



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

دور المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية
دراسة حالة مديرية بريد الجزائري وكالة الوادي

تحت إشراف الأستاذ:

- د. عيشوش محمد الحافظ

إعداد الطلبة:

- محمد بجلي

- همام بوصبيح صالح

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. عازب أحمد الشيخ	أستاذ محاضر	جامعة الوادي	رئيسا
د. عيشوش محمد الحافظ	أستاذ محاضر	جامعة الوادي	مشرفا ومقررا
د. مديني عثمان	أستاذ محاضر	جامعة الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مكتبة

الإهداء

إلى أعم الناس الوالدين الكريمن.

إلى الأخوة والأخوات.

إلى جميع الأصدقاء في المشوار الدراسي.

إلى أساتذتي وأهل الفضل عليا الذين غمرونا بالحب والتقدير والنصيحة

والتوجيه والإرشاد

إلى كل هؤلاء نهدي هذا العمل المتواضع سائلين الله العلي القدير أن ينفعنا

ويمدنا بتوفيقه.

الطالبة.

الشكر والعرفان

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة

وأعاننا على أداء هذا الواجب

ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من

بعيد على إنجاز هذا العمل وفي تذليل ما وجهناه من صعوبات،

ونخص بالذكر الأستاذ المشرف: الدكتور "عيشوش محمد الحافظ"

الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة

التي كانت عوناً لنا في إتمام هذه المذكرة.

الطالبة.

الملخص

تهدف الدراسة إلى الوقوف على دور المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط المؤسسة في وحدة البريد الولائية لولاية الوادي، حيث تم توزيع استبيان على عينة من العمال والتي قدرت بـ 70 عامل، وتم تحليل البيانات المتحصل عليها باستخدام برنامج الحزمات الاجتماعية الـSPSS، حيث تم اعتماد المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى نتائج من بينها، أن المعاملات الالكترونية لها دور كبير في تحسين نشاط المؤسسة خاصة خدماتها المالية الالكترونية التي تقدمها المؤسسة لتحقيق أهدافها واكتساب مكانتها في السوق.

الكلمات المفتاحية: المعاملات الالكترونية، نشاط المؤسسة، الخدمات المالية.

Abstract

The study aims to identify the role of electronic transactions in developing the institution's activity in the state postal unit of the state of El Oued. A questionnaire was distributed to a sample of workers, estimated at 70 workers, and the data obtained were analyzed using the SPSS social packages program, where the descriptive approach was adopted. The study reached results, including that electronic transactions have a significant role in improving the institution's activity, especially its electronic financial services that the institution provides to achieve its goals and gain its position in the market.

Keywords: Electronic transactions, corporate activity, financial services.

الفهارس

فهرس المحتويات

الإهداء	
الشكر والعرفان	
الملخص	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
فهرس الملاحق	
مقدمة	أ

الفصل الأول: المعاملات الالكترونية في ظل التكنولوجيا

تمهيد	6
المبحث الاول: أساسيات حول الانظمة الالكترونية والتسويق الخدمي	7
المطلب الأول: مفهوم الانظمة الالكترونية	7
المطلب الثاني: التسويق الخدمي	11
المطلب الثالث: فعالية التسويق الالكتروني في المؤسسة الخدمية	15
المبحث الثاني: الاطار القانوني والتنظيمي في الجزائر حول المعاملات الالكترونية	16
المطلب الاول: المعاملات الالكترونية	16
المطلب الثاني: الاطار القانوني للمعاملات الالكترونية	18
المطلب الثالث: نطاق ومجال تطبيق القانون 05-18	18
المبحث الثالث: ماهية المعاملات الالكترونية في الجزائر	20
المطلب الاول: شروط ممارسة التجارة الالكترونية	20
المطلب الثاني: مكونات التجارة الالكترونية في الجزائر	20
المطلب الثالث: أسس التجارة إلكترونية في الجزائر	21
خلاصة الفصل	23

الفصل الثاني: الاطار النظري حول نشاط الخدمات المالية الالكترونية

تمهيد	25
المبحث الاول: مفاهيم حول الخدمات المالية	26
المطلب الاول: تعريف الخدمات المالية وخصائصها	26
المطلب الثاني: أنواع الخدمات المالية	29
المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المالية	30
المبحث الثاني: الخدمات المالية الالكترونية	31
المطلب الاول: مفهوم وخصائص الخدمة المالية الالكترونية	31
المطلب الثاني: قنوات تقديم الخدمات المالية الالكترونية	32

34.....	المطلب الثالث: أنواع الخدمات المالية الالكترونية
35.....	المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تحسين نشاط المؤسسة
35.....	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية
36.....	المطلب الثاني: أهمية وأنواع وسائل الدفع الالكترونية
38.....	المطلب الثالث: تقييم وسائل الدفع الالكترونية في تحسين نشاط المؤسسة
39.....	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية في وحدة البريد الولائية لولاية الوادي	
41.....	تمهيد
42.....	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة
42.....	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
44.....	المطلب الثاني: المنهج والأدوات المستخدمة
46.....	المبحث الثاني: نتائج الاستبيان ومناقشتها
46.....	المطلب الأول: عرض الخصائص العامة لعينة الدراسة
47.....	المطلب الثاني: عرض ومناقشة نتائج الاستبيان
72.....	خلاصة الفصل
73.....	الخاتمة
77.....	قائمة المراجع
82.....	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
43	النتائج الإحصائية للاستثمارات الاستبيان الموزعة	(01-03)
49	عرض نتائج التحليل الوصفي لبعء انظمة الدفع الالكتروني	(02-03)
50	عرض نتائج التحليل الوصفي لبعء منصات البيع والشراء الالكتروني	(03-03)
51	عرض نتائج التحليل الوصفي لبعء سرعة تنفيذ المعاملات	(04-03)
53	عرض نتائج التحليل الوصفي لبعء البنية التحتية الرقمية	(05-03)
54	عرض نتائج التحليل الوصفي لبعء البنية التحتية الرقمية	(06-03)
54	ترجمة لأبعاد المعاملات الإلكترونية	(07-03)
56	عرض نتائج التحليل الوصفي لبعء تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية (التابع)	(08-03)
57	ترجمة تتضمن فقرات متغير نشاط المؤسسة	(09-03)
59	معلمات النموذج المقدر	(10-03)
60	المؤشرات القياسية للنموذج المقدر	(11-03)
61	معلمات النموذج المقدر	(12-03)
62	المؤشرات القياسية للنموذج المقدر	(13-03)
63	معلمات النموذج المقدر	(14-03)
64	المؤشرات القياسية للنموذج المقدر	(15-03)
65	عرض نتائج اختبار فرضية العلاقة بين سرعة تنفيذ المعاملات الإلكتروني على نشاط المؤسسة الاقتصادية	(16-03)
67	هل فكرت بتحليل تأثير متغيرات أخرى مثل عدد المعاملات اليومية أو نسبة التحول الرقمي داخل المؤسسة؟	(17-03)
68	عرض نتائج اختبار فرضية العلاقة بين البنية التحتية الرقمية الإلكتروني على نشاط المؤسسة الاقتصادية	(18-03)
69	العلاقة بين البنية التحتية الرقمية الإلكتروني على نشاط المؤسسة الاقتصادية	(19-03)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
26	مضامين سمة اللامللموسية	(01-02)
41	النتائج الإحصائية للاستثمارات الاستتيان الموزعة	(01-03)
55	ترتيب ابعاد المعاملات الالكترونية	(02-03)
58	ترتيب فقرات متغير نشاط المؤسسة الاقتصادية	(03-03)

فهرس الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
82	استمارة الاستبيان	01
84	مخرجات التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة	02

مقدمة

مع التطورات السريعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبح العالم يشهد تغيرات سريعة ومتتالية في مختلف مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية، والتي اثرت بدورها في كافة مناحي الحياة مما نتج منها تقدم ملحوظ في الكفاءة والفاعلية للعمليات الإدارية والإنتاجية لذا ازدادت الحاجة إلى توظيف الأنظمة الإلكترونية لإدارة أعمال ومهام المنظمات بسرعة وكفاءة عالية خاصة أننا نعيش في عصر المعلومات، والتي بدورها لا يمكن أن تتحقق الرقابة الفعالة والصحيحة لأداء المنظمة.

كما ساعد ظهور الإنترنت على ظهور تجارة جديدة تتم عبر شبكة الانترنت تسمى التجارة الإلكترونية والتي استوجبت بدورها إحلال المعاملات التقليدية عمليات تكنولوجيا حديثة تعرف بالمعاملات الإلكترونية، والتي ساهم ظهورها في اختصار الوقت والجهد والمسافة والرفع والتقليل من المعاملات الورقية في التعاملات خاصة في قطاع الخدمات المالية على عكس الأسلوب التقليدي الذي يتميز بكثرة الأوراق والتعقيدات البيروقراطية.

ويعد قطاع الخدمات المالية من أكثر القطاعات توثرا بالعمولة والتي تتجلى سماتها في التطورات والتحويلات النموذجية التي يشهدها هذا القطاع، فصناعة الخدمات المالية تركز قسما كبيرا من عملياتها على التكنولوجيا، أي بناء واستخدام أنظمة مالية متطورة جدا تسير التطورات التقنية في القرن الواحد والعشرين حيث يرتبط نجاح المؤسسات المالية بمدى قدرتها على اتباع نظم عمل حديثة واعتماد التكنولوجيا للمصرفية والعمل على إدارتها بالشكل الذي يحسن من خدماتها.

تسعى الجزائر لمواكبة هذه التطورات الحاصلة في قطاع الخدمات المالية بهدف ترقية والحسين الخدمات المقدمة للأفراد حيث أصبحت تعتمد على أساليب وإجراءات متطورة تقوم على استخدام التطبيقات الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية الحديثة بهدف عصنة خدماتها بالاعتماد على شبكة الإنترنت والتحول التدريجي من الأنشطة التقليدية إلى الإلكترونية.

الاشكالية الرئيسية:

ومن خلال ما سبق ولتحديد الدور الذي تلعبه المعاملات الإلكترونية في تطوير نشاط المؤسسة عامة ووحدة البريد الولائية لولاية الوادي خاصة ارتأينا إلى طرح التساؤل التالي: فيما يتمثل دور المعاملات الإلكترونية في تطوير نشاط وحدة البريد الولائية لولاية الوادي.؟

الاشكاليات الفرعية:

ولتبسيط دراسة التساؤل الرئيسي قمنا بتقسيمه لتساؤلات فرعية تمثلت في:

– الى اي مدى تؤثر المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط وحدة البريد الولائية لولاية الوادي.؟

فرضيات الدراسة:

ولدراسة التساؤل الرئيسي والتساؤل الفرعية قمنا بطرح فرضيات مساعدة في ذلك تمثلت في:

- الفرضية الرئيسية: يوجد اثر معنوي للمعاملات الإلكترونية على تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية.
- الفرضيات الفرعية:

– يوجد اثر معنوي لأنظمة الدفع الالكتروني على تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية.

– يوجد اثر معنوي لمنصات البيع والشراء الالكتروني على تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية.

– يوجد اثر معنوي لسرعة تنفيذ المعاملات الالكترونية على تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية.

– يوجد اثر معنوي للبنية التحتية الرقمية الالكترونية على تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

– البحث في دور المعاملات الالكترونية والنشاطات المالية الالكترونية وغير الالكترونية التي تقدمها المؤسسات في تحقيق الأداء المتفوق والسعي المتواصل في ابتكار أساليب وطرق جديدة تسمح بالتطور والتحسين للمؤسسات.

– البحث في دور للمعاملات الالكترونية من مدلولات اقتصادية واجتماعية وفكرية وتكنولوجية في تطوير نشاط مؤسسات الأعمال ودفعها نحو تحقيق فعالية في مجالها، فهذا بما يشكل دافعا قويا للتعرف على هذه المعاملات والدور الذي تلعبه في تحسين وتطوير نشاط المؤسسات.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الاهداف والتي تذكرها فيما يلي:

– عرض لمختلف المعاملات الالكترونية ووسائل دفعها، التعرف على النشاطات والخدمات الالكترونية التي تقدمها المؤسسات.

– توضيح وتحليل نموذج المعاملات الالكترونية باعتبارها مدخل حديث ومهم باتت المؤسسات تعتمد عليه في تقديم خدماتها الالكترونية لمواكبة التطورات الاقتصادية الحاصلة في العالم.

– ابراز دور المعاملات الالكترونية في النشاط المالي في وحدة البريد الولائية لولاية الوادي.

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

- الرغبة الشخصية في القيام بهذا البحث وميولنا التابع في فهم متغيرات هذا الموضوع.
- البحث المستمر في مواضيع الساعة والتي يعتبر موضوع المعاملات الالكترونية من ضمنها.
- محاولة تبيان وتوضيح الخطوات العلمية والعملية الواجب إتباعها في المعاملات الالكترونية وتداخلها ونشاط المؤسسة.

- الوعي بضرورة تطبيق المعاملات الالكترونية باعتبارها من الحلول المناسبة لدعم تنافسية المؤسسات من خلال تطوير نشاطها.

الحدود الزمانية والمكانية للدراسة:

وتنقسم حدود الدراسة إلى:

الحدود المكانية: تمثلت في الدراسة الميدانية على مستوى وحدة البريد الولائية لولاية الوادي.

الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة خلال الفترة 15 مارس 2025 إلى 01 افريل 2025، إذ تضمن هذه الفترة:

- جمع البيانات الخاصة بوحدة البريد الولائية لولاية الوادي.
 - بناء الاستبيان الموجه للأفراد العاملين بوحدة البريد الولائية لولاية الوادي التطبيق الميداني للاستبيان.
- الحدود الموضوعية:** دراسة دور المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط المؤسسة عامة ونشاط مديرية بريد الجزائر وكالة الوادي خاصة.

منهج الدراسة:

حتى تتمكن من معالجة مشكلة الدراسة المطروحة بالأسلوب المناسب وإثبات صحة الفرضيات تم الاعتماد على:

المنهج الوصفي في الجانب النظري لما تفتضيه طبيعة الدراسة القائمة، من خلال وصف الظاهرة المراد بحثها وتحديد العلاقة بين متغيراتها.

أم في الجانب التطبيقي تم الاعتماد على المنهج التحليلي الإحصائي وذلك من خلال استعمال أداة الاستبيان والاعتماد على طريقة المعاينة التي تمكننا من الحصول على عدد من البيانات المتعلقة بالدراسة وتحليل النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

هيكل الدراسة:

قسمت الدراسة إلى فصلين أساسيين سبقا بمقدمة عامة لموضوع الدراسة والتي تتكون من العناصر المنهجية التي تم اتباعها في هذه الدراسة، وقد جاءت فصول الدراسة كما يلي:

الفصل الأول والذي عنون بالمعاملات التكنولوجية في ظل التكنولوجيا، والمتكون بدوره من ثلاث مباحث جاءت كالتالي: مفهوم الانظمة الالكترونية، الاطار القانوني والتنظيمي في الجزائر حول المعاملات الالكترونية، ماهية المعاملات الالكترونية في الجزائر.

أما **الفصل الثاني** كان بعنوان نشاط الخدمات المالية الالكترونية، والذي يضم كذلك ثلاث مباحث جاءت كما يلي: المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الخدمات المالية، المبحث الثاني: الخدمات المالية الالكترونية، المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تحسين نشاط المؤسسة.

في حين جاء **الفصل الثالث** متمثلا في الدراسة الميدانية التي كانت على مستوى الوحدة البريد الولائية ولاية الوادي، الذي يضم كذلك مبحثين حيث خصص الاول للطريقة والادوات المستخدمة، في حين عنون المبحث الثاني بنتائج الاستبيان ومناقشتها.

واختتمت الدراسة بخاتمة عامة تحمل مختلف النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة.

الفصل الأول:

المعاملات الالكترونية في ظل التكنولوجيا

تمهيد

مع ظهور الإنترنت والتطورات الحاصلة في هذا المجال أدى إلى على ظهور معاملات جديدة تتم عبر الشبكات تسمى " بالمعاملات الإلكترونية " والتي استوجبت بدورها إحلال المعاملات التقليدية بتقنيات تكنولوجية حديثة، والتي ساهم ظهورها في اختصار الوقت والجهد والمسافة ورفع والتقليل من الورقية في التعاملات خاصة في قطاع الخدمات المالية على عكس الأسلوب التقليدي الذي يتميز بكثرة الأوراق والتعقيدات البيروقراطية، ولمواكبة هذه التطورات تسعى السلطات الجزائرية لترقية وتحسين الخدمات المقدمة للأفراد حيث أصبحت تعتمد على أساليب وإجراءات متطورة تقوم على استخدام التطبيقات الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية الحديثة بهدف عصنة خدماتها بالاعتماد على شبكة الإنترنت والتحول التدريجي من الأنشطة التقليدية إلى الإلكترونية. نقوم من خلال هذا الفصل بالتعرف على مختلف الجوانب المفاهيمية من خلال:

المبحث الأول: أساسيات حول الانظمة الإلكترونية والتسويق الخدمي

المبحث الثاني: الاطار القانوني والتنظيمي في الجزائر حول المعاملات الإلكترونية

المبحث الثالث: ماهية المعاملات الإلكترونية في الجزائر.

المبحث الاول: أساسيات حول الانظمة الالكترونية والتسويق الخدمي

تطورت الانظمة بتطور التكنولوجيا وأنظمة المعلومات في العالم، فظهرت الانظمة الالكترونية التي تداخلت في العديد من الانشطة لما لها من خصائص تميزها عن الانظمة التقليدية والتي تساعد في الانشطة المختلفة خاصة التسويقية منها، نقوم من خلال هذا المبحث بالتعرف على كل منها على حدى.

المطلب الأول: مفهوم الانظمة الالكترونية

أسهم التقدم التكنولوجي الحديث في تطوير أساليب العمل الإداري التي توفر للمناخ الإداري الفعال، كل ذلك فرض على المؤسسات التحول من الأساليب التقليدية في إنجاز الأعمال إلى الأساليب الإلكترونية التي تتعرف عليها من خلال هذا المطلب.

أولاً: تعريف الانظمة الالكترونية

الأنظمة الإلكترونية هي التي عمادها استخدام الحواسيب وشبكات الأنترنت والإكسترنات والإنترنت التي توفر المواقع الإلكترونية المختلفة لدعم و تعزيز الحصول على المعلومات والخدمات وتوصيلها للمواطنين والمؤسسات والأعمال في المجتمع بشفافية وكفاءة وبعداة عالية¹.

النظام الإلكتروني: هو نظام تشترك فيه كل من النظم الفرعية الوظيفية في قاعدة البيانات السليوجرافية بحيث تتم أية وظيفة على الملف البيلوجرافي الرئيسي، وبعبارة أخرى أنه يتيح الاستخدامات المختلفة لقاعدة أو قواعد البيانات المتاحة على النظام في نفس الوقت مثل: معالجة أو تحرير أو إضافة أو تعديل أو استرجاع البيانات لأي من قواعد البيانات المتاحة، وبالتالي إتاحتها للأقسام المختلفة بالمكتبة ومركز المعلومات، بالإضافة إلى إمكانية قيام النظام بمعظم الوظائف المرتبطة بالجوانب الإدارية والمالية التي ترتبط بدورها بالعمليات الفنية والخدمات بالمكتبات ومراكز المعلومات².

وتعرف على أنها: الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة إلى إجراءات مكتبية ثم معالجتها حسب خطوات متسلسلة منفذة مسبقاً³.

¹ سحر قدوري، الإدارة الإلكترونية وامكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة مجلة منصور، العدد 14، 2016، ص 1.

² جمال صلاح إمام، الانظمة الالكترونية (مفهومها، اقسامها، أساليب اقتنائها، نظام المستقبل)، مذكرة للحصول على شهادة ماجستير، تخصص الوثائق والمكتبات، جامعة الازهر الشريف، مصر، 2017، ص 8.

³ علاء عبد الرزاق السالمي، السليطي، الإدارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص 32.

وتعرف بأنها: نظم تعتمد فيها المؤسسات على الوسائل الإلكترونية في معاملاتها اليومية والتواصل مع العاملين والمستفيدين من خدماتها، لتسهيل الأعمال الإدارية بما يتلاءم مع التطور التكنولوجي¹.

من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن النظم (الأنظمة) الإلكترونية هي المعاملات التي تستغني على الورق وتحتاج إلى الانترنت لإتمام عملها، وتتم باللجوء إلى أجهزة النظم المعلوماتية بشتى أنواعها.

