بين 41 إلى 50 سنة, ونسبة 6.5% الفئة أكبر من 50 سنة, و 41.9% من الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين 30 و 40 سنة وهذا يدل على أن أغلبية العينة من الفئة قادرين على الإجابة الدقيقة على اسئلة الاستبيان, وهذا معناه أن البنك يعتمد على الفئة الشابة في المعاملات أكثر من الفئات الأخرى وهذا يعتبر أمر مهم بنسبة للبنوك الجزائرية.

3. توزيع افراد العينة حسب المؤهل العلمي:

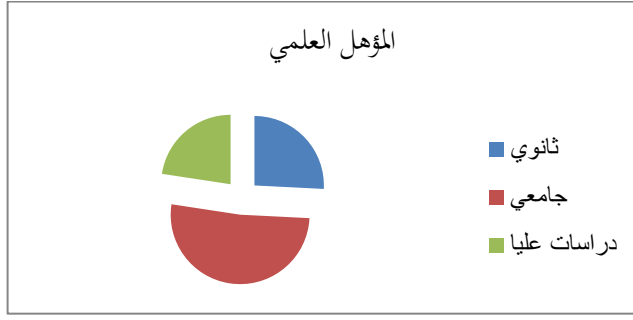
يبين الجدول التالي نتائج توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي :

الجدول رقم (02-04): توزيع افراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

العدد	شهادة التعليم المتوسط أو أقل	ثانوي	جامعي	دراسات عليا	المجموع
0	8	16	7	31	
%0	%25.8	%51.6	%22.6	%100	

المصدر: من إعداد الطالبات ب الاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل رقم(02-10): توزيع افراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن معظم الزبائن مستواهم التعليمي جامعي ونسبتهم 51.6% وتليهم فئة المستوى الثانوي بنسبة 25.8% ثم فئة الذين مستواهم دراسات عليا بنسبة 22.6% أما بالنسبة لشهادة التعليم المتوسط بنسبة 0%، وهذا ما يدل على أن البنك يعتمد على الذين يكون مستواهم ثانوي فما فوق وذلك لأن العمل في البنوك يتطلب مستوى كبير.

4. توزيع افراد العينة حسب المهنة:

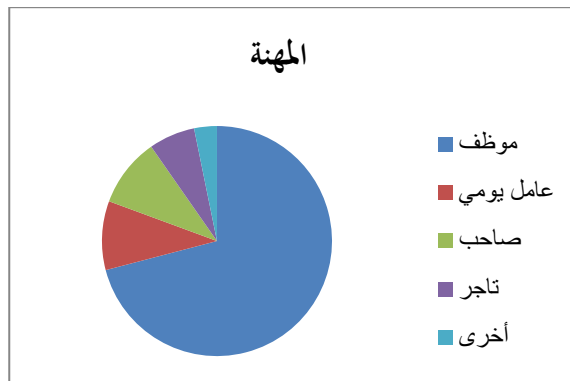
يبين الجدول التالي نتائج توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة الحالية :

الجدول رقم (02-05): توزيع افراد عينة الدراسة حسب المهنة

المجموع	اخرى	تاجر	صاحب مؤسسة	عامل يومي	موظف	العدد
31	1	2	3	3	22	
%100	%3.2	%6.5	%9.7	%9.7	%71.0	النسب المئوية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل رقم (02-11): توزيع افراد عينة الدراسة حسب المهنة



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أن نسبة حاملي البطاقات معظمها فئة الموظفين بنسبة 71% ثم تاليها أصحاب المؤسسات وأخرى بنسبة 9.7% ثم مهنة التاجر بنسبة 6.5% أما بنسبة 3.2% مهن أخرى، وهذا دليل على أن الموظفين يستخدمون بكثرة مثل هذه البطاقات.

5. توزيع افراد العينة حسب اسم البنك المتعامل معه:

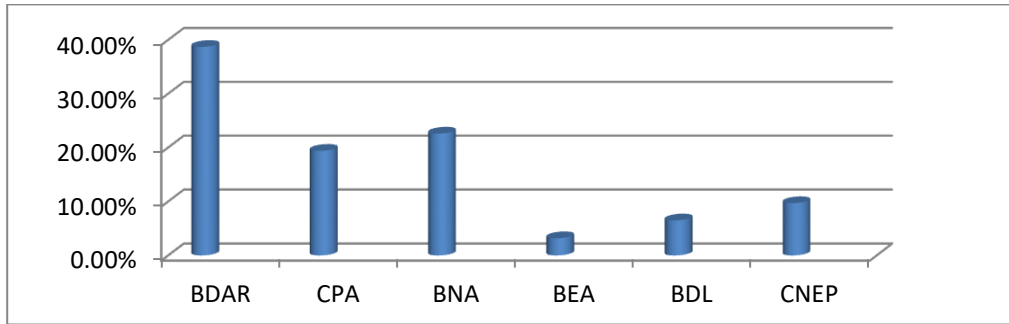
يبين الجدول التالي نتائج توزيع عينة الدراسة حسب إسم البنك المتعامل معه:

الجدول رقم (02-06): توزيع عينة الدراسة حسب البنك المتعامل معه

المجموع	CNEP	BDL	BEA	BNA	CPA	BADR	
31	3	2	1	7	6	12	العدد
%100	%9.7	%6.5	%3.2	%22.6	%19.4	%38.7	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل رقم (02-12): توزيع عينة الدراسة حسب البنك المتعامل معه



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

نلاحظ من خلال الشكل والجدول أن أغلبية العملاء يفضلون التعامل مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية نجدها بنسبة 38.7% ثم يليها والبنك الوطني الجزائري بنسبة 22.6% ثم القرض الشعبي الجزائري 19.4% ثم الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنسبة 9.7% ويليهم بنك التنمية المحلية بنسبة 6.5% وأخيرا بنك الخارجي الجزائري بنسبة 3.2%.

6. توزيع أفراد العينة حسب سبب اختيار البنك:

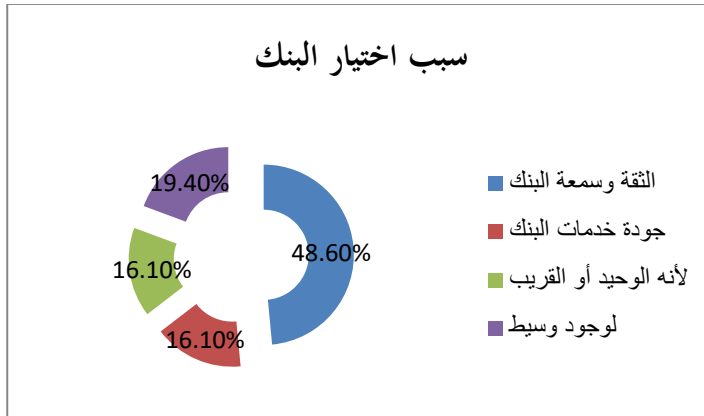
يبين الجدول التالي نتائج توزيع عينة الدراسة حسب سبب اختيار البنك له:

الجدول رقم (02-07): توزيع عينة الدراسة حسب سبب اختيار البنك

المجموع	لوجود وسيط	لأنه البنك الوحيد أو القريب	جودة خدمات البنك	الثقة وسمعة البنك	
31	6	5	5	15	العدد
%100	%19.4	%16.1	%16.1	%48.4	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل رقم(02-13): توزيع عينة الدراسة حسب سبب اختيار البنك



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

تعدد أسباب اختيار البنك من عميل لأخر, حيث 48.4% من العملاء صرحوا بان الثقة وسمعة البنك هي التي دفعت بهم للتعامل مع البنك, أما 19.4% من أفراد عينة الدراسة اختاروا التعامل مع البنك لوجود وسيط, فيما تتقارب الأسباب الأخرى بنسبة 16.1% لكلا من جودة خدمات البنك ولأنه الوحيد أو القريب.