ثانياً: خصائص الأنظمة الإلكترونية

ان مسار التغيير من أسلوب الإدارة التقليدي إلى الأسلوب الحضاري للإدارة اعتمد على استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال مما جعل الإدارة الإلكترونية تتميز بعدة خصائص نسردها فيما يلي²:

- زيادة الإتقان: تمثل آلية عصرية في عملية التطور الإداري وذلك باحتوائها على مزايا المعالجة الفورية للطلبات والدقة والوضوح التام في الإنجاز؛

- تبسيط الإجراءات: أمام الحاجة للعصرنة الإدارية عملت معظم الإدارات على إدخال تكنولوجيا المعلومات إلى مصالحتها، لما لها من إمكانيات في تلبية حاجات المواطنين، وتسريع وتبسيط الأنشطة؛

- تخفيض التكاليف: إذا كانت الإدارة الإلكترونية تحتاج في البداية إلى إمكانيات مادية كبيرة بهدف دعم عملية التحول، فإن انتهاز نموذج المنظمات الإلكترونية بعد ذلك سيوفر ميزانيات مالية ضخمة، بحيث لم تعد الضرورة في تلك المراحل لليد العاملة ذات العدد الكبير؛

- تحقيق الشفافية: فالشفافية الكاملة داخل المنظمات الإلكترونية هي محصلة لوجود الرقابة الإلكترونية، حيث تعرف بأنها إتاحة كل المعلومات وسهولة تبادلها لكافة المؤسسات ولجميع الأطراف، وأن تكون الحسابات العامة متاحة بصورة مباشرة وأن تتوفر معلومات كافية وشاملة ومنظمة عن عمل المؤسسة لكي يسهل رقابتها ومتابعتها.

ثالثاً: عناصر الأنظمة الإلكترونية

تتكون من أربعة عناصر هي³:

- **عتاد الحاسوب hardware Computer**: وهو كل ما يتعلق بأجهزة الحاسوب وملحقاتها؛

- **البرمجيات Software**: هي مجموعة البرامج المستخدمة لتشغيل جهاز الحاسب الآلي؛

¹ العيسى ايناس، إدارة الإدارة مدخل إلى إدارة التغيير وإدارة الجودة الشاملة والإدارة الإلكترونية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2021، ص 103.

² فوندو عبد اللطيف، عمر نصر الدين، أثر استخدام الأنظمة الإلكترونية الحديثة على الفحص الضريبي -دراسة آراء عينة من موظفي مديرية الضرائب المسيلة -، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص محاسبة وتدقيق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2021/2022، ص 12.

³ وصيف فائزة خير الدين، زهواني رضا، أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية في تسهيل مهام موظفي الإدارة الضريبية -دراسة حالة المديرية العامة للضرائب الوادي، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 23، العدد 01، 2023، ص 369، 370.

- الشبكات **Networks**: وتمثل في الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الإنترنت، الإكسترنات، وشبكة الإنترنت التي تمثل شبكة القيمة للمؤسسة وإدارتها الإلكترونية؛
- صناع المعرفة **makers Knowledge**: وهو العنصر الأهم في الإدارة الإلكترونية من القيادات الرقمية، والمديون، والمحللون للموارد المعرفية ورأس المال الفكري في المؤسسة.

رابعاً: وظائف الانظمة الالكترونية

للأنظمة الإلكترونية مجموعة من الوظائف الأساسية شملت ما يلي¹:

1. التخطيط الالكتروني: قد لا يتضح تأثير الإدارة الإلكترونية على وظيفة التخطيط من حيث التحديد العام، حيث أن التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني، يهدف كل منهما إلى وضع الأهداف وتحديد وسائل تحقيقها، إلا أن التأثيرات الأساسية، يمكن أن ترد في ثلاثة مجالات، وهي: إن التخطيط الإلكتروني هو عملية ديناميكية في اتجاه الأهداف الواسعة والمرنة، والقابلة للتجديد والتطوير المستمر، خلافاً للتخطيط التقليدي الذي يحدد الأهداف من أجل تنفيذها في سنوات قادمة، وعادة ما يؤثر تغيير الأهداف سلباً على كفاية التخطيط. إن فكرة تقسيم العمل الإداري التقليدي بين إدارة التخطيط والقائمين بأعمال التنفيذ، يتم تجاوزها في ظل الإدارة الإلكترونية، فجميع العاملين يساهموا بالتخطيط الإلكتروني مع كل فكرة تنشأ في كل موقع، وفي كل وقت لكي تتحول إلى فرصة عمل، والتخطيط التقليدي في جوهره تخطيط من أعلى إلى أسفل، في حين أن التخطيط الإلكتروني هو تخطيط أفقي في إطاره العام، ومتداخل بشكل كبير بين الإدارة والعاملين.

2. التنظيم الالكتروني: لقد انصب جوهر التطور الحقيقي في مجال الإدارة في وظيفة التنظيم هو الأكثر ارتباطاً بالمكان من حيث الهيكل التنظيمي من أي وظيفة أخرى من وظائف الإدارة، والتنظيم هو ترتيب الأنشطة بطريقة تساهم في تحقيق الأهداف المحددة للمؤسسة، وهو الذي يعطي للمؤسسة شخصيتها وميزتها الإدارية، وهذا ما يظهر من خلال المكونات الأساسية للتنظيم والتي تتمثل بالهيكل التنظيمي باعتباره الإطار الرسمي الذي يحدد كيفية تقسيم المهام والموارد وتجميعها في أقسام وإدارات المؤسسة، والتنسيق بينها لتحقيق أهدافها؛ إضافة إلى التقسيم الإداري وهو قاعدة تجميع المراكز للمؤسسة وعلى الإدارة وجميع العاملين فيها الالتزام به في التوجيه وإنجاز الأعمال حسب المتطلبات الوظيفية لذلك، وسلسلة الأوامر والتي تمثل خط السلطة المستمرة الذي يمتد من المستويات العليا في التنظيم إلى المستويات الدنيا في التنظيم، والرسمية والتي تشير إلى مجموعة من اللوائح والسياسات والقواعد والإجراءات المكتوبة التي توجه العاملين وتحدد طريقة استجابتهم في تأدية أعمالهم، وأخيراً

¹ خليفة مصطفى أبو عاشور، ديانا جميل النمري، مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة البرموك من وجهة نظر الهيئة التدريسية والإداريين، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، المجلد 9، العدد 02، 2013، ص 199، 200.

المركزية واللامركزية؛ حيث تشير المركزية إلى تركيز اتخاذ القرارات في المستويات العليا للتنظيم، وأما اللامركزية فهي إعادة توزيع القرارات بشكل يجعلها أكثر اقتراباً من المستويات التنظيمية الدنيا.

3. التنفيذ الالكتروني: تشير عملية التنفيذ الالكتروني إلى ما سيتم تأديته من أعمال ومهام تم التخطيط لها مسبقاً، بالإضافة إلى تنظيم تنفيذها وفقاً لأسس عملية محددة وواضحة، وبالتالي فإن عملية التنفيذ تؤكد الدقة والوضوح في تطبيق ما تم التخطيط له. وتصدر الإشارة إلى أن عملية التنفيذ يتم متابعتها بشكل مباشر وفوري، وهذا ما يميز التنفيذ الالكتروني عن الجوانب التقليدية في التنفيذ ضمن الإدارة الاعتيادية، فأى خلل في عملية التنفيذ الالكتروني يتم معرفته بصورة مباشرة، وليس بعد انتهاء عملية التنفيذ، وهذا ما يعطي فرصة أفضل ومستوى تطبيق أعلى لعمليات التنفيذ الالكتروني، كما أن عملية التنفيذ الالكتروني تسهم في توفير البيانات لدى جميع الأطراف المستفيدة، والتخلص من النظام البيروقراطي في تنفيذ وانجاز المعاملات، بالإضافة إلى الاستجابة لجميع المستحقات بشكل فوري ومباشر، وهذا ما يحقق مبدأ الجودة الشاملة في العمل الإداري، وذلك من خلال الشفافية والمرونة والسرعة في تقديم الخدمات.

4. الرقابة والتقويم الالكتروني: إن من أبرز الخصائص التي تميزت بها الرقابة التقليدية هي أنها رقابة موجهة للماضي حيث تأتي بعد التخطيط والتنفيذ، وتمثل الرقابة مقابلة بين التخطيط والتنفيذ، ومن ثم تحديد الانحراف، وأسبابه، واتخاذ القرارات والإجراءات للتصحيح، وفي الرقابة التقليدية، لا يكون من الممكن انجاز التصحيح فوراً، ويرجع ذلك إلى أن الرقابة تتم في العادة بصفة دورية، كما أن نظام التقارير القائم على جمع البيانات والمعلومات من جهات متعددة، ومن ثم جدولتها وتحليلها، وكتابة التقرير النهائي الذي يرفع للإدارة العليا، كل ذلك يجعل التاريخ الذي يقدم فيه التقرير متأخراً كثيراً عن التاريخ الذي يتحدث عنه مضمون التقرير، أما الرقابة الالكترونية التي تعتمد على تقنية المعلومات الإدارية فإنها أصبحت أكثر قدرة على معرفة المتغيرات الخاصة بالتنفيذ أولاً بأول وبالوقت الحقيقي، فالمعلومات التي تسجل فور التنفيذ تكون لدى المدير¹.

¹ خليفة مصطفى أبو عاشور، ديانا جميل النمري، المرجع السابق، ص 201.

المطلب الثاني: التسويق الخدمي

وفيما لي سوف نقوم بإعطاء لمحة حول التسويق الخدمي من خلال التطرق لمفهومه وذكر بعض من العناصر المفاهيمية المتعلقة به.

أولاً: تعريف التسويق الخدمي

يعتبر تسويق الخدمات بأنه مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تقوم بتوجيه انسياب الخدمات من المنظمات إلى العملاء في إطار ما يسمى سوق الخدمات وذلك من خلال مزيج تسويقي متكامل، يحقق أهداف المنظمة والعملاء معاً، حيث أن الممارسات التسويقية في القطاع الخدمي لم يتم إلا من وقت قريب وعلى الرغم من النمو السريع لهذا القطاع بأشكاله المختلفة، إلا أن ما كان يعتمد عليه لا يتعدى بعض الأساليب والممارسات التسويقية المحدودة والمستندة أساساً على مفهوم تسويق السلع الملموسة، هذه الممارسات كانت قاصرة النظر في تلبية خصوصية تسويق الخدمات وبالتالي معالجة المشاكل التي تعززها هذه الخصوصية، إن النظرة الضيقة لدى المسوقين التقليديين كانت في الماضي القريب على مفهوم التسويق ونظرياته المستخدمة في تسويق السلع قادرة على معالجة المشاكل المتعلقة بخصوصية الخدمة وبالتالي ليس من الضروري وضع فلسفة تسويقية خاصة بالخدمات، إلا أن هذه النظرية بدأت تأخذ اتجاهات جديدة ومختلفة مما أدى إلى نشوء نظرة جديدة وخاصة في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات من القرن الماضي وذلك لتنامي قطاع الخدمات بسرعة كبيرة ومساهمته الفعالة في الناتج المحلي الإجمالي للبلد والاقتصاد العالمي واهتمام الكثير من الباحثين بمفهوم الخدمة والمضامين التي تميزها عن السلع المادية¹.

ويعرف التسويق الخدمي على أنه:

منظومة من الأنشطة المتكاملة والبحوث المستمرة التي يشترك فيها كل العاملين في المنشأة وتخص بإدارة مزيج تسويقي متكامل ومستمر من خلال بناء والحفاظ على تدعيم علاقات مستمرة ومرجحة مع العملاء، هدف إلى تحقيق انطباع إيجابي في الأجل الطويل والهدف إلى تحقيق المنافع والوعود متبادلة لكل أطراف تلك العلاقات². ويمكن أن نعرف التسويق في مجال الخدمات، على أنه منظومة من الأنشطة المتكاملة والبحوث المستمرة التي يشترك فيها كل العاملين في المنشأة، وتختص بإدارة مزيج تسويقي متكامل ومستمر، من خلال البناء والحفاظ وتدعيم علاقات مستمرة ومرجحة مع العملاء، بهدف تحقيق انطباع إيجابي في الأجل الطويل، وتحقيق منافع ووعود متبادلة لكل أطراف تلك العلاقات³.

¹ محمودي أحمد، محاضرات في مدخل للخدمات، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسيمسيلات، 2020/2019، ص ص 49، 50.

² بلقاسم شهر زاد، دور التسويق الخدمي في تحسين جودة الخدمة -دراسة حالة وكالة اتصالات الجزائر لولاية مستغام-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغام، 2017/2016، ص 33.

³ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 185.

كما يمكن تعريفه على أنه تطبيق لفلسفة التسويق في قطاع الخدمات، مع المراعاة لخصائص وطرق الإنتاج والأساليب المميزة للخدمات عن السلع، بما يخدم مصالح المؤسسة الخدمية¹.

من خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف التسويق الخدمي على أنه مجموعة من الأنشطة التي تتكامل فيما بينها، لتحقيق أهداف المؤسسات الخدمية وتوصيل منتجاتها إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين.

ثانياً: أهمية تسويق الخدمات

تكتسب هذه العملية بأهمية بالغة في نشاط المؤسسة، نذكر من بينها ما يلي²:

- تسويق الخدمات أصبح أمر مهم للغاية فمن خلاله يتمكن العميل من التعرف على الخدمة التي سيحصل عليها.
- كما أن تسويق الخدمات يعمل على تعزيز العلاقة القائمة بين مقدمي الخدمة والعملاء، فالخدمة هنا غير ملموسة وبالتالي قرار العميل سيكون بناء على ثقته الكبيرة في المؤسسة او الشخص.
- تعتبر عملية التسويق من العمليات المهمة التي تساعد في الحفاظ على العملاء، وذلك من خلال إظهار الفوائد التي قد يحتاج المستهلك لها. بالإضافة إلى حل كافة المشاكل التي يمكن أن تواجه العميل أثناء حصوله على الخدمة.
- عملية تسويق الخدمات تعمل على جذب أكبر عدد من العملاء.
- كما أن تسويق الخدمات يعتبر أمر ضروري وهام من أجل تحديد قيمة الخدمات المقدمة، فيكون من الصعب على المستهلك أن يقوم بتقييم تكلفة الخدمة وذلك لأنها تكون غير ملموسة. وهنا يأتي دور عملية التسويق في زيادة وعي المستهلك بالخدمة، عن طريق تقديم السعر الفعلي للخدمة بالإضافة لمميزاتها.
- يساعد تسويق الخدمات على تطوير علامتك التجارية Personal Branding بالإضافة للتمييز بين كافة الشركات المنافسة في المجال مع العمل على جذب أكبر عدد من المستهلكين من خلال إبراز مزايا الخدمة المقدمة من المنظمة.
- يعتبر التسويق وسيلة من الوسائل الأساسية التي تساعد في تحقيق نسبة مرتفعة من الأرباح، فمن خلال التسويق يتم الترويج للخدمات المقدمة من المؤسسة او الفرد.

¹ بن علي احسان، محاضرات في مدخل الخدمات، محاضرات مقدمة لطلبة سنة أولى ماستر تخصص تسويق مصري، جامعة الجلفة، 2022/2021، ص 65.

² محمد أنور، تسويق الخدمات، متوفر على الموقع الالكتروني: <https://anwr.me>، تاريخ النشر، 20 فيفري 2023، تاريخ الاطلاع: 2025/02/28.

ثالثا: أنواع التسويق الخدمي

تمثلت أنواع تسويق الخدمات فيما يلي¹:

1. التسويق الخارجي: تعتبر عمليات التسويق الخارجي الصلة أو الرابط بين المؤسسة والمستهلكين، كما يمثل تلك الوعود أو المعلومات التي تقدمها المؤسسة لعملائها مع تقديم توضيحات للخدمات التي تقدمها وكذلك مختلف العروض، كما أن عملية الاتصال الخارجي للخدمات دور رئيسي في تشكيل أو معرفة توقعات المستهلكين وإدراكاتهم لأهم توقعات المستهلكين تؤثر في المؤسسة التي تقدم خدمة التسويق المباشر والغير المباشر في السلع والخدمات والتسويق الخارجي التقليدي لتسهيل عمليات التسويق. تعتبر الوعود والتوقعات التي تعطيها المؤسسة الخدمية للمستهلكين والمرتبطة بإدراكاتهم سوف تؤثر بشكل سلبى وبشكل إيجابى على توقعاتهم والمستوى المطلوب للخدمة.

2. التسويق الداخلي: يسعى التسويق في عمومه التعبير عن أنشطة تبادل تتم بين طرفين أو أكثر، وكل منظمة تزاوّل نشاطها عمر عمليات تبادل رئيسية وذلك بتعاملها مع عملائها حين تقدم لهم خدمات ومنتجات التي تلبي احتياجاتهم ويقدمون هم الدعم المالي والمساندة المعنوية، وهناك أيضا تبادل رئيسي الذي يتم داخل المنظمة، والتي تكمن بتعامل الإدارات والأقسام والموظفين والمدبرين مع بعضهم البعض، إضافة إلى وجود تبادل آخر بين الإدارة وبين جميع العاملين في المنظمة، ولا يمكن لأي منظمة أن تقدم خدمة جيدة، ما لم يكن لديها موظفون قادرين على ذلك. وهذا هو السبب الرئيسي الذي أدى إلى ظهور المفهوم الجديد للتسويق والذي يعرف بمصطلح التسويق الداخلي وهو يعتبر كفلسفة ادارية ومنهج إشباع الاحتياجات الداخلية في المنظمة، ومن منظور آخر فإن طبيعة الدور الذي يلعبه العاملون بالمنظمة في تحديد مستوى جودة الخدمة ومدى رضا العملاء من العروض التسويقية التي تقدمها، فكان لا بد أن تتخذ المنظمة مفهوم الجودة الداخلية التي تتعلق بطبيعة التبادل الداخلي فهذا التبنى يوحى إلى إشارة ضمنية على أن مستوى الجودة الخارجية مرتبط وناتج عن مستوى الجودة الداخلية.

3. التسويق التفاعلي: إن التسويق الخارجي هو البداية لمسوقى الخدمات من وضع الوعود التي يجب الحفاظ عليها أو الوفاء بها، إن المحافظة على الوعود والوفاء بها يحتل محور التسويق التفاعلي ويمثل النوع الثاني من الأنشطة التسويقية المتعلقة بمثل تسويق الخدمات. وقد أشار Grooos أن عدم انفصالية الخدمة عن المستهلك منها تؤدي إلى التركيز على عملية التفاعل بين مقدم الخدمة والمستهلك منها وهو ما يعبر عنه "بعد التسويق التفاعلي" أي يعني هذا الأخير بما يتم أثناء تقديم الخدمة أو ما يسمى "بلحظات الصدق". ويرى Bitner ان التسويق

¹ محمودي أحمد المرجع السابق، ص ص 52، 53.

التفاعلي هو الإدارة التفاعلية للعلاقات التبادلية التي تتطلب فهما عميقا للسلوكيات المعقدة للقائمين على تقديم الخدمة، بحيث يمكن تمييز بين العلاقات التبادلية التي تحقق أعلى درجات الرضا لدى المستفيد وتلك التي تحقق درجة رضا اعتيادية في ظل التوظيف الأفضل لعملية التدريب وتحفيز القائمين ومكانهم على تقديم الخدمة وذلك دعما للوصول إلى السلوك الإيجابي الفعال إزاء المستفيد.

رابعاً: المزيج التسويقي للخدمات

من المهم أن نتذكر أن العملية التسويقية تنطوي على ثلاث عناصر وهي: الأهداف، الإستراتيجية التسويقية، والمزيج التسويقي، حيث أن البداية كون دائما بالمستهلك والنهية تتعلق به أيضا، وأن كلا من هذه تعتبر منتجات سواء كانت سلعة أو خدمة، والمزيج التسويقي للخدمة يتمثل في¹:

- **الاتساع:** ويشير إلى عدد الخدمات التي تقدمها المؤسسة الخدمية، أي تنوع الخدمات المقدمة؛
 - **الطول:** أما طول المزيج الخدمي فيشير إلى إجمالي عدد الخدمات المقدمة والتي تتكون منها كافة خطوط المنتجات بالنسبة للخدمات، ويمكن حساب متوسط طول المزيج الخدمي بقسمة طوله على اتساعه؛
 - **العمق:** يعني التشكيلة الخدمية التي يتكون منها خط الخدمة الواحدة ولذا فإن درجة التشكيل والتنوع في خدمات الخط توضح مدى عمقه؛
 - **التوافق:** ويعني درجة الترابط بين مختلف خطوط الخدمة سواء كان من حيث استعمالها من قبل العميل الذي يطلبها أم من حيث أسلوب توزيعها.
- تزود دراسة المزيج الخدماتي صانع القرار في المؤسسة بمعلومات تساعد في تخطيط الإستراتيجية التسويقية الخاصة بكل خط من خطوط الخدمات المقدمة بل والخاصة بكل خدمة داخل الخط الخدماتي الواحد.

¹ عائشة موزاوي، عبد القادر موزاوي، تسويق الخدمات بين المفاهيم والاستراتيجيات، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 7، العدد 1، 2020، ص 289.