7. توزيع أفراد العينة حسب سنوات التعامل ببطاقة الدفع الالكتروني:

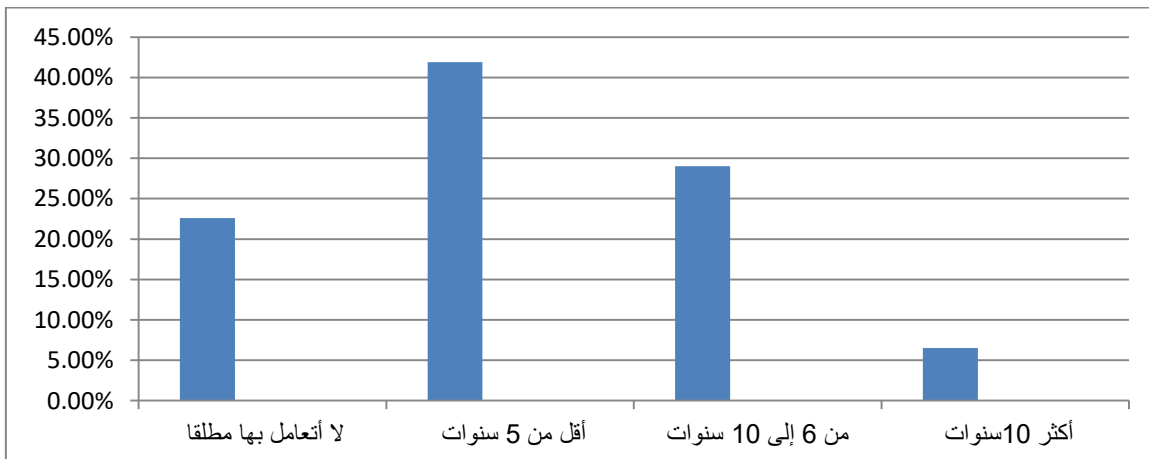
يبين الجدول التالي نتائج توزيع عينة الدراسة حسب سنوات التعامل ببطاقة الدفع الالكتروني:

الجدول رقم(02-08): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات التعامل ببطاقة الدفع الالكتروني

المجموع	أكثر من 10 سنوات	من 6 إلى 10 سنوات	أقل من 5 سنوات	لا أتعامل بها مطلقا	العدد
31	2	9	13	7	
%100	%6.5	%29	%41.9	%22.6	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الشكل رقم(02-14): توزيع عينة الدراسة حسب سنوات التعامل ببطاقة الدفع الالكتروني



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

من خلال الجدول والشكل نلاحظ أن 41.9% من أفراد عينة الدراسة مدة التعامل بالبطاقات أقل من 5 سنوات، أما بنسبة 29% للزبائن الذين يتعاملون بالبطاقة مدتها من 6 إلى 10 سنوات و 22.6% من الزبائن الذين لا يتعاملون بالبطاقة مطلقاً رغم امتلاكها وذلك لنقص الثقافة التكنولوجية، و 13% تتراوح مدة تعاملهم مع الوكالات البنكية محل الدراسة لأكثر من 10 سنوات.

المطلب الثاني: نتائج اختبار وصدق المحتوى لأُسئلة 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 أسئلة الاستبيان:

جدول رقم (02-09): يوضح 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: الميزة التنافسية البنكية	12	0.789
أبعاد المحور الثاني			
B1	البعد الأول: ميزة التمييز.	04	0.841
B2	البعد الثاني: ميزة التكاليف.	04	0.781
B3	البعد الثالث: ميزة الجودة	04	0.733
		24	0.859
كل فقرات الاستبيان			

المصدر: من اعداد الطالبات، بالاعتماد على برنامج SPSS22

يتضح من نتائج الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات (ألفا كرونباخ) كانت مرتفعة لكل مجال وتتراوح بين (0.789 و 0.841) لكل مجال من مجالات الاستبانة، كما كانت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة كانت (0.859) وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع.

المطلب الثالث: 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 الاوزان المرجحة لمقياس ليكارت الخماسي، حيث قمنا بحساب طول الفئة والذي يساوي حاصل قسمة المسافات (من 1 الى 2، من 2 الى 3، من 3 الى 4، من 4 الى 5) على عدد الخيارات المتاحة امام

افراد 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(02-10): معايير تحديد درجة الموافقة لعينة الدراسة

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

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

أولاً: 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 (02-11): نتائج تحليل الإحصائي لفقرات استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني

الدرجة الموافقة	الترتيب	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المقياس	الفقرات	
مرتفع	4	13.75%	0.547	4.03	5	22	4	00	00	التكرار	بطاقة الدفع الإلكتروني أسرع في سحب الأموال من التعامل التقليدي .	
					16.1	71.0	12.9	00	00	%		
متوسط	6	31.74%	1.003	3.16	00	18	00	13	00	التكرار	يضمن استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني عدم سرقة النقود.	
					00	58.1	00	41.9	00	%		
متوسط	6	37.53%	1.186	3.16	3	13	3	10	2	التكرار	يمكن استخدام البطاقة الدفع الإلكتروني كحافضة ذكية للنقود.	
					9.7	41.9	9.7	32.3	6.5	%		
مرتفع	2	23.74%	0.964	4.06	12	12	4	3	00	التكرار	يمكن استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني من إبراء الذمة في أي مكان وزمان.	
					38.7	38.7	12.9	9.7	00	%		
مرتفع	1	19.88%	0.833	4.19	12	15	2	2	00	التكرار	يوفر استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني الوقت اللازم للذهاب الى المصرف وسحب النقود.	
					38.7	48.4	6.5	6.5	00	%		
مرتفع	5	31.61%	1.214	3.84	13	7	4	7	00	التكرار	استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني يخول للعميل تفويض أي شخص ينوبه لسحب أو دفع النقود.	
					41.9	22.6	12.9	22.6	00	%		
مرتفع	4	13.57%	0.547	4.03	5	22	4	00	00	التكرار	تعتبر بطاقة الدفع الإلكتروني بديلاً متطوراً عن النقود والصكوك.	
					16.1	71.0	12.9	00	00	%		
متوسط	6	32.68%	1.003	3.16	00	18	13	00	00	التكرار	مخاطر استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني قليلة.	
					00	58.1	41.9	00	00	%		
متوسط	6	37.53%	1.186	3.16	3	13	3	10	2	التكرار	يزيد استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني من رغبة شراء الأشياء غير الضرورية.	
					9.7	41.9	9.7	32.3	6.5	%		
مرتفع	3	23.74%	0.964	4.04	12	12	4	3	00	التكرار	يساهم استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني بالتقليل من التعامل بالفواتير والكمبيالات.	
					38.7	38.7	12.9	9.7	00	%		
مرتفع	1	20.51%	0.833	4.19	12	15	2	2	00	التكرار	يقلل استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني من خطر انتشار الأوبئة الناجمة عن اللمس المباشر للنقود الورقية.	
					38.7	48.4	6.5	6.5	00	%		
مرتفع	5	31.61%	1.214	3.84	13	7	4	7	00	التكرار	تساعد بطاقات الدفع الإلكتروني في تقليل العبء على كبار السن للتنقل في ظل ظروف الحجر الصحي مثلاً	
					41.9	22.6	12.9	22.6	00	%		
مرتفع					المتغير الأول : بطاقات الدفع الإلكترونية							
مرتفع					25.54%	0.9757	3.74					

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

من خلال الجدول رقم (02-11) أعلاه، يمكن استخلاص مايلي:

1- المتوسط الحسابي للفقرة الأولى يساوي 4.03 وبهذا يحتل الرتبة الرابعة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 13.75% 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.

- 2-** المتوسط الحسابي للفقرة الثانية يساوي 3.16 وبهذا يحتل الرتبة السادسة، حيث كان معامل الاختلاف يساوي 31.74% 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.
- 3-** المتوسط الحسابي للفقرة الثانية 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 الاخير يمكن القول أن المحور الأول استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني الذي قدر وسط حسابه بـ 3.74، والانحراف المعياري بـ 0.9757، وقد حظي هذا المحور بدرجة إستجابة موافق ومستوى مقبول مرتفع وهذا ما يدل على أن عملاء الوكالات البنكية محل الدراسة يهتمون اهتماما كبيرا لإستعمال بطاقة الدفع الإلكترونية.

ثانيا: نتائج تحليل الاحصائي لفقرات مكانة الميزة التنافسية المصرفية

سوف نعرض نتائج التحليل الإحصائي للأبعاد الثلاث (ميزة التميز، ميزة التكاليف، ميزة الجودة) للمحور الثاني.

2-1 نتائج التحليل الاحصائي 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 (02-12): يوضح نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الأول: ميزة التميز.

الفقرات	المقاييس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب	درجة الموافقة
13	التكرار	6	2	14	9	0	2.84	1.068	37.60%	1	متوسط
	%	19.4	6.5	45.2	29.0	0					
14	التكرار	5	4	16	5	1	2.77	0.988	35.66%	2	متوسط
	%	16.1	12.9	51.6	16.1	3.2					
15	التكرار	5	4	16	5	1	2.67	0.958	35.88%	3	متوسط
	%	16.1	12.9	51.6	16.1	3.2					
16	التكرار	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											
متوسط											
37.98%											
1.056											
2.878											

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

من خلال الجدول رقم (02-13) أعلاه، يمكن استخلاص مايلي:

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.

2-2 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 (02-13): يوضح 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	التكرار	2	10	3	13	3	3.16	1.186	1.406	4	متوسط
	%	6.5	32.3	9.7	41.9	9.7					
18	التكرار	0	3	4	12	12	4.0645	0.96386	0.929	2	مرتفع
	%	0	9.7	12.9	38.7	38.7					
19	التكرار	0	2	2	15	12	4.1935	0.83344	0.695	1	مرتفع
	%	0	6.5	6.5	48.4	38.7					
20	التكرار	0	7	4	7	13	3.8387	1.21372	1.473	3	مرتفع
	%	0	22.6	12.9	22.6	41.9					

مرتفع	34.75%	1.048	3.018	البعد الثاني: ميزة التكاليف
-------	--------	-------	-------	-----------------------------

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS22.

من خلال الجدول رقم (02-13) 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.

3-2 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 (02-14): يوضح نتائج التحليل الاحصائي لفقرات البعد الثالث: ميزة الجودة.

الدرجة الموافقة	الترتيب	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات					المقاييس	التكرار		
					موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	موافق بشدة				
متوسط	4	1.047	1.023	2.77	1	5	16	4	5	%	التكرار	يهتم البنك بأراء العملاء حول استحداث بطاقات الدفع الالكترونية جديدة ذات جودة عالية.	21
					3.2	16.1	51.6	12.9	16.1				
متوسط	2	1.340	1.157	2.84	2	6	14	3	6	%	التكرار	يقدم البنك تسهيلات للحصول على بطاقات دفع الكترونية جديدة في ظل الأزمات وانتشار الأوبئة.	22
					6.5	19.4	45.2	9.7	19.4				
متوسط	3	1.295	1.138	2.81	2	5	15	3	6	%	التكرار	يتوفر البنك على مصلحة خاصة تُعني بصيانة دورية للبطاقات الدفع الالكتروني.	23
					6.5	16.1	48.4	9.7	19.4				

مرتفع	1	0.940	0.969	3.84	10	8	11	2	0	التكرار	يتواصل البنك بشكل دوري مع العملاء حول البطاقات ويعلمهم بالجديد منها.	24
					32.3	25.8	35.5	6.5	0	%		
متوسط					البعد الثالث: ميزة الجودة							
متوسط					المتغير الثاني: الميزة التنافسية البنكية							

المصدر: من اعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS₂₂.

من خلال الجدول رقم (02-14) أعلاه، يمكن استخلاص مايلي:

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 الموافقة 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 الموافقة 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 الموافقة 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.

المطلب الرابع: اختبار وتحليل نتائج فرصيات 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 تزامنا مع أزمة كوفيد 19".

التحليل الإحصائي: من الجدول (02-15) 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 الإقتصادي: من خلال النتيجة التي توصلنا إليها نجد أن دراستنا تتوافق مع الدراسة السابقة ل (Afrizal Yudhistira) (2014)، في جزئية ظهور انماط جديدة من التفكير تتطورت ايضا مع الزمن، تمشيا مع التطور السريع للعصر التكنولوجي، والتي ويعود السبب حاليا للوضع العام الذي تزامن مع انتشار جائحة كوفيد19؛ حيث يشجع العملاء على استعمال بطاقات الدفع الالكتروني 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 (02-15) بأن أغلب أفراد عينة البحث متفقون على توافر أبعاد الميزة التنافسية في الوكالات البنكية، بمتوسط حسابي (2,873) و إنحراف معياري (1.06)، ولكن هناك تباين في درجة أهمية هذه الأبعاد، حيث يتضح من النتائج أن أفراد عينة البحث يولون إهتماما لبعد التكاليف في المقام الأول بمتوسط حسابي (3.018)، و إنحراف معياري (1.048)، ثم بعد الجودة بمتوسط حسابي (3.06)، و إنحراف معياري (1.077)، أخيرا يأتي بعد التميز بمتوسط حسابي (2.878)، و إنحراف 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 (الجدول رقم 02-15):

بعد ميزة التكاليف: تشير نتائج الجدول رقم (02-15)، هو ان هذا البعد هو الأكثر تأثيرا وأهمية في ادارة العلاقات مع الزبون حيث بلغ المتوسط الحسابي اعلى قيمة (3.018) ومعامل اختلاف اقل 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 اراء 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 اربعة اسئلة، وكانت النتائج حوله قد توزعت بين متوسط حسابي (3.06)، ومعامل اختلاف (35.02%)، وهذا مؤشر على وجود توافق مع رغبات الزبائن وحاجتهم 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 سابقة ل: Hojjat shahiah , Seyed Hadi Mousavi Nejad, Neda Vahdati (2014). لكن اظهرت هذه الدراسة ان عملاء

الوكالات البنكية يهتمون باستراتيجية التكاليف فالجودة فقط ولاهتمامهم استراتيجية التميز حسب ابعاد ميزة التنافسية البنكية المعتمدة في هذا الاستبيان.

الجدول رقم(02-15): يوضح 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 الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

• الفرضية الثالثة:

تم صاغة الفرضية الثالثة للدراسة كما يلي: " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكتروني والميزة التنافسية البنكية للوكالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء".

H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكتروني والميزة التنافسية البنكية للوكالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.

H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكتروني والميزة التنافسية البنكية للوكالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.

ومن أجل تأكيد أو نفي صحة هذه الفرضية تم حساب المقاييس الإحصائية الموضحة في الجدول رقم(02-16).

التحليل الاحصائي: بما أن مستوى الدلالة الإحصائية حسب الجدول رقم (02-16) تساوي 0.0320 اقل من 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة أي وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين استعمال بطاقات الدفع الالكتروني والميزة التنافسية المصرفية للوكالات المصرفية محل الدراسة من وجهة نظر العملاء.

الجدول رقم (02-16): يوضح نتائج معامل سبيرمان لمتغيرات الدراسة

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

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

حيث يوضح الجدول رقم (02-17) العلاقات الارتباطية بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة:

يتضح من جدول الارتباطات رقم (02-17) بأن أغلبية المتغيرات كانت لها علاقة ارتباط دالة إحصائية وعند مستويات إيجابية (معامل ارتباط 58.9 %) بين المتغير المستقل بطاقات الدفع الالكترونية وأبعاد الميزة التنافسية المصرفية في وكالات البنكية محل الدراسة التابعة، حيث كانت أقوى العلاقات مع المتغير المستقل (بطاقات الدفع الالكترونية) بنسبة (64.1%) مع البعد الفرعي التابع (ميزة الجودة). بينما كانت العلاقة أيضا دالة إحصائية مع البعد الفرعي التابع (ميزة التكاليف) بنسبة (49%)، أما البعد الفرعي التابع (ميزة التميز) فلم تكن هناك علاقة ارتباطية ذات دالة احصائية بينها وبين المتغير المستقل (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 (02-17): يوضح العلاقات الارتباطية بين المتغير المستقل والأبعاد الفرعية للمتغير التابع

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

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

من خلال النتائج الاحصائية المتوصل إليها نجد أن العبارات الخاصة بالميزة التنافسية البنكية، هذا الأخير جاء في المرتبة الاخيرة ضمن الجدول (02-15) الذي يوضح ملخص نتائج التحليل الاحصائي متغيرات الدراسة بمتوسط حسابي قدر 2.873 مقابل للإتجاه متوسط مما يدل على وجود علاقة ربط بين استعمال بطاقات الدفع الالكتروني والميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء هذا ما ينفي صحة الفرضية الثالثة. مما يجعلنا نقول أن الأسلوب الاحصائي يتوافق مع هذه الدراسة.

التحليل الاقتصادي: هناك العديد من الدراسات السابقة والتي وهدفت التعرف على علاقة بين الصيرفة الإلكترونية وتحقيق الميزة التنافسية للبنوك بكل أبعادها مثلما ما أكدت عليه دراسة سابقة ل: Hasan Omri Talal Batainch (2012). وتبين في دراسة حالية هناك وجود علاقة ارتباط بين استعمال بطاقات الدفع الالكترونية وتحقيق الميزة التنافسية البنكية، 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. وهذا ما توافق مع دراسة السابقة ل: (نائر سعدون محمد وآخرون 2018). كذلك هناك إستعداد لإستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية حسب عملاء وكالات محل الدراسة من أجل تعزيز الميزة التنافسية في البنوك ، هذا ما أشارت اليه الدراسة السابقة ل: جمال هداش محمد 2017

• الفرضية الرابعة :

اهتمت الفرضية الأخيرة بإثبات أو نفي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات الاسمية حيث نصت على : "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استعمال بطاقات الدفع الالكتروني والميزة التنافسية البنكية محل الدراسة تعزى للمتغيرات الاسمية (البنك المتعامل معه، سبب اختيار البنك، سنوات التعامل ببطاقات الدفع)".

التحليل الإحصائي: لإجابة على هذه الفرضية استعملنا تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثير المتغير التابع على المستقل وتم تقسيمها كما يلي:

➤ تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير التابع على المتغير المستقل تعزى لمتغير البنك المتعامل معه :

حسب الفرضية الفرعية الأولى: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات نظرة العملاء لاستعمال بطاقات الدفع الالكترونية لوجود فروق جوهرية للبنك المتعامل معه". نتيجة لتحليل التباين لمتغير اسم البنك المتعامل معه قدرت قيمة Sig بـ 0.135 وهي اكبر من 0.05، وبالتالي نقبل فرضية العدم، ومنه البنك المتعامل معه لا يشكل فروق في التعامل من قبل العملاء المستجوبين تؤثر على استعمال بطاقات الدفع الالكترونية (جدول رقم 02-18).

الجدول رقم (02-18): يوضح تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير التابع على المتغير المستقل تعزى لمتغير البنك المتعامل معه

عبارات قياس مستوى استعمال بطاقات الدفع الالكتروني

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	3.868	5	.774	2.070	.135
Intragroupes	9.345	25	.374		
Total	13.213	30			

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).**

La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral)*.