المطلب الثالث: فعالية التسويق الالكتروني في المؤسسة الخدمية

إن التسويق الالكتروني ساهم في تقرير ثقة المستهلك و رفع مستوى الرضى لديه و هذا يؤدي إلى تميز المؤسسة الخدمية حتى تنجح عملية التسويق الالكتروني و تكون عملية ناجحة و فاعلة ، فانه يجب أن يتوفر فيها عدد من العناصر التالية¹:

- تحقيق التكامل مع مختلف أنشطة الأعمال الالكترونية:ينبغي أن تسعى المؤسسة إلى تحقيق التكامل بين التسويق الالكتروني و بقية الأنشطة بحيث تنعكس هذه الأنشطة في كل مرحلة من مراحل عملية التسويق الالكتروني.

- تحقيق المنفعة للزبون: ينبغي أن تسعى المؤسسة إلى تقديم منفعة كافية و واضحة من خلال طرح المنتج (سلعة أو خدمة) عبر الانترنت إذ يترتب على مستوى هذه المنفعة قرار الزبون بتكرار أو عدم تكرار عملية الشراء.

- القدرة على عرض محتويات وخدمات المؤسسات في صورة فاعلة:ينبغي عرض محتويات وخدمات المؤسسة ضمن موقع الويب بصورة تلائم الطبيعة الجديدة للمؤسسات الخدمية وهذا بأساليب تختلف عن الأساليب التقليدية بحيث تتضمن جوانب تسويقية أساسية كتوفر المعلومات اللازمة والكافية حول الخدمات المعروضة للبيع عبر الانترنت، تمكين الزبون من التواصل والتفاعل مع عناصر مهمة من العملية التسويقية، وهذا الأمر يتطلب توفير الأدوات والوسائل الالكترونية اللازمة لتحقيق ذلك بكفاءة عالية.

¹ شبيبة غيلاني، صفاء بجادي، التسويق الالكتروني الخدمي -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بتقريت-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مباح ورقلة، 2015، ص 36.

المبحث الثاني: الاطار القانوني والتنظيمي في الجزائر حول المعاملات الالكترونية

تعتبر الجزائر متأخرة نوع ما عن الدول العالم عامة والدول المجاورة لها خاصة في مواكبة المعاملات الالكترونية، لذلك نجد أن تنظيمها حديث ولا يزال قيد التحديث والتجديد باستمرار.

المطلب الاول: المعاملات الالكترونية

تزامنا والتطور التكنولوجي الحاصل في دول العالم ظهرت ما يعرف بالمعاملات الالكترونية التي تتم بين الدول دون اللجوء إلى الانتقال من مكان لآخر، نتعرف من خلال هذا المطلب على هذه المعاملات ومختلف الجوانب المتعلقة بها.

أولا: تعريف المعاملات الالكترونية

تعتبر المعاملات الالكترونية شكل من أشكال المعاملة الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون خدمة نفسه بنفسه، فبدلا من تقديم الطلب إلى الموظف خلف المكتب أو التحدث إلى شخص عبر الهاتف طلبا لمعلومات أو استفسارات يتم الحصول على الخدمة عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة والآلة¹.

كما عرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي لهيئة الأمم المتحدة المعاملة الالكترونية على أنها: بيع أو شراء بضائع أو خدمات، سواء كانت بين الشركات التجارية، والمنازل، والأفراد والحكومات ومنظمات عامة أو خاصة أخرى، عن طريق الشبكات المرتبطة بالحواسيب، إذ يتم طلب هذه البضائع والخدمات عن طريق هذه الشبكات، أما الدفع والتسليم النهائي للسلعة أو الخدمة فقد يتم بواسطة الانترنت أو بغيرها².

وتعرف أيضا على أنها³:

هي شكل من أشكال الاستخدام المتكامل لكل تقنيات المعلومات، وتكنولوجيا الاتصالات على أن يكون الغرض من هذا التجمع تسهيل وتسريع التعاملات المالية.

هي إنجاز الأعمال وإبرام العقود من خلال صيغة إلكترونية، وهي تشمل كذلك الأنشطة والأعمال الخاصة بتبادل البيانات والمعلومات وكذلك السلع والخدمات عبر الإنترنت بين المستهلكين والشركات، أو بين الشركات نفسها، وهي تمثل طرفي العلاقة التعاقدية في بيئة الأعمال الالكترونية.

¹ عبد الجليل طواهير، محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الالكترونية باستعمال مقياس NETQUAL، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2، جامعة الجيلاي ليايس، سيدي بعباس، 2012، ص 98.

² اللجنة الاحصائية حول التجارة الالكترونية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي لهيئة الأمم المتحدة، الدورة الثالثة والثلاثون، 5-6 مارس 2002، ص 4.

³ خديجة عبد اللاوي، محاضرات في قانون المعاملات الالكترونية، مقدمة لطلبة سنة أولى ماستر تخصص قانون خاص، جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت، 2021/2022، ص

ثانيا: خصائص المعاملات الإلكترونية

للمعاملات الإلكترونية خصائص رئيسية تختلف فيها عن المعاملات التقليدية وهي كما يلي¹:

- الاختيار في التعامل الإلكتروني تمتاز المعاملات الإلكترونية بأن الأخذ بها يكون اختياريا لطرفيها، لأن هذا النظام يستوجب موافقة طرفي المعاملة عن التعامل فيما بينهم بالوسائل الإلكترونية؛
- اختفاء للوثائق الورقية للمعاملات حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونيا دون استخدام لأي أوراق؛
- فتح المجال أمام الشركات صغيرة الحجم: لممارسة أنشطتها عبر العالم باستخدام شبكة الأنترنت؛
- عدم إمكانية تحديد الهوية حيث لا يرى طرفي المعاملات الإلكترونية كل منهم الآخر؛
- تعميم استخدام الوسائل الإلكترونية إن نظام استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة في المعاملات الجارية فيما بين الناس أصبح تطبيقا عاما؛
- سرعة تغيير القواعد الحاكمة، لا بد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة وقابل للتبديل حتى يواكب إنجازات التقدم الإلكتروني.

ثالثا: أهمية المعاملات الإلكترونية

- للمعاملات الإلكترونية أهمية تكمن في كونها مؤهلة لتصبح ركيزة المعاملات الدولية نتيجة لاعتمادها على شبكة الأنترنت الواسعة الانتشار، ويمكن إجمال المنافع المتأتية من دخول أنظمة التبادل الإلكتروني للبيانات والمعاملات الإلكترونية للحياة التجارية للأفراد والشركات والمعاملات الحكومية بما يلي²:
- تخفيض الأجر الكلية للمراسلات البريدية والقضاء على ظاهرة فقدان الرسائل البريدية، وفي القطاع العام تسريع المراسلات وتبادل المعلومات بين الدوائر الحكومية المختلفة؛
 - تخفيض الوقت المطلوب لاستلام والإجابة على الطلبات وأوامر الشراء وتسريع أوامر دفع الفواتير قيد التحصيل، وانتشار أساليب جديدة للتحصيل وإرسال الفواتير؛
 - تيسير تقديم الخدمات للمستفيدين سواء كانوا أفرادا أم مؤسسات حكومية أو خاصة؛

¹ قالي سارة، دور قانون المعاملات الإلكترونية في تفعيل خدمة الاقتصاد الرقمي -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأم البواقي - ، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص مالية و بنوك، جامعة أم بواقي، 2013/2014، ص 41.

² رقالي خولة، المعاملات الإلكترونية وأثرها على الخدمة المالية في بريد الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تسويق الخدمات، جامعة 8 ماي 1945، قللة، 2021/2022، ص 25.

- خلق مجتمع المعاملات اللاورقية أي إحلال دعائم إلكترونية محل الدعائم الورقية، وهو ما يعني الاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية التقليدية ليحل محلها المستند الإلكتروني، بعد أن تكتشف بعض سلبيات العمل بالمستندات الورقية الخاصة، في ظل ثورة الاتصالات والمعلومات التي يشهدها علمنا المعاصر.

المطلب الثاني: الاطار القانوني للمعاملات الالكترونية

كون أن التجارة الإلكترونية جديدة في الجزائر، فإن قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر الصادر بموجب القانون 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439، الموافق 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹.

كان مشروع القانون من تقديم وزيرة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة ممثلة للحكومة وذلك أمام المجلس الشعبي الوطني بيوم الثلاثاء 05/12/2017 وعلى وجه الخصوص أمام لجنة الشؤون الاقتصادية والتنمية والصناعة والتجارة والتخطيط و تمت مناقشته بيوم الثلاثاء 06/02/2018 في جلسة عامة من طرف النواب وكانت التدخلات في حدود 70 تدخلا قدمت بعدها 06 تعديلات فقط تمت دراستها أمام لجنة الشؤون الاقتصادية والتنمية والصناعة والتجارة والتخطيط وبتاريخ 20/02/2018 تمت المصادقة عليه في المجلس الشعبي الوطني، وتبعاً للإجراءات المنصوص عليها أحيل مشروع القانون على لجنة الشؤون الاقتصادية والمالية بمجلس الأمة حيث تم تقديمه أمام هاته الأخيرة من طرف وزيرة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة وذلك بتاريخ 04/03/2018².

المطلب الثالث: نطاق ومجال تطبيق القانون 05-18

لقد حددت أحكام القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية للخدمات والسلع مجال تطبيقه من حيث الأشخاص ومن حيث النشاط.

أولاً من حيث الأشخاص: لقد نصت المادة 02 من مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات أنه يطبق القانون الجزائري إذا كان أحد اطراف العقد الإلكتروني:

- متمتعاً بالجنسية الجزائرية والملاحظ على هذه العبارة أنها عدلت في لجنة الشؤون الاقتصادية والتنمية والصناعة والتجارة والتخطيط بالمجلس الشعبي الوطني لأنها وردت في مشروع القانون الوزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات الرقمية عبارة (أن يكون جزائرياً) وهنا تغيير للمعنى فالمقصود بأن يكون

¹ القانون 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439، الموافق 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 28، الصادرة في 30 شعبان 1439، الموافق لـ 16 مايو 2018، ص 04.

² بلعري علي، بقبش عثمان، الاطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة حقوق الانسان والحريات العامة، العدد4، 2017، ص ص 359، 360.

جزائريا هو تمتعه بالجنسية الجزائرية أصلا لكن العبارة المعدلة تعني مفهوم أنه ذا جنسية جزائرية ساء أصلية أو مكتسبة.

- أن يكون مقيما إقامة شرعية في الجزائر، ويقصد بهذا المفهوم الذي وضح جيدا المفهوم الذي سبقه وهو الأشخاص غير الجزائريين ولكن يقيمون إقامة شرعية في الجزائر.
- شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري ويقصد به المؤسسات والشركات عمومية كانت أو خاصة.
- إذا كان العقد محل إبرام أو تنفيذ بالجزائر.

ثانيا: من حيث النشاط التجاري

لقد نصت المادة 3 من مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية في السلع والخدمات أن التجارة الإلكترونية تمارس في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما في تنظيم التجارة التقليدية غير أنها منعت ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني في مجالات¹:

- المتاجرة بالمشروبات الكحولية أو التبغ؛
- المتاجرة بألعاب القمار، وألعاب الرهان، وأوراق اليانصيب؛
- المتاجرة في المنتجات الدوائية؛
- المتاجرة في مجال المنتجات التي من شأنها المس في الحقوق الفكرية، أو الحقوق الصناعية، أو حتى الحقوق التجارية؛
- المتاجرة في كافة أنواع السلع والخدمات الممنوعة في قانون التجارة التقليدية؛
- المتاجرة في مجال السلع والخدمات التي تستوجب عقد رسمي، وهنا يلاحظ الغموض الذي قد يرافق هاته العبارة فقد يقصد العقد الرسمي العقد الورقي و يقصد بهذا المفهوم العقود التي تبرم على غير المنقولات كالعقارات مثلا مادام القانون الجزائري يشترط الرسمية في العقود تحت طائلة بطلانها؛
- المتاجرة في مجال السلع التي من الممكن أن تمس بالدفاع الوطني، والأمن العام في الدولة.

¹ المادة 3، 4 من القانون 05-18، المذكور سابقا.

المبحث الثالث: ماهية المعاملات الإلكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر العديد من العوائق التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية في حدودها، إلا أنها وعلى الرغم من ذلك ومع التطورات الكبيرة التي حدثت في التكنولوجيا والعالم، أكدت على أن وجودها في البلد أحد أهم مصادر الدخل، وبالتالي أصبحت واقعا لا مهرب منه، ومتطلبا أساسيا لتطوير كافة القطاعات الإنتاجية في البلد.

المطلب الأول: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

قد أقر القانون 05-18، مجموعة من المحددات التشريعية وشروط منظمة لممارسة هذا النوع من التجارة ومن أهم هذه الشروط¹:

- يجب على التاجر تسجيل المتجر الإلكتروني في السجل التجاري أو في سجل الصناعات الحرفية أو التقليدية حسب طبيعة المتجر؛
- يجب أن يكون الموقع الإلكتروني يحمل نطاق com.dz؛
- يجب أن يحتوي الموقع على الأدوات التي تسمح للعميل التأكد من صحته وأمانه؛
- كل عملية بيع وشراء تتم يجب أن تكون موثقة بعقد إلكتروني يصادق عليه الشاري بشكل إلكتروني؛
- يجب على صاحب المتجر عرض العقد التجاري على الموقع بطريقة واضحة ومقروءة.

المطلب الثاني: مكونات التجارة الإلكترونية في الجزائر

أقر القانون 05-18، مكونات التجارة الإلكترونية كأساسيات لقيام هذه التجارة، وتمثلت هذه المكونات في²:

- التجارة الإلكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات من بعد المستهلك الإلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية.
- العقد الإلكتروني: العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني.
- المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

¹ القانون 05-18، المذكور سابقا.

² أنظر: القانون 05-18، المذكور سابقا.

- المورد الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية
 - وسيلة الدفع الإلكتروني: كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية.
 - الإشهار الإلكتروني: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية
 - الطليبة المسبقة: هو تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون
 - اسم النطاق: عبارة عن سلسلة أحرف و/أو أرقام مقاسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق. وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني.
- المطلب الثالث: أسس التجارة الإلكترونية في الجزائر**
- المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الإلكترونية¹:
- زيادة القطاع الخاص: إن القطاع الخاص يملك آليات ونظم عمل تتناسب مع متطلبات التجارة الإلكترونية، حيث أن هذه الأخيرة تقوم على إطلاق قدرات وطاقت مؤسسات الأعمال لتقديم خدمات جديدة ومتطورة للمستهلك تتيح لها التنافس على المستوى العالمي.
 - دور الحكومة: إن قيام الحكومة بتقليل تدخلها في كافة الأنشطة التجارية، عن طريق استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة هو أهم محفز لكافة المؤسسات في المجتمع لا لنطاق صوب التنمية والاستثمار.
 - البيئة التشريعية والقانونية الملائمة: إن مصالح الشركة والمنتجين والمستهلكين المتعاملين معها في إطار التجارة الإلكترونية، يقتضي تشريعات وقوانين توازن بين هذه المصالح ويتم ذلك ببناء مناخ تشريعي وقانوني يخدم مقتضيات التجارة الإلكترونية وهذا ما يتطلب مشاركة كاملة بين الحكومة وقطاعات الأعمال والمستهلكين.
 - إتاحة الفرص المتكافئة: وهذا يتم بدعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة الحجم، يفرض الاختلاف في مستويات التطور التكنولوجي والبنية الأساسية المطلوبة للتجارة الإلكترونية إقامة عدالة واستمرارية للتنمية، لإتاحة الفرص المتكافئة للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها التجارة الإلكترونية لقطاعات العمل

¹ سعيد زوش، التجارة الإلكترونية وآليات حماية خصوصية المستهلك الجزائري، مجلة هيروودوت للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 25، 2023، ص ص 04، 05.

المختلفة، بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تحتاج إلى تشجيع ودعم واهتمام للتمكن من تبني التقنيات وتستخدمها لتحقيق مردود اقتصادي.

- **الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع وحمايته بتحقيق الخصوصية:** مما ال شك فيه أن تحول الاقتصاد العالمي والانفتاح الهائل الذي تتيحه وسائل الاتصال التي ترتبط بالتجارة الإلكترونية يفتح الباب للتعامل مع ثقافات وعادات وتقاليده تختلف مع مبادئ وقيم المجتمع وهويته، ولهذا يجب الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع من التأثير بهذه الثقافات والحلال ثقافته، كما يجب حماية المجتمع بتحقيق مستوى مناسب من الخصوصية والسرية اللازمة لتنفيذ المعاملات التجارية باستخدام وسائل وآليات التجارة الإلكترونية.

- **حماية الملكية الفكرية:** إن استخدام التجارة الإلكترونية، يرتبط بصفة مباشرة بمدى تطبيق نظم الحماية الفكرية وهذا اعتبارا للتطورات المتلاحقة للتكنولوجيا الحديثة ومن المهم أن تدخل عناصر حماية الملكية الفكرية في إطار الالتزامات الدولية.

- **التعاون الدولي:** إن نجاح وتطوير التجارة الإلكترونية، يتوقف على وجود تعاون وتنسيق بين كافة الجهات والمؤسسات والدول وهذه الأخيرة تقتضي تحقيق تعاون دولي ذا نتائج ملموسة وذلك بالتنسيق في الإجراءات والقوانين التجارية ووضع معايير قياسية للنظم الفنية كالتأمين والسرية بالإضافة إلى دعم مشاركة الدول النامية والدول الفقيرة في أنشطة التجارة الإلكترونية وتنسيق الجهود الدولية لمكافحة الجريمة والاستخدام السيئ لوسائل التجارة الإلكترونية¹.

¹ سعيد زويوش، المرجع السابق، ص 05.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل الذي يعرض مختلف الأدبيات النظرية للمعاملات الالكترونية في ظل التكنولوجيات تم التوصل إلى أن النظم (الأنظمة) الالكترونية هي المعاملات التي تستغني على الورق وتحتاج إلى الانترنت لاتمام عملها، وتتم باللجوء إلى أجهزة النظم المعلوماتية بشتى أنواعها، كما لها خصائص كتبسيط الاجراءات وخفض التكاليف وغيرها، بالإضافة إلى أنها تستخدم عناصر كعتاد الحواسيب والبرمجيات والشبكات، ولها أنظمة مختلفة ومتنوعة، تتداخل فيما بينها لتبسيط التسويق الخدمي الذي يعتبر مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تقوم بتوجيه انسياب الخدمات من المنظمات إلى العملاء، كما تم التطرق إلى المعاملات الالكترونية التي تعتبر إنجاز الأعمال وإبرام العقود من خلال صيغة إلكترونية، وهي تشمل كذلك الأنشطة والأعمال الخاصة بتبادل البيانات والمعلومات وكذلك السلع والخدمات عبر الإنترنت بين المستهلكين والشركات، أو بين الشركات نفسها، وهي تمثل طرفي العلاقة التعاقدية في بيئة الأعمال الالكترونية، حيث يمكن القول أنها حديثة النشأة في الجزائر فهي ظهرت سنة 2018 وبدأت التنظيمات والتشريعات وسن القوانين في تنظيمها لاستغلالها على أكمل وجه في نشاطات المؤسسات بشكل عام.

الفصل الثاني:

الاطار النظري حول نشاط الخدمات المالية الالكترونية

تمهيد

تعتبر الخدمات المالية العصب الحساس المؤثر في الحياة اليومية سواءا للمؤسسات او الافراد، كما أنها تمثل مؤشر اساسي للنجاح الاقتصادي لأي بلد، لذلك فهي تحتاج الى رقمنة مناسبة تتوافق مع خصوصيتها المقدمة والسوق المستهدف، ومن هنا تبرز أهمية هذا الفصل المتمثلة في عرض المفاهيم واستقراء جميع المصطلحات الخاصة بالخدمات المالية، رقمتها، بالإضافة إلى وسائل الدفع الالكترونية المستخدمة في معاملاتها الالكترونية ودورها في المؤسسة، وذلك من خلال:

المبحث الاول: مفاهيم حول الخدمات المالية

المبحث الثاني: الخدمات المالية الالكترونية

المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تحسين نشاط المؤسسة.

المبحث الاول: مفاهيم حول الخدمات المالية

يعتبر الخدمة المالية النشاط المالي الذي تقدمه المؤسسات المالية لإشباع رغبات الزبون دون تقديم شيء ملموس نتعرف من خلال هذا المبحث على الخدمة المالية ومختلف الجوانب التي تتعلق بها.

المطلب الاول: تعريف الخدمات المالية وخصائصها

تعددت تعريفات الخدمة المالية بتعدد الباحثين في هذا المجال، وتستمد خصائصها من هذه التعريفات، ونلخص من هذه التعريفات ما يلي:

هي مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من طرف المؤسسة المالية، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظتها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تشكل مصدرا لأرباح المؤسسة المالية من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين¹.

تعرف الخدمة المالية على أنها أي نشاط أو منفعة أو أداء له طبيعة مالية، يقدمه طرف إلى طرف آخر ويخضع أو محكوم بتشريعات أو أنظمة أو تعليمات أو سياسات صادرة من قبل جهة، أو من قبل مؤسسة عامة تمارس سلطة تنظيمية أو رقابية منحت لها بموجب القوانين المعمول بها في دولة معينة².

هي كل خدمة ذات طابع مالي يقوم بتقديمها مؤدي أو موردي الخدمات المالية لأي بلد عضو، ولكن على شرط أن لا تكون الخدمات موردة في إطار ممارسة السلطة الحكومية لنشاطاتها، أي يتم استثناء الخدمات الموردة في إطار ممارسات الحكومة من الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات، كالأنشطة التي يقوم بها البنك المركزي أو السلطة النقدية لتنفيذ سياسات نقدية أو سياسات خاصة بسعر الصرف، الأنشطة التي تدخل ضمن التأمينات الاجتماعية أو الخطط الخاصة بالتقاعد التي تقدمها الحكومة، النشاطات المالية التي تقوم بها المؤسسات لحساب الحكومة³.

وتعرف الخدمة المالية بشكل مبسط بأنها أية مساعدة أو استشارة من شأنها أن تسهل من عمل المستفيد لتحقيق أهدافه سواء كانت تلك المساعدة نشاطات محددة أو نتائج لتفاعلات مالية مختلفة. ويقتصر هذا التعريف الى حد ما على دور الشركات أو الأفراد في تقديم الخدمات المالية التي يطلبها الأفراد مقرونة بأدوات مساعدة من شأنها أن تسهل عملية البيع لها، أو الانتفاع من نتائجها المتحققة بشكل ملموس ويمكن تعريفها بشكل أوسع على أنها

¹ أحمد بن عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية، مجلة الباحث، عدد 4، 2006، ص 10.

² سليمان شكيب الجيوسي، محمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات المالية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 01، 2009، ص 28.

³ ياسي الياس، الآثار المحتملة لتحرير تجارة الخدمات المالية على القطاع المصرفي الجزائري وفقا للاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2013/2012، ص 93.

مجموعة من المهارات الشخصية والمستلزمات المادية والأعراف والقواعد القانونية التي يتم عرضها وانتاجها بشكل يتوافق مع توجهات الزبون لاتخاذ القرارات المالية الرشيدة¹.

الخدمات المالية تنطوي على كل العمليات للمرتبطة بالإبداع والسحب، وإدارة حسابات العملاء، والتحويلات المالية والتعامل بالعملة الوطنية والصعبة، ومنح القروض وفتح الاعتمادات المستندية وتوظيف الأموال وإدارة المحافظ المالية وتعليم الاستشارات والتمويلات العقارية والوساطة والتأمين وخدمات في سوق رأس المال².

من خلال التعريفات السابقة يمكن تلخيص أن الخدمات المالية هي مختلف الخدمات الملموسة وغير الملموسة التي تقدمها المؤسسات المالية لتلبية حاجيات الزبائن المالية والمختلفة، مسطرة تحت قواعد وقوانين خاصة بها.

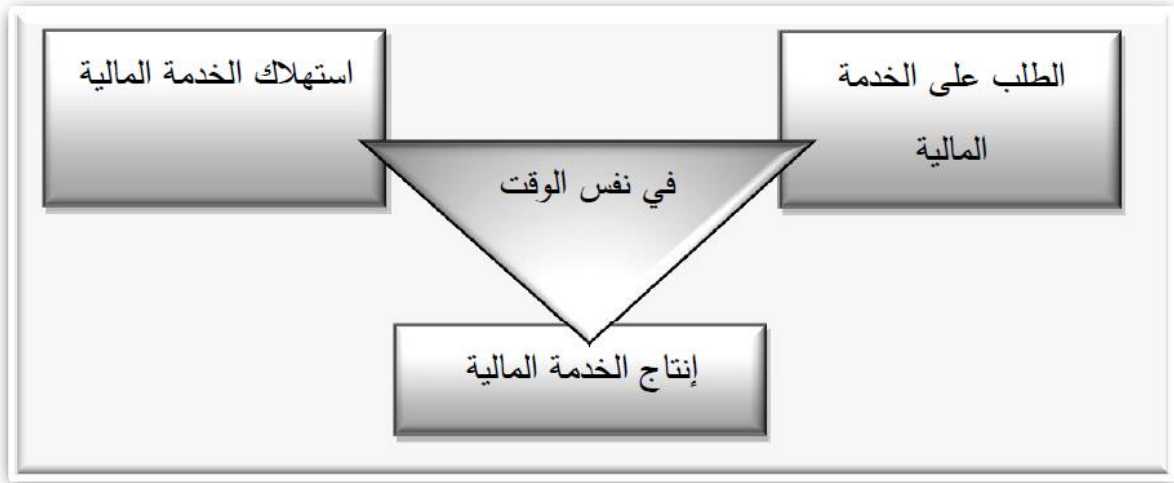
تنفرد الخدمات بشكل عام والخدمات المالية بشكل خاص بوجود خصائص مميزة يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند صياغة السياسة التسويقية للمؤسسة المالية، ويمكن تحديد أهمها فيما يلي³:

– **المسؤولية الائتمانية** : يعد الأمان أي انخفاض احتمال الفشل من أهم المزايا التي تذكر المؤسسات المالية، وعليه فإن المسؤولية الائتمانية التي تتمثل في حماية أموال العميل والالتزام بتقديم النصيحة الموضوعية والموثوق بحاله، تعكس الانطباع السائد الذي يتسم به العاملون في مؤسسات الخدمات المالية وهو التخلي بالحياد وعدم التحيز. وتوفر الثقة المتبادلة بينهم وبين عملائهم أثناء قيامهم بتأدية واجباتهم. هذا الدور المناط بالعاملين في المؤسسات المالية يستوجب منهم أن يكونوا دائما أهلا لهذه الثقة. وأن تكون توقعات العملاء في ما يتعلق بحماية أموالهم من خلال حيادية هؤلاء العاملين ونصائحهم الموضوعية في محلها.

– **اللاملموسية**: ومعنى ذلك بأن الخدمة المالية ليس لها وجود مادي، وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس، وبناء على ذلك لا يمكن تخزينها أو نقلها أو تعبئتها، فالخدمة المالية مباشرة لا تحتاج إلى حلقات وسيطة بين المصرف كمنتج لها بالسوق المالي. ومن مضامين سمة اللاملموسية نعرض الشكل التالي:

¹ بن علي أمينة، الخدمات المالية محاضرات في تسويق الخدمات المالية، موجهة لطلبة سنة أولى ماستر تسويق الخدمات، جامعة طاهري محمد، بشار، 2018/2017، ص 21.
² نيس سعيدة، التكنولوجيا المالية فرصة لتطوير الخدمات المالية، مجلة البحوث المالية المتقدمة، المجلد 07، العدد 02، 2022، ص 235.
³ بوعريوة أحمد، بوشايبة ياسمين، دور جودة الخدمات المالية في تحقيق رضا الزبون –دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة القرام قوقة 837-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: تسويق خدمات، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، 2018/2017، ص ص 5، 6.

الشكل رقم (01-02): مضامين سمة اللاملموسية



المصدر: سليمان شكيب الجيوسي، محمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات المالية، مرجع سابق الذكر، ص 35.

بالإضافة إلى خصائص أخرى نلخصها فيما يلي¹:

- المسؤولية الائتمانية (**Fiduciary Responsibility**): ونقصد بها التزام مقدم الخدمة بإعطاء الاهتمام الكافي والعناية اللازمة بالعميل لتحقيق التوازن الصحيح بين مصالح مؤسسته وتحمل مسؤوليته الائتمانية القائمة على الثقة.
- التلازمية (تكامل الخدمة المالية) (**Inseparability**): بمعنى عدم القدر على الفصل بين وقت إنتاج الخدمة ووقت استهلاكها.
- عدم التجانس (**Heterogeneity**): وهو الأمر الذي يجعل من الصعوبة بمكان تجنب التباين في نوعية الخدمة المالية المقدمة، ذلك أن كيفية تقديم الخدمة تعتمد على خصائص الشخص الذي يقدمها والزمان والمكان الذي تقدم فيه، وبالتالي عدم تمكن منتجي الخدمات المالية من الحفاظ على معايير ثابتة تساعد على تمييز خدماتهم المقدمة.
- قابلية النفاذ (**Perishability**): حيث أن الخدمة المالية يتزامن استهلاكها مع إنتاجها وبالتالي فإن إمكانية تخزينها تصبح معدومة.
- الثقة (**Confidence**): يتطلب تقديم الخدمات المالية وجود علاقة حميمة قائمة على الثقة المتبادلة في المدى الطويل بين ثل من منت ومستهلك الخدمات المالية.

¹ أسماء درور، أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه، في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016/2015، ص ص 33، 34.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المالية

فيما يخص الخدمات المالية نصت الاتفاقية العامة للتجار في الخدمات في إطار المفاوضات المتعدد الأطراف بين الدول الأعضاء في الاتفاقية إلى تقسيم الخدمات المالية إلى صنفان كما يلي:

أولاً: التأمين والخدمات المتعلقة به: والتي تشمل ما يلي¹:

- خدمات التأمين المباشر على الحيا وخدمات التأمين ميل التأمين على الممتلكات والتأمين ضد السرقة والحريق وغيرها؛
- خدمات إعادة التأمين؛
- خدمات الوساطة في التأمين ميل السمسرة والوكالة؛
- الخدمات المساند في مجال التأمين كاستشارة، وخدمات الحسابات المتعلقة بالتأمين، وتحديد المخاطر وفض النزاعات؛
- تقديم خدمات الاستشارة والوساطة المالية وكافة الخدمات المالية والمصرفية المساعدة، وخدمات تقويم وتعوض المخاطر.

ثانياً: الخدمات المصرفية والمالية الأخرى غير التأمين: والتي تشمل ما يلي²:

- قبول الودائع من الجمهور؛
- التسليف بكافة أنواعه، ويتضمن: القروض الاستهلاكية، والقروض لقاء تأمينات عقارية، وإعادة جدولة الديون، والتمويل التجاري؛
- الإيجار التمويلي؛
- جميع أشكال نقل وصرف النقود، وتتضمن البطاقات الائتمانية، والشيكات السياحية، والشيكات المصرفية؛
- الكفالات والاعتمادات؛
- التجار للحساب الخاص، أو لحساب العملاء في جميع الأدوات المالية في الأسواق المالية، وتشمل: الأدوات المالية (مثل: الشيكات، وشهادات الادخار، والكمبيالات)، صرف العملات،

¹ بوسعدية مراد، تحرير تجارة الخدمات المالية في التجارة الدولية ودوره في تعزيز التنافسية التجارية الدولية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015/2016، ص 06.

² قويدر بلقيس، دور الخدمات المالية الرقمية في حل أزمة السيولة -دراسة حالة بريد الجزائر وحدة البريد الولائية بسكرة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019/2020، ص 18.

— أدوات الصرف والفوائد ميل المبادلات والمؤجلات، أدوات المشتقات المالية، أدوات الائتمان الانتقالية، الأدوات والأصول المالية الأخرى القابلة للانتقال والتفرغ (ميل الذهب).

- المساهمة في إصدار كافة أنواع الأدوات المالية، وتتضمن: الاكتتاب، والإصدار، والخدمات المرافقة، مثل:
- الخدمات الاستشارية وغيرها، وتشمل: السمسرة المالية؛ إدارة الأصول، مثل: إدارة الأموال، والحفاظ الاستثمارية بشتى أنواعها، وإدارة صناديق المعاشات، والتقاعد، وودائع الأمانة، والكفالة؛
- خدمات التسوية والمقاصة للأصول المالية، وتتضمن: الأوراق المالية، وأدوات المشتقات، وغيرها من الأدوات القابلة للتداول؛

- المعلومات المالية، وتتضمن: تجميع ونقل هذه المعلومات، ومعالجة البيانات المالية، والبرام المتعلقة بها؛
- خدمات المشورة والوساطة، وغيرها من الخدمات المالية المساعدة المتعلقة بجميع الخدمات المدرجة أعلاه، وتتضمن: التحليل الائتماني، والاستثمار، والمشورة، والبحث عن الأدوات الخاصة بالمحافظ، والخدمات الاستشارية في حالات شراء، وإعادة الهيكلة للشركات.

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المالية

تمر الخدمة المالية بأربع مراحل والتي تمثل حجم التطور والتعامل بالخدمة عبر الزمن، وان منحى دورة الحياة يعبر عن التاريخ البيعي لها ولهذا تحليل دورة حياة المنتج أو الخدمة المصرفية يساعد على وصف الكيفية التي تعمل بها الخدمة المصرفية، كما يوضح المفهوم المتفاوت في سلوك الخدمة مرحلة إلى أخرى وهو ما يسمح بتطبيق استراتيجيات تسويقية مختلفة من مرحلة لأخرى، ويمكن توضيح مراحل حياة المنتج المصرفي فيما يلي¹:

- **مرحلة التقديم:** في هذه المرحلة يتم تعريف الزبائن بالخدمة المالية يوصف ميزاتها وخصائصها وفوائد استعمالها وتمتاز هذه المرحلة بانخفاض نسبة المبيعات وارتفاع التكاليف خاصة الترويجية منها لعدم تمكن العديد من الزبائن التعرف على الخدمة المالية من جهة وعدم اقتناعه التام بما في مرحلتها الأولى.
- **مرحلة النمو:** يزداد التعامل بالخدمة وتنمو المبيعات مما يزيد من إيرادات المصرف وهو يحفز المصارف الأخرى على تقديم الخدمة وتتميز هذه المرحلة بارتفاع الأرباح وسعي المصرف للمحافظة وزيادة حصة السوق بشكل مستمر عن طريق تحسين جودة المنتج أو إضافة نماذج جديدة له.
- **مرحلة النضج:** فيها يبدأ الانخفاض التدريجي لمعدل نمو المبيعات وتزداد المنافسة في السوق وتزيد المصارف من ميزانياتها المخصصة للبحث والتطور لتحسين الخدمة.

¹ بوعروة أحمد، بوشايلا ياسمين، المرجع السابق، ص 10.

— مرحلة التدهور: وهي المرحلة الحرجة التي تمتاز بانخفاض المبيعات وتحقق الخسائر وهنا يبدأ البنك في إلغاء الخدمة واستبدالها بخدمات أخرى جديدة.

المبحث الثاني: الخدمات المالية الالكترونية

ساهمت التكنولوجيا بشكل كبير في تطوير القطاع العالي، وأحدثت نقلة نوعية به، وقد ساعدت التطبيقات المالية الجديدة في تسهيل حياة المستهلكين من خلال استعمال الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة التي أسهمت بدور فعال في هذا الاتجاه.

المطلب الاول: مفهوم وخصائص الخدمة المالية الالكترونية

نظرا للأهمية التي توليها مختلف دول العالم لرقمنة الخدمات المالية، فإنه من الضروري التطرق إلى مفهومها وخصائصها.

وتعرف الخدمة المالية الالكترونية في إطارها الواسع على أنها تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت. ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وإنما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد تفاحهم على جودة هذه الخدمات، وعليه فإن مفهوم الخدمة الإلكترونية واسع في إطار لا يقتصر على مزودي الخدمات فقط¹.

عرفها (Rust & Lemon) بأنها تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت الهاتف الجوال، الرسائل القصيرة، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها وإنما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين وعليه فإن مفهوم الخدمة المالية لا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للعميل أساسا².

وتعرف على أنها كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل: الهاتف والحاسب والصراف الآلي، الانترنت، التلفزيون الرقمي وغيرها، وإلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدرو البطاقات الإلكترونية، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية إلكترونيا، ومن هذه الخدمات المصرفية الصراف الآلي، الصيرفة عبر الهاتف، الصيرفة عبر الأنترنت، واستخدام نقاط البيع الإلكترونية، الصيرفة عبر الهاتف الجوال، وغيرها من الأدوات³.

¹ بن علو زهية، قمو حنان، دور الخدمات المالية الرقمية في التخفيف من أزمة السيولة -دراسة حالة بريد الجزائر تيارت-، مذكرة مقدمة ليل شهادة الماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة ابن خلدون تيارت، 2023/2022، ص 7.

² ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر ال (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط حزيران 2012، ص 14.

³ رمزي طلال، حسن الرابدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن - دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الأردنية والمصارف الأجنبية في مدينة عمان، مذكرة ليل شهادة الماجستير، تخصص: الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 21.

من التعريفات السابقة يمكن استخلاص تعريف الخدمات المالية الالكترونية على أنها الخدمات المالية التي تقدمها المؤسسات المالية للزبائن باستعمال تقنيات الكترونية حديثة ومتنوعة، كسحب الاموال، والاطلاع على الحساب وغيرها.

ومن الخصائص التي تنفرد بها الاعمال المالية الالكترونية أو الرقمية نذكر ما يلي¹:

- خدمات تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة؛
- خدمات لا تعرف قيود جغرافية؛
- خدمات تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية؛
- يتم الدفع عن طريق النقود الإلكترونية وهي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة بطريقة الكترونية على وسيلة الكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين عبر المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل للعملات النقدية والورقية وذلك بهدف الحد من تحويلات الكترونية المدفوعات ذات قيمة محددة؛
- يستخدم هذا الأسلوب التسوية المعاملات الالكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال إلغاء المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية عبر وسائل الاتصال اللاسلكية؛
- يلزم توفر وسائط الكترونية يختلف الدفع الالكتروني من الدفع بالوسائل التقليدية في كونه نظاما يتميز باستخدام الوسائط الإلكترونية، بدلا من الدعامات الورقية حيث تشهد غيابا شبه تام للورق مما يوفر السرعة في إنجاز المعاملات ويقتل التكاليف الضخمة الناتجة عن الدفع التقليدي.

المطلب الثاني: قنوات تقديم الخدمات المالية الالكترونية

من بين أهم الخدمات المالية تلك التي تقدم عبر القنوات التوزيعية الإلكترونية المختلفة والتي من خلالها تتيح خدمات مصرفية للعميل بشكل كامل من بداية اختيار الخدمة من طرف العميل مروراً بإجراءات إتمامها وإنهاء أدائها بشكل إلكتروني. وتتمثل أهم قنوات التوزيع الإلكتروني التي تقدم الخدمات المصرفية ما يلي²:

¹ بن علو زهية، قمو حنان، المرجع السابق، ص 8.

² درقالي حولة، المعاملات الالكترونية وأثرها على الخدمة المالية في بريد الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: تسويق خدمات، جامعة 8 ماي 1945، قلعة، 2021/2020، ص ص 34، 35.

– **جهاز الصراف الآلي:** يمكن تعريف آلة الصراف الآلي على أنها تلك الأجهزة التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، ويقوم العميل باستخدام البطاقات البلاستيكية أو البطاقات الذكية للحصول لخدمات متنوعة كالسحب النقدي، والإيداع النقدي وغيرها.

– **البطاقة الذكية:** عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي حددت مواصفاتها ومقاييسها من قبل منظمة ISO، وتحتوي تلك البطاقة على رقاقة إلكترونية تعمل بواسطة ميكرو كمبيوتر (شبه حاسب آلي) يزودها بطاقة تخزينية أكثر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائح الممغنطة كما تتيح لحاملها الاستغناء عن البطاقات الأخرى.

– **الصيرفة الهاتفية:** ظهر الهاتف المصرفي كقناة يستطيع من خلالها المصرف الرد على استفسارات العملاء وخدمات أخرى، فإذا أراد شخص سداد فاتورة أو إجراء عملية دفع لأي جهة أخرى فعل على الشخص أن يتصل بالمصرف الذي يتعامل معه لكي يتولى هذه المهمة، حيث يقوم بالضغط على أزرار الهاتف برقم حسابه ثم الرقم السري اللذان زوده المصرف بها من قبل ثم يضغط على أزرار الهاتف برقم شفري للجهة التي ستلقى المدفوعات، ويدخل المبلغ الذي يريد تحويله (سداده) وتسمى هذه الخدمة بخدمة سداد الفواتير.

– **الصيرفة عبر الإنترنت:** يطلق على هذا النوع من الخدمات مجموعة من المصطلحات، التي تصب في معنى واحد وهو خدمة الزبون من بين هذه المصطلحات الخدمة المصرفية من المنزل والخدمة المصرفية عن بعد والخدمات المصرفية الفورية والخدمات المصرفية الذاتية وأسماء أخرى عديدة حيث الهدف من استعمال الإنترنت في المصارف هو إقامة مصرف كامل يقدم خدماته للعملاء بأقل تكلفة، ظهور ما ساعد على تدرج تقبله عند العملاء للوصول إلى البنوك الإلكترونية، ولذلك يقوم البنك بتقديم هذا النوع من الخدمة إلى شبكة عريضة من الاتصالات داخل البلاد وربطها بشبكة عالمية.

– **نقاط البيع الإلكترونية (Electronic Point Of Sale):** وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم من حسابه إلكترونياً بتمرير هذه البطاقات داخل هذه الآلات المصلة إلكترونياً بحاسب المصرف¹.