➤ تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير التابع على المتغير المستقل تعزى لسبب اختيار البنك: حسب الفرضية الفرعية الثانية: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات نظرة العاملين لتحسين جودة الخدمة لوجود فروق جوهرية لسبب اختيار البنك".

نتيجة لتحليل التباين لمتغير سبب اختيار البنك المتعامل معه قدرت قيمة Sig بـ 0.026 وهي اقل من 0.05، وبالتالي نرفض فرضية العدم، ومنه سبب اختيار البنك عبارة عن دافع كبير استعمال بطاقات الدفع الالكترونية لتحسين من الميزة التنافسية للوكالات البنكية محل الدراسة (جدول رقم 02-19).

جدول رقم (02-19) : يوضح تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير التابع على المتغير المستقل تعزي لمتغير سبب اختيار البنك:

عبارات قياس مستوى استعمال بطاقات الدفع الالكتروني

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	1.772	3	.591	1.394	2660 [*] .
Intragruppes	11.442	27	.424		
Total	13.213	30			

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).**

La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).*

➤ تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير التابع على المتغير المستقل تعزي لمتغير سنوات التعامل ببطاقات الدفع:

حسب الفرضية الفرعية الثالثة: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات نظرة العملاء لاستعمال بطاقات الدفع الالكترونية لوجود فروق جوهرية في لسنوات التعامل بالبطاقة".

نتيجة لتحليل التباين لمتغير الخبرة المهنية قدرت قيمة Sig بـ 0.71 وهي اكبر من 0.05، وبالتالي نقبل فرضية العدم، ومنه عدد سنوات إستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية لا تؤثر على إستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية لتحقيق الميزة التنافسية حسب آراء عينة العملاء المستجوبة (جدول رقم 02-20).

جدول رقم (02-20) : يوضح تحليل التباين الأحادي لاختبار تأثيرات المتغير التابع على المتغير المستقل تعزي لمتغير سنوات التعامل ببطاقات الدفع:

عبارات قياس مستوى استعمال بطاقات الدفع الالكتروني

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	.646	3	.215	.462	.711
Intragruppes	12.568	27	.465		
Total	13.213	30			

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).**

La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

التحليل الاحصائي: ومنه نقول أن هذه البيانات قد حققت الشروط النظرية والتطبيقية من خلال حجم العينة والمتغيرات الاسمية المختارة (البنك المتعامل معه وسنوات التعامل بطاقات الدفع الالكترونية) بعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية، بإستثناء المتغير الاسمي سبب اختيار البنك.

التحليل الاقتصادي:

- بالنسبة للفرضية الجزئية الاولى والتي اثبت ان البنك المتعامل معه لا يشكل فروق في التعامل من قبل العملاء المستجوبين تؤثر على استعمال بطاقات الدفع الالكترونية. هذا راجع لاعتبار ان ستة وكالات محل الدراسة تابعة لبنوك عمومية جزائرية، وهذا يتوافق مع دراسة السابقة ل (بصيري محفوظ 2019) ومنه المعاملات عبر البطاقات المصرفية تبقى ضعيفة بين البنوك العمومية ولا تكشف فارق كبير، وهذا يدل على أن نظام الدفع الجزائري لم يصل بعد إلى مرحلة التطور.
- بالنسبة للفرضية الجزئية الثانية سبب اختيار البنك يمثل دافع كبير استعمال بطاقات الدفع الالكترونية لتحسين من الميزة التنافسية للوكالات البنكية محل الدراسة وذلك لان كل عميل يتميز بالولاء للبنك المختار اول مرة.
- اما الفرضية الجزئية الثالثة فإن عدد سنوات استعمال بطاقات الدفع الالكترونية لا تؤثر على استعمال بطاقات الدفع الالكترونية لتحقيق الميزة التنافسية البنكية والذي تبين من التحليل الوصفي الاولي للعينة 22.6% من الزبائن الذين لا يتعاملون بالبطاقة مطلقا رغم امتلاكها وذلك لنقص الثقافة التكنولوجية المصرفية.

حاولنا من خلال ما تقدم في هذا الفصل الربط بينه وبين الفصل الأول (الدراسة النظرية) بالاعتماد على الإستبيان الموجهة لبعض عملاء الوكالات البنكية بالوادي (بنك الفلاحة والتنمية الريفية, القرض الشعبي الجزائري, البنك الوطني الجزائري, بنك الخارجي الجزائري, بنك التنمية المحلية, الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط), وذلك لهدف التعرف على الدور الذي تلعبه بطاقات الدفع الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للوكالات البنكية.

حيث تم تصميم الإستبيان محكم اشتمل على جميع متغيرات الدراسة, وقدر العدد المستجوبين بـ 31 عميل وهو ما يمثل حجم عينة الدراسة, وتم تحليله عن طريق برمجية SPSS22, ومن أجل القيام بالتحليل الإحصائي ثم الإستعانة بالأساليب الإحصائية الوصفية والمتمثلة في التكرارات والنسب المئوية لمعرفة خصائص عينة الدراسة, والمتوسط الحسابي, الإنحراف المعياري ومعامل الاختلاف ومعامل الارتباط سبيرمان الذي يقيس تأثيرات المتغير التابع على المتغير المستقل ودراسة الفروق لبعض المتغيرات الاسمية .

الخاتمة

تناولت الدراسة موضوع البطاقات الدفع الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية لمعالجة اشكالية البحث التي تدور حول " إلى أي مدى تساهم بطاقات الدفع الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية البنكية من وجهة نظر العملاء؟" فدرسنا علاقة الإرتباط بين إستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية وأبعاد الميزة التنافسية البنكية, حيث قمنا بدراسة ثلاثة أبعاد لميزة التنافسية 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 الإستبيان 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 إستعمال البطاقات الإلكترونية الحديثة والتكنولوجيا المتطورة التي قربت المسافات بينهم وبين المؤسسات التي يتعاملون معها ومكنتهم من ربح الوقت والجهد, ومن جهة أخرى فان 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 إستيعاب 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 إختبار فرضيات الدراسة كما يلي:

- يحقق استعمال البطاقات البنكية الإلكترونية العديد من المزايا سواء للبنك أو للعميل تتمثل في تقليل التكلفة وتقليل الجهد إختصار للوقت.
- عدم إمكانية الإستغناء 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 إختيار 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 تحديا للبنوك من أجل إقناع العملاء بجدوى إستخدام البطاقة وبالتالي إدخال ثقافة بنكية جديدة.

ويمكن من خلال ماسبق تقديم مجموعة من التوصيات يمكن أن تساعد الوكالات البنكية وخاصة الوكالات محل الدراسة بالإهتمام أكثر في موضوع البطاقات الإلكترونية وبالاستراتيجية المثلى في تحقيق الميزة التنافسية من خلال:

- العمل على نشر ثقافة استخدام البطاقات الإلكترونية لما لها من فوائد عدة سواء على البنك أو على العملاء.
- وجوب العمل على تطوير وإستحداث 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

1. المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب:

1. عبد الصمد حوالف, النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني, أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه, كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة أوبكر بلقايد- تلمسان, 2015/2014.
2. عبد الهادي مسعودي, الأعمال المصرفية الإلكترونية: بنوك إلكترونية- نقود إلكترونية- بطاقات إلكترونية, دار اليازورد العلمية, الاردن, 2016.
3. عبد العزيز خنفوسي, قانون الدفع الإلكتروني, مركز الكتاب الأكاديمي, عمان, 2018.
4. زكية بوسته, القدرة التنافسية في الخدمات المالية والمصرفية للجزائر وفق احكام الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات, ط1, دار زهران للنشر والتوزيع, عمان 2016.
5. عبد القادر بالهادي, عز الدين نزي, متطلبات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها "دراسة على عينة من البنوك الجزائرية", مجلة الحقوق والعلوم الانسانية, جامعة زيان عاشور بالجلفة, العدد الاقتصادي 35(01), 2017.
6. نافذ محمد بركات, التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS, كلية التجارة في الجامعة الإسلامية, فلسطين, 2013/2012.
7. السعدي الغول السعدي, العينات وأنواعها, الدبلوم الخاص في التربية.

ثانياً: الأطروحات:

1. عامر بشير, دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك "دراسة حالة الجزائر", أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية فرع: نقود مالية وبنوك, قسم العلوم الإقتصادية, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة الجزائر, 2012/2011.
2. بسمة محمد سامي الخطيب, دور الصيرفة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية" دراسة ميدانية للمصارف العاملة في سورية", أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال (غير منشورة), قسم إدارة الأعمال, كلية الاقتصاد, جامعة دمشق, سنة 2014.