¹ درقالي خولة، المرجع السابق، ص 36.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المالية الالكترونية

وتتمثل هذه الأنواع في¹:

- **خدمات المعلومات:** وتعني تقديم وتسويق وعرض المنتجات والخدمات التقليدية التي يقدمها المصرف لزيائنه الكترونيا عن طريق استخدام الموقع الالكتروني للمصرف على شبكة الانترنت دون أن يتحمل المصرف تكاليف أو مخاطر قد تؤثر على مصداقيته تجاه الزبائن؛
- **خدمات الاتصالات:** وتعني إفساح المجال للزبائن بالدخول إلى شبكة ونظم المعلومات الداخلية للمصرف مما قد ينتج عن ذلك مخاطر تغيير أو تلاعب بالبيانات والمعلومات، ومن أمثلة تلك الخدمات الحصول على كشف الحساب لأحد الزبائن أو طلب الحصول على تسهيلات ائتمانية؛
- **الخدمات التنفيذية:** ويقصد بها الخدمات التي تسمح للزبون بالوصول إلى الخدمات المصرفية عن طريق شبكة الانترنت مثل إجراء عمليات التحويل المالي أو تسديد بعض الفواتير من حسابه الشخصي وتعد هذه الخدمات من أخطر الحالات التي قد يواجهها المصرف خاصة للقراصنة الذين يمكنهم اختراق حسابات الزبائن واستخدامها لأغراضهم الشخصية دون أن يتم اكتشاف ذلك إلا بعد مرور فترة زمنية قد يصعب معها تتبع واكتشاف الدخول غير المصرح بها؛
- **الخدمات المتقدمة:** تشمل خدمات فتح حسابات مصرفية جديدة لزبون حالي والشيكات المودعة الأغراض التحصيل، والدخول إلى الحسابات الشخصية وإدارتها والتحويل بين الحسابات الخاصة بالزبون داخل وخارج المصرف وطلب قروض مصرفية، وإدارة المحافظ الاستثمارية وغيرها.

¹ مفتي سعد ياسين، زهراء جار الله حمو، مدى مساهمة الاتحاديات الإستراتيجية للتحويل الرقمي في صعوبة رقمنة الخدمات المالية وسبل مواجهتها استراتيجيا، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 17، العدد 56، 2021، ص ص 293، 294.

المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تحسين نشاط المؤسسة

لقد أدى التطور الاقتصادي وزيادة حجم المعاملات المالية والتجارية إلى تطور وسائل الدفع وعدم استقرارها على شكل معني، لتتخذ أشكالا عديدة على مر الزمن، بدءا بالنقود التقليدية مروراً بالشيكات إلى أن تصل في الوقت الحالي بفضل التطور التكنولوجي إلى ما يعرف بوسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الاول: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية

هناك عدة تعريفات لوسائل الدفع الإلكتروني يمكن تلخيص أهمها فيها يلي¹:

هي تلك الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات. الدورة الإلكترونية المأمونة والسريعة لنقل الأموال من المشتري إلى البائع عبر المؤسسات المالية وبأقل التكاليف الممكنة.

وتعرف على أنها: مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتمثل في البطاقات البنكية، النقود الإلكترونية، الشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية².

ويمكن تعريفها أيضا بأنها: وسائل الدفع المتطورة في الإنترنت وهي عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، والفرق الأساسي بينهما هي أن وسائل الدفع الإلكتروني تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية التقليدية³.

من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن وسائل الدفع الالكترونية هي مجموعة من العمليات التي تمكن الفرد من التعامل بالنقود والحسابات المالية الخاصة به من خلال استعمال شبكة الانترنت ومختلف الأجهزة المساعدة بذلك، كما هي اكساب صيغة الرقمنة لجميع وسائل التعامل في سحب الاموال وايداعها.

وتتميز وسائل الدفع الإلكتروني بجملة من الخصائص المميزة، ومنها ما يلي⁴:

– يتميز الدفع الإلكتروني بالطابع الدولي: لكونه وسيلة مقبولة من جميع الدول يستخدم لتسوية المعاملات الإلكترونية التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المتعاملين بها في أنحاء دول العالم، وتكسب حاملها المرونة

¹ العشي هارون، بوراس فايزة، وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تحسين الاداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، المجلد 9، العدد 3، 2018، ص 175.

² منصور زينب، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26، 27 أفريل 2011، ص 02.

³ صلاح إلياس، مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26، 27 أفريل 2011، ص 09.

⁴ بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 07، العدد 01، 2022، ص 09.

في الحصول على احتياجاته من سيولة نقدية و سلع وخدمات من مصادر متنوعة في أي مكان في العالم وفي أي وقت وبأي عملة

– يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات عن بعد: وذلك من خلال تسوية الحسابات والمعاملات غير قضاء إلكتروني عبر كل أنحاء العالم ووجود فضاء معلوماتي مفتوح وتبادل المعلومات الإلكترونية من خلال وسائل الاتصال. وإعطاء أمر بالدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين موقعي العقد

– يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: وهي وحدات نقدية محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا. أو في قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

– العلاقة التعاقدية بين أطراف بطاقات الدفع الإلكترونية: هناك عقود مستقلة تربط بين أطراف البطاقات. فهذا يعني وجود عقد يربط بين مصدر البطاقة والتاجر، وعقد آخر يربط بين مصدر البطاقة وحاطها، وعقد ثالث. يربط بين حامل البطاقة والتاجر، وعليه عكس وسائل الدفع التقليدية كالتشيك والتحويلات المصرفية، فلا تجد عقد يربط بين الملك والدائنين، ولكن البنك يقوم بدوره كوكيل من المدين في الدفع أو الوفاء.

– تتطلب عملية الدفع توفر أجهزة خاصة: تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد تسهيل تعامل الأطراف فيما بينها وتعزيز الثقة والأمان في التعامل، وتتمثل في نظام مصرفي مؤهل لذلك عبر وسائل الاتصال اللاسلكية حيث يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

المطلب الثاني: أهمية وأنواع وسائل الدفع الالكترونية

تكتسب وسائل الدفع الالكترونية أهمية بالغة في العمليات المالية التي تساعد للقيام بها، كما نميز لها عدة أنواع نتطرق لكل منها على حدى من خلال هذا المطلب.

أولا: أهمية وسائل الدفع الالكترونية¹

توسع نطاق التجارة الإلكترونية ساهم في تضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي امام ازدهار الدفع الإلكتروني حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديل للشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية.

¹ بركات عماد الدين، طيبي حورية، وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 01، العدد 02، 2019، ص ص 129، 130.

لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الإنترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية، من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية لهذا يتم الدفع الكترونياً.

يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين مثل ارسال شيك عن طريق البريد أو الفاكس.

لكن هذه الوسائل لا تصلح وخصوصية التجارة الإلكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الإلكتروني من خلال شبكة الاتصال لاسلكية موحدة عبر الحاسب.

ثانياً، أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

نظراً للدور الذي أصبحت تلعبه وسائل الدفع الإلكترونية فسنحاول التطرق إلى أهم هذه الأنواع¹:

1. البطاقات البنكية: هي بطاقة مغناطيسية تصدرها البنوك أو الجهات المؤهلة قانوناً وفقاً لمواصفات معينة، يستطيع حاملها استعمالها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات، دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الاتلاف.

2. النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية مخزنة بشكل الكتروني على بطاقة مغناطيسية، تستخدم كأداة للدفع حيث تتم عملية خصم الأموال آلياً بعد القيام بعملية الشراء، تحظى بالقبول كأداة للدفع من قبل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين بخلاف الجهة المصدرة لها.

3. الشيكات الإلكترونية: هي عبارة عن رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت، ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته الكترونياً إلى مستلم الشيك، ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد أنه قد تم فعلاً تحويل المبلغ لحسابه.

4. التحويل المالي الإلكتروني: هو عملية يتم بموجبها منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة الكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي إن عملية التحويل تتم الكترونياً عبر الهاتف وأجهزة الكمبيوتر عوضاً عن استخدام الأوراق.

5. المحفظة الإلكترونية: هي وسيلة آمنة مشفرة وحديثة تسهل الدفع الإلكتروني حيث يقوم حاملها باستبدال قيمة معينة من النقود الكلاسيكية مقابل ما يساويها من النقود الإلكترونية وذلك على مستوى بنكه

¹ العشي هارون، بورس فايزة، المرجع السابق، ص 175، 176.

والتي على أساسها يتم شحن الرقاقة الإلكترونية، حيث يمكن إعادة شحن هذه الرقاقة بنفس الطريقة بعد نفاذ هذه القيمة.

المطلب الثالث: تقييم وسائل الدفع الالكترونية في تحسين نشاط المؤسسة

يترتب على استخدام وسائل الدفع الالكترونية في المؤسسة العديد من المزايا التي تحسن من نشاطها، كما في المقابل هنا عيوب تتركها هذه الوسائل والتي من شأنها تؤثر على نشاط المؤسسة. نلخص هذه المزايا والعيوب فيما يلي:

1. مزايا وسائل الدفع الإلكتروني : يترتب على استخدام وسائل الدفع الالكترونية المجموعة من المزايا ويمكن إنجازها فيما يلي¹:

- بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها: سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، كما تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.
- بالنسبة للتاجر: لطالما أن عبء متابعة ديون الزبائن يقع على حامل البنوك والمؤسسات المصدرة، فإن البائع بعيد عن الحمل هذا العبء فهي تعد ضمان لحقوق البائع.
- بالنسبة لمصدرها: تعبر مصدر ربح معتبر يفوق في كثير من الأحيان الربح المحقق في وسائل الدفع الكلاسيكية.

2. عيوب وسائل الدفع الإلكتروني: من العيوب التي تعاني منها وسائل الدفع الالكترونية ما يلي²:

- بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم قدرة سداد حامل البطاقة لقيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.
- بالنسبة للتاجر: قد تودي هالته وعدم التزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع رسمه في القائمة السوداء ما يترتب على ذلك من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.
- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك نفقات ضياعها.

¹ سالم مجدي عادل، وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية، مؤسسة بريد الجزائر نموذج، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 09، العدد 01، 2025، ص 220.

² سالم مجدي عادل، المرجع السابق، ص 221.

خلاصة الفصل

من خلال ما تقدم في هذا الفصل يتضح لنا أن الخدمات المالية والخدمات المالية الالكترونية بات لها أهمية بالغة في المؤسسة، فهي تعتبر أهم وأبرز التحديات حيث أصبح الدخول إلى السوق العالمي وحتى المحلي والتميز فيها مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالخدمات المقدمة، وتعتبر هذه الأخيرة تحدي يواجه المؤسسات ويدعو إلى ضرورة المواكبة والتطوير، وبالتالي فإن العميل يعتمد على معايير مختلفة للحكم على المؤسسات ونشاطها المقدم من خلال مواكبتها للتطورات التكنولوجية عامة ووسائل الدفع المستخدمة والالكترونية خاصة، كذلك مدى مواجهة المؤسسة للعراقيل والسلبيات التي تخلفها وسائل الدفع الالكترونية ومدى تخطي المؤسسة لها كونها مختلفة ومتنوعة.

الفصل الثالث:

**الدراسة الميدانية في وحدة البريد الولائية لولاية
الوادي**

تمهيد

قصد الوصول إلى إسقاط الجانب النظري الذي تطرقنا له في الفصل الأول، والوصول إلى نتائج تمكننا من الإجابة على الإشكالية المطروحة وكذلك اختبار الفرضيات، سنقوم بإجراء دراسة ميدانية بغية الوصول إلى دور المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط المؤسسة.

وبهدف الوصول إلى دراسة موضوعية استخدمنا منهج مسح الآراء عن طريق الاستبيان، حيث سعينا من خلالها للوصول إلى آراء بعض إطارات وعمال وحدة البريد الولائية لولاية الوادي.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة

نوضح في هذا المبحث المنهجية التي سنتبعها في هذه الدراسة من خلال إبراز مجتمع وعينة الدراسة، كما نتطرق إلى طرق وأدوات جمع البيانات، إلى الأساليب الإحصائية المستعملة في تحليل البيانات الخاصة بالاستبيان.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

في هذا المطلب سنقوم بعرض وتقديم تعريف عام عن المؤسسات محل الدراسة، مع تحديد مجتمع وعينة الدراسة وكذلك التطرق إلى متغيرات النموذج، وذلك وفق ما يتطلبه موضوع بحثنا.

أولاً: مجتمع الدراسة

نسعى من خلال دراستنا إلى إبراز دور المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط المؤسسة، لهذا تم حصر مجتمع الدراسة على إطارات وعمال وحدة البريد الولائية بولاية الوادي التابعة هيكلية لمؤسسة بريد الجزائر والتي تشرف على 100 مؤسسة بريدية موزعة على مختلف تراب الولاية، والتي تقدم مختلف الخدمات البريدية والمالية، وتضم وحدة البريد الولائية 355 عاملاً منهم 54 اناث و301 ذكور، كما تم الأخذ بعين الاعتبار توفر الخبرة المهنية والعلمية في أشخاص موضوع الدراسة، حتى تكون لهم القدرة والتمكن في الحكم على موضوع الاستبيان.

ثانياً: عينة الدراسة

سعيًا قدر الإمكان لجمع أكبر عدد ممكن مع مراعاة توفر أفراد العينة إلى الكفاءة المهنية والمعرفة العلمية التي تمكنهم من الإجابة على أسئلة الاستبيان. حيث قمنا بتوزيع 70 استمارة استبيان، واعتمدنا على التسليم المباشر للاستمارات.

بعد استرجاع الاستثمارات الموزعة تم حصر عدد الاستثمارات الملغاة ومنها الاستثمارات التي لم تسترجع،

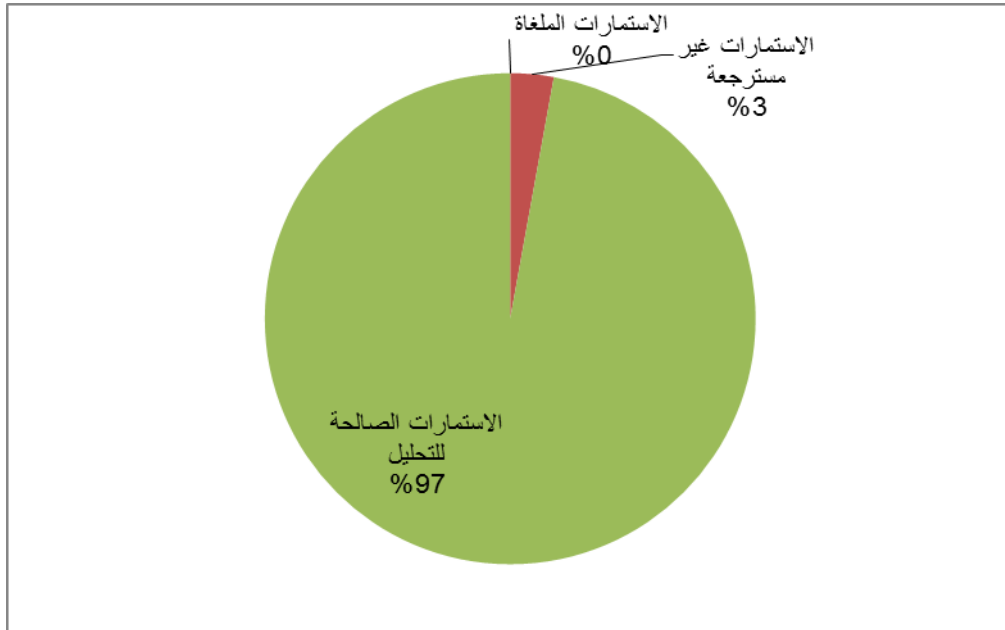
والجدول التالي يوضح لنا الإحصائيات الخاصة بالاستثمارات الاستبيان الموزعة وهي كما يلي:

الجدول رقم (03-01): النتائج الإحصائية للاستثمارات الاستبيان الموزعة

البيان	التكرارات	النسبة المئوية
الاستثمارات الاجمالية	70	%100
الاستثمارات الملغاة	00	%00
الاستثمارات غير مسترجعة	2	%2.85
الاستثمارات الصالحة للتحليل	68	%97.15

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على استثمارات الاستبيان الموزعة، وبرنامج Excel.

الشكل رقم (03-01): النتائج الإحصائية للاستثمارات الاستبيان الموزعة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على استثمارات الاستبيان الموزعة، وبرنامج Excel.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الاستثمارات الموزعة بلغ عددها 70 استثمارة منها 68 استثمارة اعتبرت

صالحة للتحليل أي ما يعادل نسبة %97.

أما الاستثمارات الباقية عددها 02 استثمارة لم تسترجع أي ما يعادل نسبة %2.85، قد يعود السبب إلى

عدم فهم الموضوع أو لأسباب شخصية أو لأمر مرتبطة بظروف العمل.

المطلب الثاني: المنهج والأدوات المستخدمة

في هذا المطلب سنحاول تحديد المنهج المتبع والأدوات المستخدمة في جمع المعطيات والمطبقة في تحليل البيانات.

أولاً: منهج الدراسة

إن المنهج هو الذي يمكننا من تبسيط موضوع البحث والكشف عن الحقائق العلمية وتحديد الأسباب والنتائج المترتبة عنها، ونظراً لطبيعة موضوع بحثنا المتمثل في دور المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة وحدة البريد الولائية لولاية الوادي، وطبيعة الدراسة الميدانية التي يتطلبها موضوع بحثنا فهو يركز على الاستبيان كأداة رئيسية في جمع المعطيات، لذلك سنعتمد على المنهج الوصفي التحليلي لوصف المتغيرات وصفا نظرياً، وتحليل النتائج المتحصل عليها، وقبل ذلك البيانات والمعلومات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان.

ثانياً: الأدوات المستخدمة في الدراسة

تحاول دراستنا في شقها التطبيقي إلى إسقاط الجوانب النظرية على واقع المؤسسة محل الدراسة من خلال اعتماد الأدوات التالية:

- المقابلة :

وهي عبارة عن محادثة تتم بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين من أجل تحقيق أهداف الدراسة، ومن الأهداف الرئيسية للمقابلة الحصول على البيانات التي يريدها الباحث بشكل أعمق بالإضافة إلى فهم الآراء والتدقيق في تحديد المواقف والحقائق.

- الاستبيان :

بغرض الوصول إلى الأهداف المرجوة لهذه الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة واثبات صحة أو عدم صحة الفرضيات، أعدنا استمارة الاستبيان وتم توزيعها على عينة الدراسة، ولكي تكون الدراسة منظمة في شكل علمي قمنا بتصنيف استمارة الاستبيان معتمدين على الإشكالية المطروحة والجوانب التي تطرقنا إليها في الفصل الأول مع مراعاة عدة نقاط نذكر منها ما يلي:

- ✓ أن تكون عبارات الأسئلة تمت صياغتها بطريقة بسيطة وواضحة لتفادي الغموض أو سوء الفهم؛
- ✓ تجنب الأخطاء الإملائية قدر المستطاع لتكون لغة الإستبيان سليمة؛
- ✓ الاعتماد على ترتيب الأسئلة وربطها بموضوع الدراسة الميدانية لتحقيق الأهداف المرجوة.

بعد الانتهاء من تصميم الاستبيان تم اللجوء إلى أساتذة مختصين للتأكد من الجانب الشكلي والتقني للاستمارة والتأكد من موضوعية الأسئلة وتغطيتها لجميع جوانب موضوع الدراسة. ينقسم الاستبيان إلى جزئين:

- **الجزء الأول:** يحتوي على خمسة أسئلة تتعلق بمعلومات عامة حول عينة الدراسة وهي (الجنس، العمر، المستوى الدراسي، عدد سنوات العمل، الوظيفة).
 - **الجزء الثاني:** يتكون من بعدين مشكلة لمتغير الدراسة المتمثل في المعاملات الالكترونية والخدمات المالية الالكترونية كمنشأ للمؤسسة وهي كما يلي:
 - ✓ البعد الأول يتعلق بالمعاملات الالكترونية؛
 - ✓ البعد الثاني يتعلق بالخدمات المالية الالكترونية؛
- الأدوات المستخدمة في تحليل نتائج الاستبيان.

بعد الجمع النهائي للاستبيان من خلال استمارات القابلة للتحليل، اعتمدنا في عرض المعطيات وتحليلها على برنامج الحزمة الاجتماعية الذي يرمز له بالرمز SPSS، بالإضافة إلى برنامج Excel، لكي نتمكن من معالجة المعطيات وتحويلها بشكل جداول وترجمتها إلى رسومات بيانية بهدف تسهيل عملية الملاحظة والتحليل للوصول إلى النتائج المرجوة كما اعتمدنا عليه في استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل من البيانات الشخصية وعبارات الاستبيان.

المبحث الثاني: نتائج الاستبيان ومناقشتها

المطلب الأول: منهجية وأدوات الدراسة

➤ الأدوات الإحصائية الوصفية باستخدام برنامج SPSS

تعتمد الدراسة على التحليل الإحصائي الوصفي باستخدام برنامج SPSS ، الذي يوفر مجموعة شاملة من الأدوات لتوصيف البيانات بشكل دقيق. يشمل ذلك مقاييس النزعة المركزية مثل المتوسط الحسابي، الذي يعبر عن القيمة المتوسطة للبيانات، بالإضافة إلى مقاييس التشتت مثل الانحراف المعياري، الذي يقيس مدى تباين البيانات حول المتوسط. كما يتم تحديد القيم القصوى من خلال عرض أعلى وأصغر قيمة للبيانات، مما يساعد في فهم نطاق التوزيع ومدى انتشار القيم. إلى جانب ذلك، تستخدم التمثيلات البيانية لتوضيح الاتجاهات والأنماط داخل البيانات، مما يسهل تفسير النتائج وتقديمها بشكل واضح. وتشمل:

■ مقاييس النزعة المركزية

مثل، المتوسط الحسابي، الوسيط، والمنوال، حيث ان لمتوسط الحسابي هو مجموع القيم مقسوما على عددها، ويعبر عن القيمة المتوسطة للبيانات. اما الوسيط هو القيمة التي تقع في منتصف مجموعة البيانات عند ترتيبها، ويستخدم خاصة عند وجود تباينات كبيرة أو قيم شاذة. فيما المنوال هو القيمة الأكثر تكرارا في البيانات، ويعكس القيمة الأكثر شيوعا.

بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام مقاييس التشتت مثل الانحراف المعياري الذي يعبر عن مدى تباين البيانات حول المتوسط، وكذلك تحديد القيم القصوى من خلال عرض أعلى وأصغر قيمة، مما يساعد في فهم نطاق التوزيع ومدى انتشار القيم. كما تستخدم التمثيلات البيانية لتوضيح الأنماط والاتجاهات داخل البيانات، مما يسهل تفسير النتائج بشكل واضح ومنظم.

➤ تحليل الانحدار الخطي

تحليل الانحدار الخطي هو أسلوب إحصائي يستخدم لنمذجة العلاقة بين متغير تابع ومتغير مستقل أو أكثر، بهدف التنبؤ بقيمة المتغير التابع بناء على قيم المتغيرات المستقلة¹. يقوم هذا التحليل بإنشاء نموذج خطي يربط بين المتغيرات، مما يساعد في فهم قوة واتجاه التأثير، ويمكن استخدامه في مجالات متنوعة لاتخاذ قرارات مستنيرة⁶³ SPSS. يستخدم لتنفيذ هذا التحليل.

■ الانحدار الخطي البسيط

يستخدم الانحدار الخطي البسيط لنمذجة العلاقة بين متغير مستقل واحد ومتغير تابع واحد، حيث يتم تقدير تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع من خلال معادلة خطية. يعتمد هذا النموذج على حساب معاملات الانحدار باستخدام طريقة المربعات الصغرى، التي تهدف إلى تقليل مجموع مربعات الفروق بين القيم المرصودة والمتوقعة. كما يتم استخدام المتوسط الحسابي للمتغيرات لتقدير معاملات النموذج، مما يربط بين التحليل الوصفي ونموذج الانحدار.

■ التكامل بين التحليل الوصفي ونماذج الانحدار

تكمن أهمية الجمع بين التحليل الوصفي ونماذج الانحدار في توفير فهم شامل للبيانات، حيث تساعد مقاييس الوسط الحسابي والانحراف المعياري والقيم القصوى في تقييم جودة البيانات ومدى ملاءمتها للنماذج الإحصائية. كما يدعم هذا التكامل تفسير نتائج الانحدار بشكل أدق، من خلال ربط العلاقات الخطية المكتشفة مع خصائص التوزيع والانتشار في البيانات، مما يساهم في اتخاذ قرارات مبنية على أساس علمي متين.

■ البرامج الإحصائية المستخدمة

تجرى كافة التحليلات باستخدام برنامج SPSS، الذي يوفر بيئة متكاملة لإجراء التحليلات الوصفية، نمذجة الانحدار، اختبار الفرضيات، واستخلاص النتائج بشكل منهجي ومنظم، مما يضمن دقة وموثوقية الدراسة ويساعد في تحقيق أهداف البحث بفعالية.

المطلب الثاني: العرض الوصفي لنتائج تحليل متغيرات وابعاد الدراسة

في هذا المطلب الثاني، سيتم عرض وتحليل أبعاد ومتغيرات الدراسة بشكل وصفي، من خلال استخدام مقاييس النزعة المركزية والتشتت لتوضيح خصائص البيانات وتوزيعها. يهدف التحليل إلى فهم العلاقات بين المتغيرات ومدى تباينها، مما يشكل أساسا لاختبار الفرضيات ودعم استنتاجات البحث بشكل علمي دقيق.

أولاً: عرض النتائج الوصفية لأبعاد ومتغيرات الدراسة

تمثل الدراسة الوصفية لأبعاد ومتغيرات البحث خطوة جوهرية لفهم تأثير المعاملات الإلكترونية على تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية. من خلال تحليل المتغيرات المستقلة مثل أنظمة الدفع الإلكتروني، ومنصات البيع والشراء الإلكتروني، وسرعة تنفيذ المعاملات، والبنية التحتية الرقمية، يتم استكشاف مدى تأثيرها على المتغير التابع وهو تطوير نشاط المؤسسة. يعكس هذا التحليل كيف أسهم التطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية في تحسين كفاءة العمليات التجارية وتوسيع نطاق الخدمات، مما يعزز الأداء المؤسسي والقدرة التنافسية، وذلك من خلال دراسة حالة بريد الجزائر فرع ولاية الوادي كنموذج تطبيقي.

1. عرض نتائج التحليل الوصفي لمتغير المعاملات الإلكترونية (المتغير المستقل)

تمثل المعاملات الإلكترونية أحد الركائز الأساسية في تطوير الأعمال الاقتصادية في العصر الرقمي، حيث تشمل مجموعة من الأدوات والأنظمة التي تتيح تنفيذ العمليات التجارية عبر الوسائط الرقمية بشكل سريع وآمن. وتتضمن هذه المعاملات أبعادا متعددة مثل أنظمة الدفع الإلكتروني، التي تسهل تحويل الأموال وتسوية المدفوعات بكفاءة عالية، ومنصات البيع والشراء الإلكتروني التي توفر بيئة متكاملة للتبادل التجاري دون الحاجة إلى التواجد المادي. كما تلعب سرعة تنفيذ المعاملات دورا محوريا في تحسين تجربة المستخدم وتعزيز كفاءة العمليات، إلى جانب أهمية البنية التحتية الرقمية التي تدعم هذه المعاملات من خلال توفير شبكات اتصال متطورة وأنظمة معلومات متقدمة. إن اعتماد المؤسسات على هذه الأبعاد يعزز من قدرتها على التكيف مع متطلبات السوق الحديثة، ويتيح لها فرصا أكبر للنمو والتوسع من خلال تحسين الأداء وتقليل التكاليف وتعزيز رضا العملاء.

أ. عرض نتائج التحليل الوصفي لبعد أنظمة الدفع الإلكتروني

يشكل بعد أنظمة الدفع الإلكتروني أحد العناصر الأساسية في المعاملات الإلكترونية، حيث يتيح هذا النظام للمؤسسات تنفيذ عمليات الدفع والتحويل بشكل سريع وآمن عبر الوسائط الرقمية. يعكس التحليل الوصفي لهذا البعد مدى انتشار واستخدام أنظمة الدفع الإلكتروني في المؤسسة، بالإضافة إلى كفاءتها في تسهيل العمليات المالية وتقليل الوقت والتكاليف المرتبطة بها. تظهر النتائج كيف تسهم أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين تجربة العملاء وتعزيز الثقة في التعاملات الرقمية، مما يدعم تطوير نشاط المؤسسة بشكل عام.

جدول رقم (03-02): عرض نتائج التحليل الوصفي لبعء انظمة الدفع الالكتروني

الرقم	فقرات بعد انظمة الدفع الالكتروني	المتوسط	الانحراف المعياري	اقل قيمة	اكبر قيمة	الرتبة	الاتجاه العام
1	تستخدم المؤسسة وسائل دفع إلكتروني متنوعة	4.24	.435	4	5	2	اتجاه مرتفع
2	تتيح المؤسسة للزبائن الدفع عبر الإنترنت بسهولة	4.07	.618	2	5	3	اتجاه مرتفع
3	توفر المؤسسة بيئة آمنة للدفع الإلكتروني	4.27	.720	2	5	1	اتجاه مرتفع
4	يعتمد الزبائن على وسائل الدفع الإلكترونية بانتظام	3.13	1.014	1	5	5	اتجاه مرتفع
5	تقل نسبة التعامل النقدي مقارنة بالدفع الإلكتروني	3.82	.806	1	5	4	اتجاه مرتفع
	متوسط انظمة الدفع الالكتروني	3.907	.4702	4	5		اتجاه مرتفع
	حجم العينة	45	45	45	45	45	45

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

يشير تحليل بعد أنظمة الدفع الإلكتروني إلى توجه مرتفع في جميع الفقرات المتعلقة باستخدام هذه الأنظمة داخل المؤسسة، حيث حصلت فقرة "توفر المؤسسة بيئة آمنة للدفع الإلكتروني" على أعلى متوسط (4.27) مما يعكس ثقة كبيرة في أمان المعاملات، تلتها فقرة "تستخدم المؤسسة وسائل دفع إلكتروني متنوعة" بمتوسط 4.24، و"تتيح المؤسسة للزبائن الدفع عبر الإنترنت بسهولة" بمتوسط 4.07، مما يدل على تنوع الوسائل وسهولة الاستخدام. كما أظهرت الفقرة المتعلقة بتقليل نسبة التعامل النقدي مقارنة بالدفع الإلكتروني متوسطا جيدا (3.82)، بينما كانت فقرة "يعتمد الزبائن على وسائل الدفع الإلكترونية بانتظام" الأقل متوسطا (3.13) مع انحراف معياري أكبر يشير إلى تفاوت في انتظام الاستخدام. وبمتوسط عام بلغ 3.91، تعكس النتائج قبولا واضحا واعتمادا متزايدا على أنظمة الدفع الإلكتروني، مع تركيز خاص على الأمان وتوفير خيارات متعددة، رغم وجود بعض التفاوت في مدى انتظام استخدام العملاء لهذه الوسائل.

ب. عرض نتائج التحليل الوصفي لبعده منصات البيع والشراء الإلكتروني

يعد بعد منصات البيع والشراء الإلكتروني من الأبعاد الحيوية للمعاملات الإلكترونية، حيث تمثل هذه المنصات البيئة الرقمية التي تتيح للمؤسسات عرض منتجاتها وخدماتها وتسهيل عمليات التبادل التجاري بين البائعين والمشتريين عبر الإنترنت. يركز التحليل الوصفي لهذا البعد على تقييم مدى فعالية هذه المنصات في تحسين تجربة المستخدم، وتوفير بيئة آمنة وسهلة الاستخدام، بالإضافة إلى قدرتها على تلبية احتياجات العملاء وتعزيز التفاعل معهم. كما يتناول التحليل دور هذه المنصات في جمع وتحليل بيانات المبيعات وسلوك المستهلكين، مما يساعد المؤسسات على فهم الاتجاهات الشرائية وتحديد الفرص التسويقية الجديدة، وبالتالي دعم تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية بشكل عام.

جدول رقم (03-03): عرض نتائج التحليل الوصفي لبعده منصات البيع والشراء الإلكتروني

الرقم	فقرات بعد منصات البيع والشراء الإلكتروني	المتوسط	الانحراف المعياري	أقل قيمة	أكبر قيمة	الرتبة	الاتجاه العام
1	تمتلك المؤسسة منصة إلكترونية لعرض المنتجات أو الخدمات	4.02	.398	2	5	1	اتجاه مرتفع
2	يمكن إتمام عمليات الشراء إلكترونيا دون الحاجة للحضور	3.11	1.071	1	5	4	اتجاه مرتفع
3	تعرض المنصة معلومات كافية عن كل منتج أو خدمة	3.93	.688	1	5	2	اتجاه مرتفع
4	تتيح المنصة التواصل السريع مع الزبائن	3.58	.723	1	5	3	اتجاه مرتفع
5	تعمل المنصة بشكل مستقر دون أعطال متكررة	3.04	.852	1	4	5	اتجاه مرتفع
	متوسط البيع منصات البيع والشراء	3.538	.5167	2	5		اتجاه مرتفع
	حجم العينة	45	45	45	45	45	45

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

يشير تحليل بعد منصات البيع والشراء الإلكتروني إلى توجه مرتفع في جميع الفقرات المتعلقة باستخدام هذه المنصات داخل المؤسسة، حيث حصلت فقرة "تمتلك المؤسسة منصة إلكترونية لعرض المنتجات أو الخدمات" على أعلى متوسط (4.02) مع انحراف معياري منخفض، مما يعكس استقرارا وثقة في وجود المنصة الإلكترونية. تلتها فقرة "تعرض المنصة معلومات كافية عن كل منتج أو خدمة" بمتوسط 3.93، مما يشير إلى توفير معلومات وافية تدعم قرار الشراء. كما أظهرت الفقرة "تتيح المنصة التواصل السريع مع الزبائن" متوسطا جيدا (3.58)، مما

يعكس أهمية التفاعل مع العملاء. في المقابل، كانت فقرتنا "يمكن إتمام عمليات الشراء إلكترونياً دون الحاجة للحضور" و"تعمل المنصة بشكل مستقر دون أعطال متكررة" الأقل متوسطين (3.11 و 3.04 على التوالي) مع انحراف معياري مرتفع نسبياً، مما يشير إلى وجود تفاوت في تجربة المستخدمين فيما يتعلق بسهولة إتمام الشراء واستقرار المنصة. وبمتوسط عام بلغ 3.54، تعكس النتائج توجهها إيجابياً نحو استخدام منصات البيع والشراء الإلكتروني، مع ضرورة التركيز على تحسين استقرار المنصة وسلاسة عمليات الشراء لتعزيز رضا العملاء.

ت. عرض نتائج التحليل الوصفي لبعده سرعة تنفيذ المعاملات

يمثل بعد سرعة تنفيذ المعاملات أحد العوامل المحورية في تقييم فعالية المعاملات الإلكترونية داخل المؤسسات، حيث يعكس مدى قدرة المؤسسة على إنجاز العمليات بسرعة ودقة، مما يؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء وكفاءة الأداء المؤسسي. يهدف التحليل الوصفي لهذا البعد إلى تقديم صورة واضحة حول سرعة تنفيذ المعاملات الإلكترونية، من خلال قياس متوسطات الأداء وتوزيع البيانات المتعلقة بزمن إنجاز العمليات، بالإضافة إلى تحديد مدى تباين هذه السرعة بين مختلف الحالات. ويعد هذا التحليل خطوة أساسية لفهم نقاط القوة والضعف في عمليات التنفيذ الإلكتروني، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة في السوق.

جدول رقم (03-04): عرض نتائج التحليل الوصفي لبعده سرعة تنفيذ المعاملات

الرقم	فقرات بعد منصات سرعة تنفيذ المعاملات	المتوسط	الانحراف المعياري	أقل قيمة	أكبر قيمة	الرتبة	الاتجاه العام
1	تتم المعاملات الإلكترونية بسرعة وبدون تأخير	3.64	.609	2	5	4	اتجاه مرتفع
2	يتم تنفيذ الطلبات الإلكترونية خلال وقت مناسب	3.84	.601	2	5	3	اتجاه مرتفع
3	يعتمد الزبائن على السرعة في اتخاذ قرار الشراء	3.29	.815	2	5	5	اتجاه مرتفع
4	تتأثر جودة الخدمة بسرعة تنفيذ المعاملة	4.09	.821	1	5	2	اتجاه مرتفع
5	تسعى المؤسسة لتقليل وقت إتمام العملية	4.42	.583	3	5	1	اتجاه مرتفع
	متوسط سرعة تنفيذ المعاملات	3.858	.4256	2	5		اتجاه مرتفع
	حجم العينة	45	45	45	45	45	45

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

يشير تحليل بعد سرعة تنفيذ المعاملات إلى توجه مرتفع في جميع الفقرات المتعلقة بسرعة وكفاءة إنجاز العمليات الإلكترونية داخل المؤسسة. حصلت فقرة "تسعى المؤسسة لتقليل وقت إتمام العملية" على أعلى متوسط (4.42) مع انحراف معياري منخفض نسبياً، مما يعكس حرص المؤسسة على تحسين سرعة التنفيذ. تلتها فقرة "تتأثر جودة الخدمة بسرعة تنفيذ المعاملة" بمتوسط 4.09، مما يؤكد العلاقة الوثيقة بين سرعة التنفيذ وجودة الخدمة المقدمة. كما أظهرت فقرة "يتم تنفيذ الطلبات الإلكترونية خلال وقت مناسب" متوسطاً جيداً (3.84)، و"تمت المعاملات الإلكترونية بسرعة وبدون تأخير" بمتوسط 3.64، مما يدل على فعالية العمليات الإلكترونية في تحقيق سرعة الإنجاز. في المقابل، كانت فقرة "يعتمد الزبائن على السرعة في اتخاذ قرار الشراء" الأقل متوسطاً (3.29) مع انحراف معياري أعلى، مما يشير إلى تفاوت في توقعات العملاء بشأن سرعة اتخاذ القرار. وبتوسط عام بلغ 3.86، تعكس النتائج اهتمام المؤسسة بتحسين سرعة تنفيذ المعاملات الإلكترونية، وهو ما يساهم في رفع جودة الخدمة وتعزيز رضا العملاء.

ث. عرض نتائج التحليل الوصفي لبعـد البنية التحتية الرقمية

يشكل بعد البنية التحتية الرقمية الركيزة الأساسية التي تدعم تنفيذ المعاملات الإلكترونية وتطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية، حيث تمثل البنية التحتية الرقمية مجموعة من المكونات المادية والتنظيمية والبشرية التي تضمن استمرارية وكفاءة العمليات الرقمية. يشمل هذا البعد تقييم جاهزية الشبكات، الخوادم، أنظمة الأمان، وبرمجيات التشغيل التي تتيح بيئة تقنية متكاملة تدعم سرعة وأمان تنفيذ المعاملات الإلكترونية. كما تلعب البنية التحتية الرقمية دوراً حيوياً في تعزيز قدرة المؤسسة على التكيف مع التطورات التكنولوجية الحديثة مثل الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات وتوسيع نطاقها. يعكس التحليل الوصفي لهذا البعد مدى قوة واستقرار البنية التحتية الرقمية في المؤسسة، ومدى تأثيرها المباشر على فعالية العمليات الإلكترونية ودعم التحول الرقمي الشامل، وهو ما يعد عاملاً رئيسياً في تطوير نشاط المؤسسة وتحقيق أهدافها الاقتصادية.

جدول رقم (03-05): عرض نتائج التحليل الوصفي لبعده البنية التحتية الرقمية

الرقم	فقرات بعد منصات البنية التحتية الرقمية	المتوسط	الانحراف المعياري	اقل قيمة	اكبر قيمة	الرتبة	الاتجاه العام
1	قوية إنترنت شبكة المؤسسة تملك ومستقرة	3.98	.723	1	5	5	اتجاه مرتفع
2	في حديثة أجهزة على المؤسسة تعتمد معاملاتها	4.09	.668	2	5	4	اتجاه مرتفع
3	إلكترونية برامج المؤسسة تستخدم وأمنة موثوقة	4.36	.712	2	5	1	اتجاه مرتفع
4	بانظام الإلكتروني النظام تحديث يتم	4.13	.661	3	5	2	اتجاه مرتفع
5	فني دعم خدمات المؤسسة لدى تتوفر فعالة	4.11	.573	3	5	3	اتجاه مرتفع
	الرقمية التحتية البنية متوسط	4.133	.4592	1	5		اتجاه مرتفع
	حجم العينة	45	45	45	45	45	45

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

يشير تحليل بعد البنية التحتية الرقمية إلى توجه مرتفع في جميع الفقرات التي تعكس جاهزية المؤسسة من الناحية التقنية لدعم العمليات الإلكترونية. حصلت فقرة "تستخدم المؤسسة برامج إلكترونية موثوقة وآمنة" على أعلى متوسط (4.36) مع انحراف معياري معتدل، مما يدل على ثقة عالية في أمان وموثوقية البرمجيات المستخدمة. تلتها فقرة "يتم تحديث النظام الإلكتروني بانظام" بمتوسط 4.13، و"تتوفر لدى المؤسسة خدمات دعم فني فعالة" بمتوسط 4.11، مما يعكس حرص المؤسسة على صيانة وتطوير بنيتها الرقمية باستمرار. كما أظهرت فقرة "تعتمد المؤسسة على أجهزة حديثة في معاملاتها" متوسطا جيدا (4.09)، في حين كانت فقرة "تملك المؤسسة شبكة إنترنت قوية ومستقرة" الأقل متوسطا (3.98) مع انحراف معياري أعلى، مما يشير إلى بعض التفاوت في تقييم جودة الشبكة. وبمتوسط عام بلغ 4.13، تعكس النتائج قوة واستقرار البنية التحتية الرقمية في المؤسسة، مما يسهم بشكل مباشر في دعم تنفيذ المعاملات الإلكترونية وتحقيق التحول الرقمي الفعال.