ثالثاً: المذكرات:

1. أمينة بن عميور, البطاقات الإلكترونية للدفع والقرض والسحب, رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في القانون الخاص- قانون الأعمال-, كلية حقوق, جامعة قسنطينة منتورة, 2005/2004.
2. بن جدو بن علي, الإستراتيجيات التنافسية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية"دراسة مؤسسة فندق الأوراسي", رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير, شعبة علوم التسيير كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة أحمد بوقرة, بومرداس, 2015/2014.
3. ضياء الدين زاو, دور اليقظة الإستراتيجية في تحسين تنافسية المؤسسة"دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الإقتصادية", رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في علوم التسيير, جامعة فرحات عباس, سطيف, 2014/2012.
4. رزيقة مجاوي, الابداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الاعمال, "دراسة حالة مؤسسة ملينة الحضنة بالمسيلة, رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير, تخصص علوم التسيير, قسم علوم التسيير, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة المسيلة, 2013/2012.
5. إياد محمد, محمود بارود, دور التجارة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة, رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في ادارة الاعمال بكلية التجارة في الجامعة الاسلامية بغزة, ابريل /2018م - شعبان 1439هـ.

6. إسلام جباره, شعبان جعبري, وسائل التواصل الإجتماعي كأحد أدوات الترويج الإلكتروني ودورها في تحقيق الميزة التنافسية, رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الخليل قسم إدارة الأعمال, كلية الدراسات العليا والبحث العلمي, جامعة الخليل, فلسطين, 2018/2017.
7. ريم خالد سمحان, دراسة العلاقة بين مفهوم البنك الإلكتروني وتحقيق الميزة التنافسية, رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في إدارة الأعمال, جامعة عين شمس, مصر, سنة 2014.
8. نصيرة شبوب, الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر" دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي", رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في العلوم الإعلام و الاتصال, تخصص مجتمع معلومات,(غير منشور), قسم الإعلام والاتصال, كلية العلوم السياسية, جامعة الجزائر3, سنة 2013/2012.
9. وسيلة بوازيد, مقارنة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة إستراتيجية (منشور), كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة سطيف1, سنة 2012/2011.
10. وليد مرتضى نوه, نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى أداؤها"دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA, بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR, البنك الوطني الجزائري BNA, وكالات الوادي خلال الفترة 2012-2013", رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم التسيير, تخصص أنظمة المعلومات ومراقبة التسيير, قسم علوم التسيير, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة قاصدي مرباح, ورقلة, سنة 2014/2013.
11. سماح شعبور, مصباح مرابطي, وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر - واقع وتحديات - "دراسة إستطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د), تخصص تمويل مصرفي, قسم علوم تجارية, كلية العلوم الاقتصادية, العلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة العربي التبسي, تبسة, 2016/2015.
12. سعيدة معيزي, الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين الأداء المالي للبنوك الجزائرية "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشراقة - الجزائر -", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر, تخصص إدارة أعمال مالية, قسم علوم التسيير, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة 08 ماي 1945, قالمة, 2015/2014.
13. فاطمة ناشف, وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مستغانم", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي, تخصص إقتصاد نقدي وبنكي, قسم العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة عبد الحميد بن باديس, مستغانم, 2018/2017.
14. عجال المنصور, بن يونس, واقع إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية "دراسة إستطلاعية في بنك التنمية المحلية وكالات مستغانم", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي, تخصص تسيير إستراتيجي, قسم علوم التسيير, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة عبد الحميد بن باديس, مستغانم, 2018/2017.
15. طاهر لطفي, صلاح الدين جمعي, العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الإلكترونية "دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية" BADR" وكالة تبسة -488, مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د), تخصص تمويل مصرفي, قسم العلوم التجارية, كلية العلوم الاقتصادية, العلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة العربي التبسي, تبسة, 2016/2015.

16. فريدة بن منصور, المصرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر "دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BNA-وكالة ورقلة, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية, تخصص بنوك ومالية, قسم علوم إقتصادية, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة قاصدي مرباح, ورقلة, 2010/2011.
17. مريم حمو, أهمية اليقظة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير, تخصص إدارة أعمال المؤسسة, الشعبة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير, جامعة أم البواقي, 2013/2014.
18. راضية مزوز, دور بحوث التسويق في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة " دراسة حالة مؤسسة موبيليس مدنية قسنطينة ووكالة أم البواقي, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية, تخصص تسويق الخدمات, الشعبة العلوم التجارية, كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة العربي بن مهيدي, أم البواقي, 2016/2017.
19. هاجر مزغيش, الخدمات البنكية الإلكترونية كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية " دراسة تطبيقية BNP PARIPAS-قسنطينة- و SOCIETE GENERALE ALGERIE-باتنة, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير التخصص مالية وبنوك, الشعبة علوم التسيير, كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة أم البواقي, 2015/2016.
20. أحمد حامدي, خديجة حرزاوي, الميزة التنافسية للبنوك وإنعكاساتها على جودة الخدمات البنكية "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- أدرار", مذكرة مقدمة متطلبات شهادة ماستر أكاديمي, تخصص إقتصاد نقدي وبنكي قسم علوم الإقتصادية, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة أحمد داية أدرار - الجزائر, 2018/2019.
21. أحمد بلماحي, محمد زكريا شعبي, الميزة التنافسية والإستراتيجية البنكية, " دراسة حالة البنوك الجزائرية- سعيدة", مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر في العلوم التجارية, تخصص بنوك وأعمال, كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة د. الطاهر مولاي, سعيدة, 2015/2016.
22. حفيظة زعيم, أثر المصرفة الإلكترونية على الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية "دراسة تطبيقية لعينة من البنوك الجزائرية على مستوى ولاية بسكرة", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم التجارية, تخصص تسويق مصرفي, قسم العلوم التجارية, كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة محمد خيضر, بسكرة, 2018/2019.
23. أمينة بلمقدم, مختارية علام, الميزة التنافسية في البنوك التجارية "دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة سعيدة- BADR", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في العلوم التجارية, تخصص تسويق مصرفي, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة د.مولاي الطاهر, سعيدة, 2016/2017.
24. اسماعيل حشاشن, محمد اسلام زاوش, زين الدين مسعودي, جودة الخدمات المصرفية و أثرها على تنافسية البنوك التجارية "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة الوادي-", مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي, تخصص اقتصاد نقدي وبنكي, قسم العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة الشهيد حمة لخضر, الوادي, سنة 2018/2019.
25. أحلام أوصيف, ريمة قادر, آليات تمويل التجارة الخارجية في الجزائر "دراسة حالة البنك الجزائري الخارجي(وكالة الوادي)", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم التجارية, تخصص تجارة دولية وإمداد, قسم العلوم التجارية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة 08 ماي 1945, قالمة, سنة 2018/2019.

26. عبد الفتاح دقاشي وآخرون, مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية "دراسة حالة للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط -وكالة الوادي-", مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي, تخصص اقتصاد نقدي وبنكي, قسم العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة الشهيد حمه لخضر, الوادي, سنة 2017/2018.
27. نسرين عياشي عمر, دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك "دراسة حالة وكالتي بنك البركة وبنك التنمية المحلية بالوادي", مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية, تخصص مالية ونقود, قسم العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والجارية وعلوم التسيير, جامعة محمد خضير, بسكرة, سنة 2013/2014.
- رابعا: الجرائد والمجلات العامة:
1. رتيبة تيفوسي, نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر: الواقع والآفاق, مجلة دراسات - العدد الإقتصادي, المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية, العدد 02, جامعة الأغواط, الجزائر, جوان 2019.
 2. محمد بهاء محمد علي, نضال صاحب خزعل, اثر استخدام تقنيات الصيرفة الالكترونية في الصناعة المصرفية التنافسية "بحث استطلاعي لعينة من المصارف الاهلية", مجلة التقني/ المجلد الثلاثون, معهد الادارة التقني/ الجامعة التقنية, العدد 4, 2017.
 3. علي عبد الله شاهين, نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها "دراسة تطبيقية على بنك فلسطين", مجلة جامعة الازهر بغزة, سلسلة العلوم الانسانية, المجلد 12, العدد 1, 2010.
 4. خولة عدناني وآخرون, وسائل الدفع الإلكتروني ودوره في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية "دراسة حالة بنك الخليج الجزائر -وكالة بشار-", مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية, الجزائر, العدد الرابع, ديسمبر 2018.
 5. نائر سعدون محمد, دور الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الخاصة "دراسة تطبيقية في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار", مجلة جامعة جيهان اربيل العلمية, كلية الادارة والاقتصاد, العدد (2), جامعة ديالى, العراق, سنة 2018.
 6. جمال هداش محمد, العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف "دراسة تطبيقية في عدد من المصارف الأهلية والحكومية", مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية, كلية الإدارة والاقتصاد, المجلد 7, العدد (1), جامعة الكويت, الكويت, سنة 2015.
 7. براق عبد الله مطر, النظام القانوني لبطاقات الدفع الإلكتروني, مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية و السياسية, كلية القانون/فلوجه, العدد السابع, جامعة الأنبار, العراق, سنة 2013.
 8. إيمان عبد الرضا محمد, اثر الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف (دراسة تطبيقية في المصارف الأهلية العراقية), مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية, المجلد 19, العدد 73, جامعة بغداد, العراق, سنة 2013.
 9. محمد شايب, آليات الحماية من الغش في وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الفرنسي 2002-2016 "حالة البطاقة المصرفية", مجلة نماء للاقتصاد والتجارة, العدد الثاني, جامعة سطيف 1, الجزائر, سنة 2017.
 10. محفوظ بصيري, نظام الدفع الإلكتروني الجزائري كآلية لتطوير وسائل الدفع الجديدة, دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الانسانية و الاجتماعية, المجلد 11, العدد 4, جامعة لبويرة, الجزائر, سنة 2019.