ج. عرض نتائج التحليل الوصفي لبعده تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية

يشكل بعد تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية المتغير التابع في الدراسة، حيث يعكس هذا البعد مدى قدرة المؤسسة على النمو والتوسع وتحسين أدائها الاقتصادي في ظل التغيرات البيئية والتكنولوجية. يعد تطوير النشاط مؤشرا حيويا على نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها الاستراتيجية، من خلال تحسين الإنتاجية، زيادة الحصة

السوقية، وتعزيز القدرة التنافسية. يتناول التحليل الوصفي لهذا البعد تقييم الجوانب المختلفة التي تساهم في تطوير نشاط المؤسسة، مثل تحسين جودة الخدمات والمنتجات، تنوع الأنشطة، وتبني استراتيجيات تسويقية فعالة، بالإضافة إلى الاستفادة من الموارد المالية والبشرية بشكل أمثل. كما يبرز هذا التحليل أهمية التكيف مع المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية لضمان استمرارية المؤسسة ونموها المستدام، مما يعكس قدرتها على مواجهة التحديات وتحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة.

2. عرض ترتيب ابعاد متغير المعاملات الالكترونية

الهدف من ترتيب ابعاد متغير المعاملات الإلكترونية، التي تمثل عناصر أساسية في فهم كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية. يشمل ذلك استعراض الأبعاد المختلفة مثل البنية التحتية الرقمية، أنظمة الدفع الإلكتروني، منصات البيع والشراء، وسرعة تنفيذ المعاملات، مع التركيز على أهميتها ودورها في تعزيز كفاءة العمليات الإلكترونية وتحقيق الأداء المؤسسي المتميز.

جدول رقم (03-06): عرض نتائج التحليل الوصفي لبعد البنية التحتية الرقمية

الرقم	ابعاد المعاملات الإلكترونية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الاتجاه العم
1	متوسط انظمة الدفع الالكتروني	3.907	.4702	2	اتجاه مرتفع
2	متوسط البيع منصات البيع والشراء	3.538	.5167	4	اتجاه مرتفع
3	متوسط سرعة تنفيذ المعاملات	3.858	.4256	3	اتجاه مرتفع
4	متوسط البنية التحتية الرقمية	4.133	.4592	1	اتجاه مرتفع
5	متوسط المعاملات الالكترونية	3.8589	.35759		اتجاه مرتفع

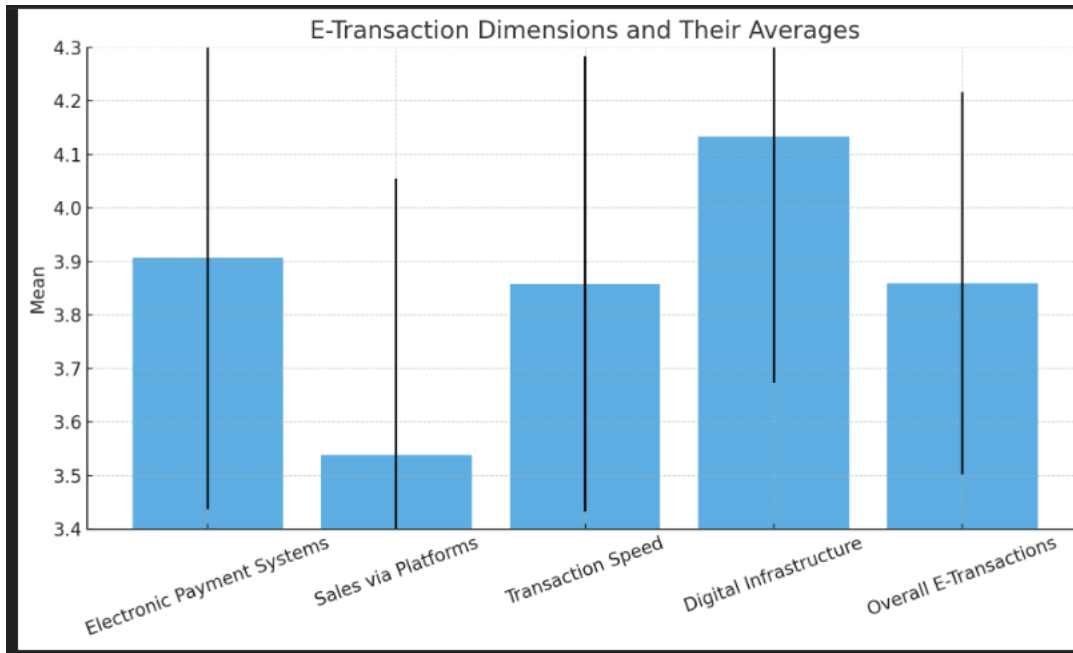
المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

جدول رقم (03-07): ترجمة لأبعاد المعاملات الإلكترونية

الرقم	البعد بالعربية	البعد بالإنجليزية
1	متوسط أنظمة الدفع الإلكتروني	Electronic Payment Systems
2	متوسط البيع منصات البيع والشراء	Sales via Platforms
3	متوسط سرعة تنفيذ المعاملات	Transaction Speed
4	متوسط البنية التحتية الرقمية	Digital Infrastructure
5	متوسط المعاملات الإلكترونية	Overall E-Transactions

المصدر: من اعداد الطلبة.

شكل رقم (03-02): ترتيب ابعاد المعاملات الالكترونية



من Python

تشير نتائج التحليل الوصفي لأبعاد متغير المعاملات الإلكترونية إلى وجود اتجاه مرتفع في جميع الأبعاد، مما يعكس أهمية هذه العوامل في دعم وتطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية. إذ جاءت البنية التحتية الرقمية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.133 وانحراف معياري 0.4592، مما يدل على قوتها واستقرارها كقاعدة أساسية للمعاملات الإلكترونية. تلتها أنظمة الدفع الإلكتروني بمتوسط 3.907 وانحراف معياري 0.4702، مما يعكس اعتماد المؤسسة على وسائل دفع إلكترونية فعالة. كما سجلت سرعة تنفيذ المعاملات متوسطا مرتفعا 3.858 مع انحراف معياري منخفض نسبيا (0.4256)، مما يشير إلى كفاءة العمليات الرقمية. أما منصات البيع والشراء الإلكتروني فاحتلت المرتبة الرابعة بمتوسط 3.538 وانحراف معياري 0.5167، مع أنها أقل نسبيا لكنها لا تزال ضمن الاتجاه المرتفع، مما يعكس فرص تطوير هذا الجانب. ويبلغ المتوسط العام للمعاملات الإلكترونية 3.8589 مع انحراف معياري 0.35759، مما يؤكد الاتجاه الإيجابي العام لهذه الأبعاد في تعزيز الأداء المؤسسي. هذه النتائج تدعم الفرضية القائلة بأن تحسين أبعاد المعاملات الإلكترونية يسهم بشكل فعال في تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية.

جدول رقم (03-08): عرض نتائج التحليل الوصفي لبعث تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية (التابع)

الرقم	فقرات بعد منصات البنية التحتية الرقمية	المتوسط	الانحراف المعياري	اقل قيمة	أكبر قيمة	الرتبة	الاتجاه العام
1	تعتمد المؤسسة على المعاملات الإلكترونية في توسيع نشاطها	3.98	.499	3	5	5	اتجاه مرتفع
2	ساهمت التقنيات الرقمية في تحسين علاقتها مع الزبائن	4.47	.548	3	5	1	اتجاه مرتفع
3	أدت المعاملات الإلكترونية إلى زيادة حجم المبيعات	4.00	.522	3	5	4	اتجاه مرتفع
4	تساعد الأدوات الرقمية المؤسسة على تقليل التكاليف	4.11	.438	3	5	3	اتجاه مرتفع
5	تعتمد المؤسسة على البيانات الإلكترونية لتطوير منتجاتها	3.93	.495	3	5	6	اتجاه مرتفع
6	تستخدم المؤسسة المنصات الإلكترونية لتسريع خدماتها	4.20	.457	3	5	2	اتجاه مرتفع
	متوسط تطوير نشاط المؤسسة	4.11	.263				اتجاه مرتفع
	حجم العينة	45	45	45	45	45	45

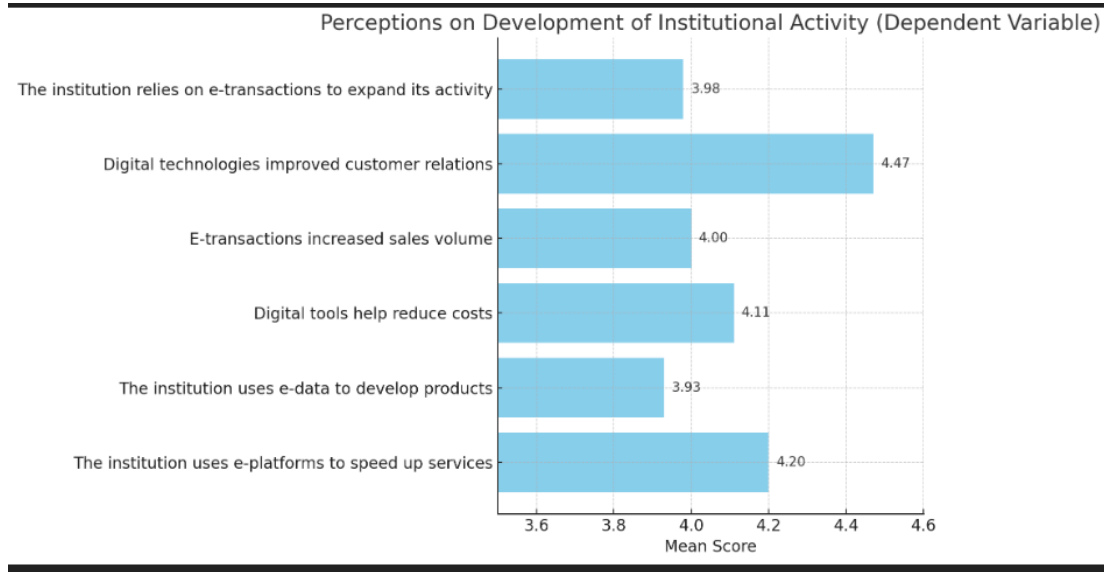
المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

جدول رقم (03-09): ترجمة تتضمن فقرات متغير نشاط المؤسسة

No	Arabic Statement	English Statement	Mean	Std. Dev.	Min	Max	Rank	General Trend
1	تعتمد المؤسسة على المعاملات الإلكترونية في توسيع نشاطها	The institution relies on e-transactions to expand its activity	3.98	0.499	3	5	5	High
2	ساهمت التقنيات الرقمية في تحسين علاقتها مع الزبائن	Digital technologies improved customer relations	4.47	0.548	3	5	1	High
3	أدت المعاملات الإلكترونية إلى زيادة حجم المبيعات	E-transactions increased sales volume	4.00	0.522	3	5	4	High
4	تساعد الأدوات الرقمية المؤسسة على تقليل التكاليف	Digital tools help reduce costs	4.11	0.438	3	5	3	High
5	تعتمد المؤسسة على البيانات الإلكترونية لتطوير منتجاتها	The institution uses e-data to develop products	3.93	0.495	3	5	6	High
6	تستخدم المؤسسة المنصات الإلكترونية لتسريع خدماتها	The institution uses e-platforms to speed up services	4.20	0.457	3	5	2	High

متوسط تطوير نشاط المؤسسة	Average institutional activity development	4.11	0.263				High
حجم العينة	Sample Size	45	45	45	45		

شكل رقم (03-03): ترتيب فقرات متغير نشاط المؤسسة الاقتصادية



من Python

يشير تحليل بعد تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية إلى توجه مرتفع في جميع الفقرات التي تعكس تأثير المعاملات الإلكترونية والتقنيات الرقمية على نمو وتوسع المؤسسة. حصلت فقرة "ساهمت التقنيات الرقمية في تحسين علاقتها مع الزبائن" على أعلى متوسط (4.47) مع انحراف معياري معتدل، مما يدل على أهمية التقنيات الرقمية في تعزيز التواصل وبناء علاقات قوية مع العملاء. تلتها فقرة "تستخدم المؤسسة المنصات الإلكترونية لتسريع خدماتها" بمتوسط 4.20، مما يعكس دور المنصات الرقمية في تحسين سرعة وكفاءة تقديم الخدمات. كما أظهرت الفقرات المتعلقة بـ "تساعد الأدوات الرقمية المؤسسة على تقليل التكاليف" و "أدت المعاملات الإلكترونية إلى زيادة حجم المبيعات" متوسطات مرتفعة (4.11 و 4.00 على التوالي)، مما يؤكد مساهمة الرقمنة في تحسين الأداء المالي وتقليل النفقات التشغيلية. في المقابل، جاءت فقرتا "تعتمد المؤسسة على المعاملات الإلكترونية في توسيع نشاطها" و "تعتمد المؤسسة على البيانات الإلكترونية لتطوير منتجاتها" بأدنى متوسطين (3.98 و 3.93)، مع انحراف معياري منخفض، مما يشير إلى وجود فرص لتعزيز استخدام المعاملات والبيانات الرقمية في هذه الجوانب. وبمتوسط عام بلغ 4.11، تعكس النتائج تأثيراً إيجابياً واضحاً للتحويل الرقمي على تطوير نشاط

المؤسسة الاقتصادية، من خلال تحسين العلاقة مع العملاء، تسريع الخدمات، زيادة المبيعات، وتقليل التكاليف، وهو ما يدعم تحقيق التنمية المستدامة والقدرة التنافسية للمؤسسة.

ثانيا: عرض نتائج اختبار فرضيات الدراسة

يفترض أن تبنى فرضيات الدراسة على أساس العلاقة السببية بين المتغيرات المستقلة (مثل أنظمة الدفع الإلكتروني، منصات البيع والشراء الإلكتروني، سرعة تنفيذ المعاملات، والبنية التحتية الرقمية) والمتغير التابع وهو تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية. يتم اختبار هذه الفرضيات باستخدام نماذج الانحدار الخطي البسيط والمتعدد، حيث يفترض أن تؤثر المتغيرات المستقلة تأثيرا إيجابيا على تطوير النشاط الاقتصادي للمؤسسة. بناء الفرضيات سيتم التركيز يجب على تحديد اتجاه وقوة هذه العلاقات لتقييم مدى مساهمة كل بعد من أبعاد المعاملات الإلكترونية في تحسين الأداء المؤسسي.

1. عرض نتائج تحليل اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة

جدول رقم (03-10): معلمات النموذج المقدر

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.055	.403		7.574	.000
	المعاملات متوسطة الإلكترونية	.275	.104	.373	2.639	.012

a. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين متوسط المعاملات الإلكترونية ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة، حيث يبلغ المعامل غير المعياري 0.275 (B) مع مستوى دلالة 0.012 (Sig.) ، ما يعني أن كل زيادة وحدة واحدة في متوسط المعاملات الإلكترونية ترتبط بزيادة مقدارها 0.275 في تطوير نشاط المؤسسة. كما يعكس معامل بيتا المعياري (Beta = 0.373) تأثيرا متوسطا للمتغير المستقل على المتغير التابع، مما يدل على أن المعاملات الإلكترونية تلعب دورا مهما في تحسين أداء

المؤسسة. قيمة (2.639) t تدعم قوة هذه العلاقة، في حين أن الجزء الثابت (Constant = 3.055) يمثل متوسط تطوير النشاط عندما تكون قيمة المعاملات الإلكترونية صفراً. هذه النتائج تؤكد أهمية تعزيز وتطوير المعاملات الإلكترونية كوسيلة فعالة لتحسين نشاط المؤسسة الاقتصادية، وتدعم فرضية وجود تأثير إيجابي للمعاملات الإلكترونية على تطوير الأداء المؤسسي.

جدول رقم (03-11): المؤشرات القياسية للنموذج المقدر

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.373	.139	.119	.246888594082720	.139	6.967	1	4	.012	1.445

a. Predictors: (Constant), الإلكترونية المعاملات متوسط

b. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج ملخص نموذج الانحدار إلى أن متوسط المعاملات الإلكترونية يرتبط إيجابياً ومتوسط القوة مع متوسط تطوير نشاط المؤسسة، حيث يبلغ معامل الارتباط (R) 0.373 ، ويمثل نموذج الانحدار حوالي 13.9% من التغيير في تطوير النشاط. (R Square = 0.139) القيمة المعدلة لمعامل التحديد (Adjusted R Square) تبلغ 0.119، مما يدل على أن النموذج يحتفظ بقوة تفسيرية معقولة بعد تعديل عدد المتغيرات وحجم العينة. كما يظهر اختبار F قيمة 6.967 مع مستوى دلالة 0.012، مما يؤكد أن النموذج ذو دلالة إحصائية وأن متوسط المعاملات الإلكترونية يساهم بشكل معنوي في تفسير تطوير نشاط المؤسسة. قيمة Durbin-Watson (1.445) تقع ضمن الحدود المقبولة، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة في استقلالية البواقي. هذه النتائج تدعم أهمية تعزيز المعاملات الإلكترونية كعامل مؤثر في تحسين الأداء المؤسسي وتطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية.

2. عرض نتائج تحليل اختبار فرضيات الانحدار الخطي البسيط

عرض نتائج اختبار فرضية العلاقة بين أنظمة الدفع الإلكتروني على نشاط المؤسسة الاقتصادية

جدول رقم (03-12): معاملات النموذج المقدر

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.346	.314		10.647	.000
	متوسط انظمة الدفع الإلكتروني	.197	.080	.352	2.465	.018
a. Dependent Variable: متوسط تطوير نشاط المؤسسة						

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين متوسط أنظمة الدفع الإلكتروني ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة. حيث يظهر معامل الانحدار غير المعياري (B) بقيمة 0.197 مع مستوى دلالة (Sig.) يساوي 0.018، مما يعني أن زيادة وحدة واحدة في متوسط أنظمة الدفع الإلكتروني ترتبط بزيادة مقدارها 0.197 في متوسط تطوير نشاط المؤسسة، مع ثقة عالية في صحة هذه العلاقة. كما أن قيمة (t) (2.465) تدعم رفض فرضية العدم، مؤكدة تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني بشكل إيجابي على تطوير النشاط.

المعادلة التالية تمثل العلاقة بين متوسط أنظمة الدفع الإلكتروني ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط:

$$\text{معادلة الانحدار متوسط تطوير نشاط المؤسسة} = 3.346 + 0.197 \times \text{متوسط أنظمة الدفع الإلكتروني}$$

الإلكتروني

شرح المعاملات:

• **3.346**:الثابت (Constant) يمثل متوسط تطوير نشاط المؤسسة عندما يكون متوسط أنظمة الدفع الإلكتروني صفراً.

• **0.197**:معامل الانحدار. يشير إلى أن كل زيادة بوحدة واحدة في متوسط أنظمة الدفع الإلكتروني تؤدي إلى زيادة متوقعة بمقدار 0.197 في متوسط تطوير نشاط المؤسسة.

المعادلة تصف علاقة خطية موجبة بين المتغيرين. يمكنك استخدامها لتقدير مستوى تطوير النشاط عند أي مستوى معين من استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني.

جدول رقم (03-13): المؤشرات القياسية للنموذج المقدر

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.352 ^a	.124	.103	.2491139647 36523	.124	6.078	1	4 3	.018	1.588
a. Predictors: (Constant), الإلكتروني الدفع انظمة متوسط										
b. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط										

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

ملخص النموذج فيوضح أن معامل الارتباط (R) يساوي 0.352، مما يشير إلى وجود ارتباط متوسط بين المتغيرين. كما يبين معامل التحديد (R Square) أن حوالي 12.4% من التغير في تطوير نشاط المؤسسة يمكن تفسيره من خلال التغير في أنظمة الدفع الإلكتروني، وهو مؤشر على أن هناك عوامل أخرى تؤثر على تطوير النشاط. قيمة (Durbin-Watson) (1.588) تقع ضمن الحدود المقبولة، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة في الارتباط الذاتي للبواقي، وبالتالي فإن النموذج صالح للاستخدام في تفسير العلاقة بين المتغيرين.