خامسا: الملتقى:

1. ليندة بلحارث, والي نادية, "الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني", الملتقى الوطني الثامن حول آلية تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي والمصرفي الجزائري, كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة البويرة, يومي 13-14 مارس 2017.

سادسا: الانترنت:

1. ميساء ساعد, أنواع بطاقات الدفع الإلكترونية في الجزائر 2019 على الموقع www.Vapulus.com تاريخ الإطلاع:

2020/04/27 على الساعة 10:45.

II. المراجع باللغة الاجنبية:

أولاً: المذكرات:

1. BurcuZengin; AybegumGungordu(2013), **ELEKTRONIK ODEME SISTEMLERININ OLASIETKILERI UWERINE BIR INCELEME**, GaziUniversitesiIktisadiveIdariBilimlerFakulesiDegisi 15/3 (2013) 129-150.
2. Hojjat Vahdati, Seyed Hadi Mousavi Nejad, Neda shahiah(2018), **Generic Competitive Strategies toward Achieving Sustainable and Dynamic Competitive Advantage**, Revista ESPACIOS, ISSN 0798 1015, Vol 39, No 13.

ثانياً: المجلات:

1. Jarunee Wonglimpiyarat(2007), **E-Payment Strategies of Bank card Innovations**, Journal of Internet Banking and Commerce, December 2007, vol 12, no 3.
2. Hasan Omri, Talal Batainch(2012), **The Impact of e-Banking on Achieving Competitive Advantage for Bank in Jordan**, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in University(jordan).
3. Afrizal Yudhistira (2014), **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Prefensidan Aksesibilitas Terhadap Penggunaan Kartu Pembayaran Elektronik**, Jurnal Ilmiah, Jurusan Ilmu ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang.

ثالثاً: المؤتمرات:

1. James Boockhold, Robert Service(2001), **Achieving Competitive Advantage through Information Technology**, Association for Information Systems AIS Electronic Library(AISEL), Seventh Americas Conference on Information Systems(AMCIS).

الملاحق

الملحق رقم (01) معامل الثبات لأسئلة قائمة الاستبيان.

1- معامل الفاكرباخ لأسئلة الاستبيان الكلي.

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	31	100.0
	Exclue ^a	0	.0
	Total	31	100.0

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

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.859	24

2- معامل الفاكرباخ لأسئلة قائمة الاستبيان للمحور الأول. استعمال بطاقات الدفع الالكترونية

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	31	100.0
	Exclue ^a	0	.0
	Total	31	100.0

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

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.891	12

3- معامل الفاكرباخ لأسئلة قائمة الاستبيان للمحور الثاني. الميزة التنافسية البنكية

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	31	100.0
	Exclue ^a	0	.0
	Total	31	100.0

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

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.789	12

4- معامل الفاكرباخ لأسئلة قائمة الاستبيان للمحور الثاني البعد الأول. ميزة الجودة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.841	4

5- معامل الفاكرباخ لأسئلة قائمة الاستبيان للمحور الثاني البعد الثاني. ميزة التكاليف

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.781	4

6- معامل الفاكرباخ لأسئلة قائمة الاستبيان للمحور الثاني البعد الثالث. ميزة الجودة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.733	4

الملحق رقم (2) النتائج النوعية والوصفية لعينة الدراسة التطبيقية.

```
GET
FILE='C:\Users\DJALEL\Desktop\spssamel\Sans titre1 -
DATASET NAME Jeu_de_données1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES
VARIABLES=الجنسالسنةالمؤهل_العلمي اسم البنك_المتعامل_مع سبب_اختبار_البنكسنوات_تعامل_
بطاقات_الدفع المهنة
/BARCHART FREQ
/ORDER=ANALYSIS.
```

Remarques

Sortie obtenue	16-AUG-2020 18:28:52
Commentaires	
Entrée	Données
	C:\Users\DJALEL\Desktop\spss amel\Sans titre1 - Jeu_de_données1
Jeu de données actif	<sans>
Filtre	<sans>
Pondération	<sans>
Fichiers scindé	<sans>
N de lignes dans le fichier de travail	31
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe	FREQUENCIES VARIABLES=الجنسالسنةالمؤهل_العلمي اسم البنك_المتعامل ل_مع سبب_اختبار_البنكسنوات_تعامل_بطاقات_الدفع المهنة /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur 00:00:05,45 Temps écoulé 00:00:04,23

.sav [Jeu_de_données1] C:\Users\DJALEL\Desktop\spss amel\Sans titre1 -

Statistiques

	الجنس	السن	المؤهل العلمي	اسم البنك المتعامل معه	سبب اختبار البنك	سنوات التعامل ببطاقات الدفع الالكتروني	المهنة
N Valide	31	31	31	31	31	31	31
Manquant	0	0	0	0	0	0	0

Table de fréquences

الجنس

	Fréquence	Pourcentage
Valide ذكر	25	80.6
انثى	6	19.4
Total	31	100.0

Fréquences

السن

الملاحق

	Fréquence	Pourcentage
Valide أكبر من 20 إلى 29 سنة	8	25.8
من 30 إلى 40 سنة	13	41.9
من 41 إلى 50 سنة	8	25.8
أكبر من 50 سنة	2	6.5
Total	31	100.0

المؤهل العلمي

	Fréquence	Pourcentage
Valide ثانوي	8	25.8
جامعي	16	51.6
دراسات عليا	7	22.6
Total	31	100.0

اسم البنك المتعامل معه

	Fréquence	Pourcentage
Valide BADR	12	38.7
BNA	7	22.6
BDL	2	6.5
BEA	1	3.2
CPA	6	19.4
CNEP	3	9.7
Total	31	100.0

سبب اختيار البنك

	Fréquence	Pourcentage
Valide ثقفتهم سمعة البنك	15	48.4
جودتهم خدمات البنك	5	16.1
لوجود وسيط	6	19.4
البنك الكالو حيد او القريب	5	16.1
Total	31	100.0

سنوات التعامل ببطاقات الدفع الالكتروني

	Fréquence	Pourcentage
Valide لا تعامل بها مطلقا	7	22.6
اقلمن خمس سنوات	13	41.9
من 6 إلى 10 سنوات	9	29.0
اكثر من 10 سنوات	2	6.5
Total	31	100.0

المهنة

	Fréquence	Pourcentage
Valide موظف	22	71.0
عامل يومي	3	9.7
صاحب مؤسسة	3	9.7
تاجر	2	6.5
أخرى	1	3.2
Total	31	100.0

الملحق رقم (3) نتائج اتجاهات العملاء نحو متغيرات الدراسة.

بطاقات الدفع الالكترونية

```
EPC1 EPC2 EPC3 EPC4 EPC5 EPC6 EPC7 EPC8 EPC9 EPC10 EPC11 EPC12
FREQUENCIES VARIABLES=
EPC8 EPC9 EPC10 EPC11 EPC12
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN SUM
/ORDER=ANALYSIS.
```

Fréquences

Remarques	
Sortie obtenue	13-SEP-2020 21:34:27
Commentaires	
Entrée	Données C:\Users\DJALEL\Desktop\spss amel\ بالننتائج بعد - 1\Sans titre1.sav للتجربة
Jeu de données actif	Jeu_de_données1
Filtre	<sans>
Pondération	<sans>
Fichier scindé	<sans>
N de lignes dans le fichier de travail	31
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe	FREQUENCIES EPC1 EPC2 EPC3 EPC4 EPC5 EPC6 EPC7 EPC8 EPC9 EPC10 EPC11 EPC12 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN SUM /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur 00:00:00,03
	Temps écoulé 00:00:00,03

الملاحق

Statistiques

	تساعد بطاقات الدفع الالكترونى في تقليل العبء على كبار السن للتنقل في ظل ظروف الحجر الصحي مثلا.	يقلل استعمال بطاقة الدفع الالكترونى من خطر انتشار الأوبئة الناجمة عن اللمس المباشر للنقود الورقية.	يساهم استعمال بطاقة الدفع الالكترونى بالتقليل من التعامل بالفواتير والكمبيالات.	يزيد استخدام بطاقة الدفع الالكترونى من رغبة شراء الأشياء غير الضرورية.	مخاطر استخدام بطاقة الدفع الالكترونى بديلا متطورا عن النقود والصكوك قليلة.	تعتبر بطاقة الدفع الالكترونى بديلا متطورا عن النقود والصكوك.	استخدام بطاقة الدفع الالكترونى يخول للعميل تفويض أي شخص ينوبه لسحب أو دفع النقود.	يوفر استخدام بطاقة الدفع الالكترونى الوقت اللازم للذهاب الى المصرف وسحب النقود.	يمكن استخدام البطاقة الدفع الالكترونى لإبراء الذمة في أي مكان وزمان.	يمكن استخدام البطاقة الدفع الالكترونى كحافضة ذكية للنقود.	يضمن استخدام بطاقة الدفع الالكترونى عدم سرقة النقود.	بطاقة الدفع الالكترونى أسرع في سحب الأموال من التعامل التقليدي.	عبارات قياس مستوى استعمال بطاقات الدفع الالكترونى مجموع
N Valide	0	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Manquant	31	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne المتوسط	3.74	4.03	3.16	3.16	4.06	4.19	3.84	4.03	3.16	3.16	4.06	4.19	3.84
:Ecart type الانحراف المعياري	0.9757	.547	1.003	1.186	.964	.833	1.214	.547	1.003	1.186	.964	.833	1.214
معامل الاختلاف CV	%25.54	13.75%	31.74%	37.53%	23.74%	19.88%	31.61%	13.57%	32.68%	37.53%	23.74%	20.51%	31.61%

عبارات قياس مستوى استعمال بطاقات الدفع الالكتروني

	Fréquence	Pourcentage
Manquant Système	31	100.0

بطاقة الدفع الالكتروني أسرع في سحب الأموال من التعامل التقليدي.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide محايد	4	12.9	12.9	12.9
موافق	22	71.0	71.0	83.9
موافق بشدة	5	16.1	16.1	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يضمن استخدام بطاقة الدفع الالكتروني عدم سرقة النقود.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	13	41.9	41.9	41.9
موافق	18	58.1	58.1	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يمكن استخدام بطاقات الدفع الالكتروني من إبراء الذمة في أي مكان وزمان.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	3	9.7	9.7	9.7
محايد	4	12.9	12.9	22.6
موافق	12	38.7	38.7	61.3
موافق بشدة	12	38.7	38.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يوفر استخدام بطاقة الدفع الالكتروني الوقت اللازم للذهاب الى المصرف وسحب النقود.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	2	6.5	6.5	6.5
محايد	2	6.5	6.5	12.9
موافق	15	48.4	48.4	61.3
موافق بشدة	12	38.7	38.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

استخدام بطاقة الدفع الالكتروني يخول للعميل تفويض أي شخص يتوبه لسحب أو دفع النقود.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	7	22.6	22.6	22.6
محايد	4	12.9	12.9	35.5
موافق	7	22.6	22.6	58.1
موافق بشدة	13	41.9	41.9	100.0
Total	31	100.0	100.0	

تعتبر بطاقة الدفع الالكتروني بديلا متطورا عن النقود والصكوك.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide محايد	4	12.9	12.9	12.9
موافق	22	71.0	71.0	83.9
موافق بشدة	5	16.1	16.1	100.0
Total	31	100.0	100.0	

مخاطر استخدام بطاقة الدفع الالكتروني قليلة.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	13	41.9	41.9	41.9
موافق	18	58.1	58.1	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يساهم استعمال بطاقة الدفع الالكتروني بالتقليل من التعامل بالفواتير والكمبيالات.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	3	9.7	9.7	9.7
محايد	4	12.9	12.9	22.6
موافق	12	38.7	38.7	61.3
موافق بشدة	12	38.7	38.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

الملاحق

يزيد استخدام بطاقة الدفع الالكتروني من رغبة شراء الأشياء غير الضرورية.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	6.5	6.5
	غير موافق	10	32.3	38.7
	محايد	3	9.7	48.4
	موافق	13	41.9	90.3
	موافق بشدة	3	9.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يقل استعمال بطاقة الدفع الالكتروني من خطر انتشار الأوبئة الناجمة عن اللمس المباشر للنقود الورقية.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	6.5	6.5
	محايد	2	6.5	12.9
	موافق	15	48.4	61.3
	موافق بشدة	12	38.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

تساعد بطاقات الدفع الالكتروني في تقليل العبء على كبار السن للتنقل في ظل ظروف الحجر الصحي مثلا.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	7	22.6	22.6
	محايد	4	12.9	35.5
	موافق	7	22.6	58.1
	موافق بشدة	13	41.9	100.0
Total	31	100.0	100.0	

ميزة التنافسية البنكية

GET

FILE='C:\Users\DJALEL\Desktop\spss amel\
DATASET NAME Jeu_de_données1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES VARIABLES=CA_
_CA2 CA21 البعد_الثاني CA11 CA12 CA13 CA14 الاول البعد_الاول CA1
_CA3 CA31 CA32 CA33 CA34 البعد_الثالث CA22 CA23 CA24
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Remarques

Sortie obtenue	14-SEP-2020 18:16:15
Entrée	Commentaires Données C:\Users\DJALEL\Desktop\spss amel\ Jeu_de_données1 _sav للتحليل spss\Sans titre1 - <sans> <sans> <sans>
Jeu de données actif	31
Filter	
Pondération	
Fichier scindé	
N de lignes dans le fichier de travail	31
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe	FREQUENCIES VARIABLES=CA_ _CA2 CA21 البعد_الثاني CA11 CA12 CA13 CA14 الاول البعد_الاول CA1 _CA3 CA31 CA32 الثالث البعد_الثالث CA22 CA23 CA24 CA33 CA34 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur 00:00:00,03 Temps écoulé 00:00:00,05

الملاحق

Statistiques

	الميزة التنافسية البنكية	البعد الأول : ميزة التميز.	يسعى البنك لتقديم بطاقات دفع الكترونية مستحدثة لكسب عملاء جدد.	يضمن الاعتماد على بطاقات الدفع الالكتروني للعملاء ميزة الحصول على التسهيلات الائتمانية التي يوفرها البنك.	يؤدي ارتفاع عدد حاملي بطاقة الدفع الالكتروني إلى توسيع مجال التجارة الالكترونية.	تم تصميم بطاقة الدفع الالكتروني وفق احتياجات العملاء.	البعد الثاني : ميزة التكاليف.	تعتبر تكلفة الحصول على بطاقات الدفع الالكتروني منخفضة مقارنة بالمصارف الاخرى.	إنّ العمولة التي يأخذها البنك الذي تتعامل معه نتيجة للسحب الألي تعتبر منخفضة بالمقارنة مع البنوك الأخرى.	يؤدي اعتماد البنك لبطاقات الدفع الالكتروني إلى تخفيض المصاريف غير المباشرة.	يقل استخدام بطاقة الدفع الإلكترونية الضغط على عمل موظفي البنك.	البعد الثالث : ميزة الجودة.	يهتم البنك بأراء العملاء حول استحداث بطاقات الدفع الالكترونية الجديدة في ظل الأزمات وانتشار الأوبئة.	يقدم البنك تسهيلات للحصول على بطاقات دفع الكترونية مصلحة خاصة تُعني بصيانة دورية للبطاقات الدفع الالكتروني.	يتواصل البنك بشكل دوري مع العملاء حول البطاقات ويعلمهم بالجديد منها.	
N Valide	0	0	31	31	31	31	0	31	31	31	31	0	31	31	31	31
Manquant	31	31	0	0	0	0	31	0	0	0	0	31	0	0	0	0
Moyenne	2.873	2.78	2.84	2.77	2.67	2.84	3.018	3.16	4.0645	4.1935	3.8387	3.06	2.77	2.84	2.81	3.84
Ecart type	1.060	561.0	1.068	.988	.958	1.157	1.0489	1.186	.96386	.83344	1.21372	1.077	1.023	1.157	1.138	.969
معامل الاختلاف CV	36.90%	37.98%	37.60%	35.66%	35.88%	40.73%	34.75%	1.406	.929	.695	1.473	35.02%	1.047	1.340	1.295	.940

Table de frequencias

الميزة التنافسية البنكية

		Fréquence	Pourcentage
Manquant	Système	31	100.0

البعد الأول: ميزة التميز.

		Fréquence	Pourcentage
Manquant	Système	31	100.0

يسعى البنك لتقديم بطاقات دفع الكترونية مستحدثة لكسب عملاء جدد.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	6	19.4	19.4	19.4
	غير موافق	2	6.5	6.5	25.8
	محايد	14	45.2	45.2	71.0
	موافق	9	29.0	29.0	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

يضمن الاعتماد على بطاقات الدفع الالكتروني للعملاء ميزة الحصول على التسهيلات الائتمانية التي يوفرها البنك.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	5	16.1	16.1	16.1
	غير موافق	4	12.9	12.9	29.0
	محايد	16	51.6	51.6	80.6
	موافق	5	16.1	16.1	96.8
	موافق بشدة	1	3.2	3.2	100.0
Total	31	100.0	100.0		

يؤدي ارتفاع عدد حاملي بطاقة الدفع الالكتروني إلى توسيع مجال التجارة الالكترونية.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	5	16.1	16.1	16.1
	غير موافق	4	12.9	12.9	29.0
	محايد	16	51.6	51.6	80.6
	موافق	5	16.1	16.1	96.8
	موافق بشدة	1	3.2	3.2	100.0
Total	31	100.0	100.0		

تم تصميم بطاقة الدفع الالكتروني وفق احتياجات العملاء.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	6	19.4	19.4	19.4
	غير موافق	3	9.7	9.7	29.0
	محايد	14	45.2	45.2	74.2
	موافق	6	19.4	19.4	93.5
	موافق بشدة	2	6.5	6.5	100.0
Total	31	100.0	100.0		

تعتبر تكلفة الحصول على بطاقات الدفع الالكتروني منخفضة مقارنة بالمصارف الأخرى.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	6.5	6.5	6.5
	غير موافق	10	32.3	32.3	38.7
	محايد	3	9.7	9.7	48.4
	موافق	13	41.9	41.9	90.3
	موافق بشدة	3	9.7	9.7	100.0
Total	31	100.0	100.0		

البعد الثاني: ميزة التكاليف.

		Fréquence	Pourcentage
Manquant	Système	31	100.0

إن العمولة التي يأخذها البنك الذي تتعامل معه نتيجة للسحب الآلي تعتبر منخفضة بالمقارنة مع البنوك الأخرى.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	3	9.7	9.7	9.7
	محايد	4	12.9	12.9	22.6
	موافق	12	38.7	38.7	61.3

الملاحق

موافق بشدة	12	38.7	38.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يؤدي اعتماد البنك لبطاقات الدفع الإلكتروني إلى تخفيض المصاريف غير المباشرة.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	2	6.5	6.5	6.5
محايد	2	6.5	6.5	12.9
موافق	15	48.4	48.4	61.3
موافق بشدة	12	38.7	38.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يقلل استخدام بطاقة الدفع الإلكترونية الضغط على عمل موظفي البنك.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	7	22.6	22.6	22.6
محايد	4	12.9	12.9	35.5
موافق	7	22.6	22.6	58.1
موافق بشدة	13	41.9	41.9	100.0
Total	31	100.0	100.0	

البعد الثالث: ميزة الجودة.

	Fréquence	Pourcentage
Manquant Système	31	100.0

يهتم البنك بأراء العملاء حول استحداث بطاقات الدفع الإلكترونية جديدة ذات جودة عالية.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق بشدة	5	16.1	16.1	16.1
غير موافق	4	12.9	12.9	29.0
محايد	16	51.6	51.6	80.6
موافق	5	16.1	16.1	96.8
موافق بشدة	1	3.2	3.2	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يقدم البنك تسهيلات للحصول على بطاقات دفع الكترونية جديدة في ظل الأزمات وانتشار الأوبئة.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق بشدة	6	19.4	19.4	19.4
غير موافق	3	9.7	9.7	29.0
محايد	14	45.2	45.2	74.2
موافق	6	19.4	19.4	93.5
موافق بشدة	2	6.5	6.5	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يتوفر البنك على مصلحة خاصة تُعنى بصيانة دورية للبطاقات الدفع الإلكتروني.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق بشدة	6	19.4	19.4	19.4
غير موافق	3	9.7	9.7	29.0
محايد	15	48.4	48.4	77.4
موافق	5	16.1	16.1	93.5
موافق بشدة	2	6.5	6.5	100.0
Total	31	100.0	100.0	

يتواصل البنك بشكل دوري مع العملاء حول البطاقات ويعلمهم بالجديد منها.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق	2	6.5	6.5	6.5
محايد	11	35.5	35.5	41.9
موافق	8	25.8	25.8	67.7
موافق بشدة	10	32.3	32.3	100.0
Total	31	100.0	100.0	

الملحق رقم (4) استبيان محكم



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية

التاريخ:

رقم الاستمارة:

الموضوع: استبيان حول :

بطاقات الدفع الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الجزائرية من وجهة نظر العملاء.

السادة المحترمون :

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،

انطلاقا من قناعتنا بدوركم الايجابي في تنمية البحث العلمي، خاصة فيما يتعلق بجانب التعامل مع المصرف الخاص بكم. نحن طالبات

بجامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي- ، بصدد إعداد مذكرة تخرج 'ماستر' في العلوم الاقتصادية، تخصص نقدي وبنكي تحت عنوان:

بطاقات الدفع الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الجزائرية، من وجهة نظر العملاء. ولهذا، نرجو من حضرتكم الإجابة

عن الاستبيان التالي، مع العلم أن المعلومات المقدمة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

أرجوا منكم وضع علامة (X) في خانة الإجابة المقترحة، وذلك بما يتفق مع وجهة نظركم.

1- الجزء الأول: البيانات الشخصية

✓ الجنس

ذكر () أنثى ()

✓ السن

أكثر من 20 الى 29 سنة () من 30 الى 40 سنة () من 41 الى 50 ()

✓ المستوى التعليمي:

شهادة التعليم المتوسط أو أقل () ثانوي ()

جامعي () دراسات عليا ()

✓ اسم البنك المتعامل معه:

بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) () القرض الشعبي الجزائري (CPA) ()

الملاحق

- البنك الوطني الجزائري (BNA) () بنك الجزائر الخارجي (BEA) ()
بنك التنمية المحلية (BDL) () الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP-Banque) ()

سبب اختيار البنك:

- الثقة وسمعة البنك () جودة خدمات البنك ()
لأنه البنك الوحيد أو القريب () لوجود وسيط ()

✓ سنوات التعامل ببطاقة الدفع الإلكتروني:

- لا أتعامل بها مطلقا أقل من 5 سنوات () من 6 إلى 10 سنوات ()
أكثر من 10 سنوات () .

✓ المهنة:

- موظف () عامل يومي ()
صاحب مؤسسة () تاجر ()
أخرى () .

2- الجزء الثاني: محاور الدراسة

أولا: بطاقات الدفع الإلكتروني

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
					1- بطاقة الدفع الإلكتروني أسرع في سحب الأموال من التعامل التقليدي .
					2- يضمن استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني عدم سرقة النقود.
					3- يمكن استخدام البطاقة الدفع الإلكتروني كحافظة ذكية للنقود.
					4- يمكن استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني من إبراء الذمة في أي مكان وزمان.
					5- يوفر استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني الوقت اللازم للذهاب الى المصرف وسحب النقود.
					6- استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني يخول للعميل تفويض أي شخص ينوبه لسحب أو دفع النقود.
					7- تعتبر بطاقة الدفع الإلكتروني بديلا متطورا عن النقود والصكوك.
					8- مخاطر استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني قليلة.
					9- يزيد استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني من رغبة شراء الأشياء غير الضرورية.
					10- يساهم استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني بالتقليل من التعامل بالفواتير والكمبيالات.
					11- يقلل استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني من خطر انتشار الأوبئة الناجمة عن اللمس المباشر للنقود الورقية.
					12- تساعد بطاقات الدفع الإلكتروني في تقليل العبء على كبار السن للتنقل في ظل ظروف الحجر الصحي مثلا.

الملاحق

عبارات قياس إستعمال بطاقات الدفع الإلكتروني.....

ثانيا: ميزة التنافسية المصرفية.

أبعاد الميزة التنافسية المصرفية وعبارات القياس: جمعنا كل من: ميزة التكاليف، ميزة التميز، ميزة الجودة.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبرة
البعد الأول: ميزة التميز					
					1-يسعى البنك لتقديم بطاقات دفع الكترونية مستحدثة لكسب عملاء جدد.
					2- يضمن الاعتماد على بطاقات الدفع الالكتروني للعملاء ميزة الحصول على التسهيلات الائتمانية التي يوفرها البنك.
					3- يؤدي ارتفاع عدد حاملي بطاقة الدفع الالكتروني إلى توسيع مجال التجارة الالكترونية.
					4- تم تصميم بطاقة الدفع الالكتروني وفق احتياجات العملاء
البعد الثاني: ميزة التكاليف					
					5- تعتبر تكلفة الحصول على بطاقات الدفع الالكتروني منخفضة مقارنة بالمصارف الاخرى.
					6- إنَّ العمولة التي يأخذها البنك الذي تتعامل معه نتيجة للسحب الآلي تعتبر منخفضة بالمقارنة مع البنوك الأخرى.
					7- يؤدي اعتماد البنك لبطاقات الدفع الالكتروني إلى تخفيض المصاريف غير المباشرة.
					8- يقلل استخدام بطاقة الدفع الإلكترونية الضغط على عمل موظفي البنك.
البعد الثالث: ميزة الجودة.					
					9- يهتم البنك بأراء العملاء حول استحداث بطاقات الدفع الالكترونية جديدة ذات جودة عالية.
					10- يقدم البنك تسهيلات للحصول على بطاقات دفع الكترونية جديدة في ظل الأزمات وانتشار الأوبئة.
					11- يتوفر البنك على مصلحة خاصة تُعني بصيانة دورية للبطاقات الدفع الالكتروني.
					12- يتواصل البنك بشكل دوري مع العملاء حول البطاقات ويعلمهم بالجديد منها.

الملحق رقم(5) قائمة المحكمين

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتساب
01	استاذ محاضر -أ-	كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار-عنابة.
02	استاذة محاضرة -أ-	كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار-عنابة.
03	استاذة محاضرة -أ-	كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي.
04	استاذة محاضرة -أ-	كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي.
05	استاذ	كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشهيد حمة لخضر -الوادي.