■ عرض نتائج اختبار فرضية العلاقة بين منصات البيع والشراء الإلكتروني على نشاط المؤسسة الاقتصادية

جدول رقم (03-14): معلمات النموذج المقدر

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.406	.255		13.347	.000
	منصات البيع متوسط والشراء البيع	.200	.071	.394	2.809	.007

a. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج تحليل الانحدار إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين متوسط البيع عبر منصات البيع والشراء ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة. حيث يظهر المعامل غير المعياري (B) بقيمة 0.200 مع مستوى دلالة (Sig.) يساوي 0.007، مما يدل على أن كل زيادة وحدة واحدة في متوسط البيع عبر هذه المنصات ترتبط بزيادة قدرها 0.200 في متوسط تطوير نشاط المؤسسة. كما يعكس اختبار t بقيمة 2.809 قوة وأهمية هذا التأثير، مما يؤكد أن منصات البيع والشراء الإلكترونية تلعب دورا مؤثرا في تعزيز نشاط المؤسسة.

اما الجزء الثابت (Constant) بقيمة 3.406 يشير إلى متوسط تطوير نشاط المؤسسة عندما يكون متوسط البيع عبر المنصات يساوي صفرا، وهو مستوى أساسي يمكن البناء عليه لفهم تأثير المتغير المستقل. تعكس هذه النتائج أهمية التجارة الإلكترونية ومنصات البيع والشراء في تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية وتطوير نشاطها، مما يدعم فرضية الدراسة حول دور التحول الرقمي في تعزيز الكفاءة والتوسع المؤسسي.

معادلة الانحدار الخطي التي تشرح العلاقة بين متوسط البيع عبر منصات البيع والشراء ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة هي:

$$\text{متوسط تطوير نشاط المؤسسة} = 3.406 + 0.200 \times \text{متوسط البيع عبر المنصات}$$

تفسير المعاملات:

3.406: الجزء الثابت (Constant) يمثل مستوى تطوير نشاط المؤسسة عندما يكون متوسط البيع عبر المنصات صفرا.

0.200 معامل الانحدار. يشير إلى أن كل زيادة بوحدة واحدة في متوسط البيع عبر المنصات ترتبط بزيادة قدرها 0.200 في متوسط تطوير النشاط. حيث ان لتحليل يدعم وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية **(Sig. = 0.007)**، **t = 2.809** مما يؤكد أن استخدام منصات البيع والشراء الإلكترونية يسهم بفعالية في تعزيز تطوير نشاط المؤسسة.

جدول رقم (03-15): المؤشرات القياسية للنموذج المقدر

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.394 ^a	.155	.135	.244644092 264215	.155	7.888	1	4	.007	1.525

a. Predictors: (Constant), والشراء البيع منصات البيع متوسط

b. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج جدول Model Summary إلى ما يلي:

R = 0.394: معامل الارتباط يوضح وجود علاقة ارتباط متوسطة بين متوسط البيع عبر منصات البيع والشراء ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة.

R Square = 0.155: 15.5% من التغير في متوسط تطوير نشاط المؤسسة يمكن تفسيره من خلال متوسط البيع عبر المنصات. النسبة المتبقية (84.5%) تعود إلى عوامل أخرى لم يشملها النموذج.

Adjusted R Square = 0.135: بعد تعديل النموذج لعدد المتغيرات وحجم العينة، تبقى نسبة

التفسير 13.5%. هذا يشير إلى أن النموذج يحافظ على جزء من قوته التفسيرية حتى بعد التصحيح.

Std. Error of the Estimate = 0.2446: يشير إلى متوسط الخطأ المعياري في التقديرات.

القيم الأصغر تعني دقة أعلى.

F Change = 7.888، **df1 = 1**، **df2 = 43**، **Sig. F Change = 0.007**: هذا

الاختبار يقيم ما إذا كانت إضافة متغير "متوسط البيع عبر المنصات" حسنت من النموذج بشكل ملحوظ.

القيمة الاحتمالية 0.007 أقل من 0.05، ما يدل على أن المتغير المستقل يفسر جزءا معنويا من التباين في

المتغير التابع.

Durbin-Watson = 1.525: يقيس وجود الارتباط الذاتي في البواقي. القيمة المثالية هي 2.

القيمة 1.525 تقع ضمن الحدود المقبولة (1.5 إلى 2.5)، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة كبيرة في الارتباط

الذاتي.

الاستنتاج

النموذج يوضح أن البيع عبر المنصات الإلكترونية يفسر جزءا معقولا من تطور نشاط المؤسسة، وله تأثير معنوي.

لكن النموذج لا يفسر سوى نسبة محدودة من التباين، ما يعني وجود عوامل أخرى مؤثرة لم تدرج في هذا

التحليل.

جدول رقم (03-16): عرض نتائج اختبار فرضية العلاقة بين سرعة تنفيذ المعاملات الإلكتروني على

نشاط المؤسسة الاقتصادية

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.436	.351		9.798	.000
	تنفيذ سرعة متوسط المعاملات	.176	.090	.284	1.946	.058

a. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج تحليل الانحدار إلى وجود علاقة إيجابية بين متوسط سرعة تنفيذ المعاملات ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة، حيث يظهر المعامل غير المعياري (B) بقيمة 0.176، مما يعني أن زيادة وحدة واحدة في سرعة تنفيذ المعاملات ترتبط بزيادة 0.176 في تطوير النشاط. رغم أن مستوى الدلالة (Sig.) يبلغ 0.058، وهو قريب من الحد التقليدي 0.05 لكنه لا يصل إلى الدلالة الإحصائية الصارمة، مما يشير إلى أن التأثير محتمل لكنه غير قوي بما يكفي ليكون مؤكدا إحصائيا. يعكس اختبار t بقيمة 1.946 وجود تأثير معتدل لسرعة تنفيذ المعاملات على تطوير النشاط، مما يستدعي مزيدا من البحث أو استخدام عينات أكبر لتعزيز قوة الاستنتاجات. معادلة الانحدار الخطي التي تشرح العلاقة بين متوسط سرعة تنفيذ المعاملات ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة هي:

$$\text{متوسط تطوير نشاط المؤسسة} = 3.198 + 0.176 \times \text{متوسط سرعة تنفيذ المعاملات}$$

تفسير المعاملات:

- **3.198:** الثابت (Constant) يمثل مستوى تطوير النشاط عندما تكون سرعة تنفيذ المعاملات تساوي صفرا.
 - **0.176:** معامل الانحدار. يعني أن كل زيادة بوحدة واحدة في سرعة تنفيذ المعاملات تؤدي إلى زيادة متوقعة ب 0.176 في تطوير النشاط.
 - **Sig. = 0.058:** القيمة قريبة من 0.05 لكنها لا تحقق الدلالة الإحصائية الكاملة. التأثير موجود، لكنه ضعيف نسبيا.
 - **t = 1.946:** يشير إلى وجود تأثير معتدل، لكن غير مؤكد إحصائيا بشكل صارم.
- النتائج تعني أن هناك ارتباطا إيجابيا محتملا، لكن لا يمكن تأكيده بثقة إحصائية عالية. استخدام عينة أكبر أو نماذج أكثر شمولاً قد يزيد من دقة التقدير.

جدول رقم (03-17): هل فكرت بتحليل تأثير متغيرات أخرى مثل عدد المعاملات اليومية أو نسبة التحول الرقمي داخل المؤسسة؟

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.284 ^a	.081	.060	.255143789 227760	.081	3.786	1	4	.058	1.346

a. Predictors: (Constant), المعاملات تنفيذ سرعة متوسط

b. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج ملخص نموذج الانحدار إلى أن معامل الارتباط (R) بين متوسط سرعة تنفيذ المعاملات ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة يبلغ 0.284، مما يدل على وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين المتغيرين. أما معامل التحديد (R Square) فيبلغ 0.081، وهو يعني أن حوالي 8.1% فقط من التغير في تطوير نشاط المؤسسة يمكن تفسيره من خلال التغير في سرعة تنفيذ المعاملات، مما يشير إلى أن هناك عوامل أخرى تلعب دوراً أكبر في تفسير التغيرات. القيمة المعدلة لمعامل التحديد (Adjusted R Square) بلغت 0.060، وهي تأخذ في الاعتبار عدد المتغيرات وحجم العينة، وتؤكد ضعف القوة التفسيرية للنموذج. كما أن اختبار F يظهر قيمة 3.786 مع مستوى دلالة 0.058، وهو قريب من الحد التقليدي للدلالة (0.05) لكنه لا يصل إليه، مما يشير إلى أن النموذج غير قوي إحصائياً بدرجة كافية لتأكيد تأثير سرعة تنفيذ المعاملات على تطوير النشاط. قيمة Durbin-Watson (1.346) تقع ضمن الحدود المقبولة، مما يدل على عدم وجود مشكلة كبيرة في استقلالية البواقي. بشكل عام، تعكس هذه النتائج أن سرعة تنفيذ المعاملات لها تأثير محدود وغير مؤكد إحصائياً على تطوير نشاط المؤسسة، مما يستدعي دراسة عوامل أخرى لتعزيز فهم العوامل المؤثرة.

عرض نتائج اختبار فرضية العلاقة بين البنية التحتية الرقمية الإلكتروني على نشاط المؤسسة الاقتصادية
جدول رقم (03-18): عرض نتائج اختبار فرضية العلاقة بين البنية التحتية الرقمية الإلكتروني على
نشاط المؤسسة الاقتصادية

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.887	.362		10.750	.000
	البنية التحتية متوسطة الرقمية	.055	.087	.096	.633	.530

a. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج تحليل الانحدار إلى أن متوسط البنية التحتية الرقمية لا يظهر تأثيرا ذا دلالة إحصائية على متوسط تطوير نشاط المؤسسة، حيث يبلغ المعامل غير المعياري (B) 0.055 مع مستوى دلالة (Sig.) يساوي 0.530، وهو أعلى بكثير من الحد التقليدي 0.05، مما يعني أن العلاقة بين البنية التحتية الرقمية وتطوير النشاط ليست قوية أو مؤكدة إحصائيا في هذه العينة. كما أن قيمة (0.633) t تدل على ضعف تأثير هذا المتغير، مما يشير إلى أن البنية التحتية الرقمية وحدها قد لا تكون كافية لتفسير التغيرات في تطوير نشاط المؤسسة، وقد يكون من الضروري النظر في عوامل أخرى أو تفاعلات متعددة بين المتغيرات لتحقيق فهم أعمق لهذا التأثير.

معادلة الانحدار التي توضح العلاقة بين متوسط البنية التحتية الرقمية ومتوسط تطوير نشاط المؤسسة:

$$\text{متوسط تطوير نشاط المؤسسة} = 3.553 + 0.055 \times \text{متوسط البنية التحتية الرقمية}$$

تفسير المعاملات:

• **3.553**: الجزء الثابت (Constant) يمثل مستوى تطوير النشاط عندما تكون البنية التحتية الرقمية تساوي صفرا.

• **0.055**: معامل الانحدار. يشير إلى أن كل زيادة وحدة واحدة في البنية التحتية الرقمية ترتبط بزيادة متوقعة بـ 0.055 فقط في تطوير النشاط.

• **Sig. = 0.530**: أعلى بكثير من 0.05. لا توجد دلالة إحصائية.

• **t = 0.633**: التأثير ضعيف وغير معنوي.

النتيجة تشير إلى غياب تأثير مباشر واضح للبنية التحتية الرقمية على تطوير النشاط في هذا النموذج.

هل البنية التحتية الرقمية مفعلة بشكل فعلي داخل المؤسسة؟ أم أنها موجودة شكليا دون استخدام فعال؟

هل جربت اختبار تفاعلها مع متغيرات أخرى مثل الكفاءات الرقمية أو الاستثمار في التكنولوجيا؟

جدول رقم (03-19): العلاقة بين البنية التحتية الرقمية الإلكتروني على نشاط المؤسسة الاقتصادية

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.096 ^a	.009	-.014	.264905807 552736	.009	.401	1	4	.530	1.320

a. Predictors: (Constant), الرقمية التحتية البنية متوسط

b. Dependent Variable: المؤسسة نشاط تطوير متوسط

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS;25

تشير نتائج ملخص نموذج الانحدار إلى أن العلاقة بين متوسط البنية التحتية الرقمية ومتوسط تطوير نشاط

المؤسسة ضعيفة جدا، حيث يبلغ معامل الارتباط (R) 0.096، ويشرح النموذج فقط 0.9% من التباين في

تطوير نشاط المؤسسة (R Square = 0.009)، وهي نسبة ضئيلة تدل على ضعف قدرة هذا المتغير المستقل

في تفسير التغيرات في المتغير التابع. كما أن القيمة المعدلة لمعامل التحديد (Adjusted R Square) سالبة

(-0.014)، مما يعكس أن النموذج قد يكون أسوأ من نموذج بسيط يفترض عدم وجود علاقة بين المتغيرين.

بالإضافة إلى ذلك، يظهر اختبار F قيمة 0.401 مع مستوى دلالة 0.530، وهو ما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية للنموذج، مما يعني أن البنية التحتية الرقمية لا تساهم بشكل معنوي في تفسير تطوير نشاط المؤسسة ضمن هذه العينة. قيمة (1.320) Durbin-Watson تقع ضمن الحدود المقبولة، مما يدل على عدم وجود مشكلة في استقلالية البواقي. بناء على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج بأن البنية التحتية الرقمية بمفردها ليست عاملا مؤثرا قويا في تطوير نشاط المؤسسة، ويتطلب الأمر دراسة عوامل أخرى أو نماذج أكثر تعقيدا لفهم العوامل المؤثرة بشكل أفضل.

المطلب الثالث: مناقشة النتائج

تبرز نتائج التحليل الوصفي أهمية بالغة للبنية التحتية الرقمية في مؤسسة بريد الجزائر فرع ولاية الوادي، حيث حصل هذا البعد على أعلى متوسط تقييم (4.133)، مما يعكس إدراكا واضحا لدى العاملين والإدارة بأهمية وجود بنية تحتية متطورة كقاعدة أساسية لدعم العمليات الإلكترونية. في واقع العمل بالبريد، تعد البنية التحتية الرقمية الأساس الذي يتيح تنفيذ أنظمة الدفع الإلكتروني، منصات البيع والشراء، وسرعة تنفيذ المعاملات، وهي عوامل حيوية لتحسين جودة الخدمات البريدية الرقمية وتوسيع نطاقها.

مع ذلك، أظهرت نتائج اختبار الفرضيات من خلال نماذج الانحدار الخطي أن البنية التحتية الرقمية لم تسجل تأثيرا إحصائيا ذا دلالة معنوية على تطوير نشاط المؤسسة (Sig.=0.530)، مما يشير إلى أن وجود البنية التحتية وحده لا يكفي لتحقيق تطوير ملموس، وربما يعود ذلك إلى تحديات في استغلال هذه البنية أو ضعف التكامل مع الأنظمة الأخرى. بالمقابل، أظهرت أنظمة الدفع الإلكتروني تأثيرا إيجابيا ومعنويا (Sig.=0.018)، ومنصات البيع والشراء الإلكترونية تأثيرا قويا أيضا (Sig.=0.007) على تطوير النشاط، مما يؤكد أن هذه الأبعاد تمثل عوامل فاعلة ومباشرة في تحسين الأداء المؤسسي. أما سرعة تنفيذ المعاملات، فقد أظهرت تأثيرا محدودا وغير مؤكد إحصائيا (Sig.=0.058)، مما يعكس وجود عقبات تنظيمية أو تقنية تؤثر على كفاءة العمليات اليومية.

هذا التباين بين النتائج الوصفية والقياسية يعكس واقع العمل في فرع ولاية الوادي، حيث قد تتوفر بنية تحتية رقمية جيدة، لكنها تحتاج إلى تحسينات في الاستغلال والتكامل مع أنظمة الدفع والمنصات الإلكترونية لتحقيق أثر فعلي على تطوير النشاط. كما يشير إلى أهمية التركيز على تطوير أنظمة الدفع ومنصات البيع والشراء كعوامل رئيسية لتعزيز القدرة التنافسية وتحسين الخدمات، مع العمل على تسريع تنفيذ المعاملات من خلال تحسين الإجراءات والكفاءات.

بناء على هذه النتائج، يتضح أن استراتيجية تطوير نشاط مؤسسة بريد الجزائر فرع ولاية الوادي يجب أن تكون شاملة، تدمج بين تحديث البنية التحتية الرقمية، تعزيز أنظمة الدفع الإلكتروني، تطوير منصات البيع والشراء، وتحسين سرعة تنفيذ المعاملات، مع معالجة التحديات التشغيلية والتقنية لضمان تحقيق الفعالية والنجاح في التحول الرقمي.

خلاصة الفصل التطبيقي

أبرز التحليل التطبيقي أن المعاملات الإلكترونية تلعب دورا فعالا في تطوير نشاط مؤسسة بريد الجزائر فرع ولاية الوادي، خاصة من خلال أنظمة الدفع الإلكتروني ومنصات البيع والشراء الرقمية التي أثبتت تأثيرا معنويا واضحا على الأداء. كما أظهرت البيانات أن العاملين في المؤسسة يدركون أهمية البنية التحتية الرقمية، وهو ما انعكس في التقييم المرتفع لهذا البعد (متوسط 4.133)، غير أن نتائج النماذج الإحصائية بينت أن هذا العامل، رغم أهميته، لا يحقق تأثيرا مباشرا على تطوير النشاط في غياب استغلال فعال وتكامل وظيفي.

من جهة أخرى، تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المعاملات الإلكترونية والخدمات المالية الإلكترونية، ما يعزز أهمية التحول الرقمي كمحرك أساسي لتحسين جودة الخدمات. وتعكس هذه النتائج الحاجة إلى معالجة التحديات التشغيلية، وتفعيل البنية الرقمية، والاهتمام بالأنظمة الأكثر تأثيرا لتحقيق تطوير حقيقي ومستدام في الأداء المؤسسي.

الخاتمة

أظهرت نتائج الدراسة أن التطور التكنولوجي أحدث تحولاً ملموساً في النشاط الاقتصادي، خاصة في القطاع المالي، حيث أصبحت المعاملات الإلكترونية أداة مركزية لتحسين الأداء المؤسسي وتطوير الخدمات المالية. وقد بينت الدراسة التطبيقية المنجزة على وحدة البريد الولائية لولاية الوادي أن هذه المعاملات تساهم في تبسيط الإجراءات، تقليص التكاليف، وتوسيع نطاق الخدمات، ما ينعكس إيجابياً على كفاءة النشاط المالي. كما أظهر التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية معنوية بين المعاملات الإلكترونية والخدمات المالية الإلكترونية، مما يؤكد فعاليتها كوسيلة لتحسين جودة الخدمات. في السياق ذاته، أبرز التحليل الوصفي أهمية البنية التحتية الرقمية، التي سجلت أعلى متوسط تقييم (4.133)، مما يدل على وعي كبير بأهميتها، غير أن نتائج الانحدار الخطي أظهرت عدم تأثيرها المعنوي على تطوير النشاط (Sig.=0.530)، وهو ما يشير إلى ضعف في استغلال هذه البنية أو محدودية تكاملها. بالمقابل، سجلت أنظمة الدفع الإلكتروني (Sig.=0.018) ومنصات البيع والشراء الإلكترونية (Sig.=0.007) تأثيراً معنوياً إيجابياً، ما يجعلها عوامل حاسمة في تحسين الأداء. أما سرعة تنفيذ المعاملات، فقد أظهرت تأثيراً محدوداً (Sig.=0.058)، ما يعكس تحديات تنظيمية أو فنية. تعكس هذه النتائج ضرورة تبني رؤية استراتيجية متكاملة تعتمد على تطوير البنية التحتية، تفعيل أنظمة الدفع والمنصات الرقمية، وتحسين كفاءة التنفيذ، من أجل ضمان نجاح التحول الرقمي وتعزيز قدرة المؤسسة على التكيف مع متطلبات بيئة الأعمال الحديثة.

توصيات الدراسة:

- تطوير استغلال البنية التحتية الرقمية المتوفرة من خلال تكاملها مع أنظمة الدفع الإلكتروني ومنصات البيع والشراء، وربطها بأنظمة تشغيل فعالة تضمن تحقيق الأثر المطلوب في تطوير النشاط.
- توسيع استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني باعتبارها من أكثر العوامل تأثيراً على تحسين الأداء، مع تحديث البرمجيات وتوفير الدعم الفني المستمر لضمان سلاسة الخدمة.
- تعزيز انتشار وتفعيل منصات البيع والشراء الإلكترونية، عبر إتاحتها للمستخدمين وتسهيل استخدامها، وتشجيع التفاعل الإلكتروني بين المؤسسة والزبائن.
- تحسين سرعة تنفيذ المعاملات من خلال مراجعة الإجراءات الداخلية، تقليص المعالجات اليدوية، وتكوين الموارد البشرية على أدوات العمل الرقمي.
- تكثيف حملات التكوين والتحسيس الموجهة للموظفين والزبائن حول فوائد وأدوات المعاملات الإلكترونية، لضمان الاستخدام الفعال وتوسيع القاعدة المستفيدة.

- إعادة النظر في توزيع الموزعات الآلية من حيث العدد والموقع، بما يراعي الكثافة السكانية والأمان والطلب الفعلي، لتقليل الازدحام وتحسين تجربة الزبائن.
- العمل على تعميم البطاقات البنكية على جميع أصحاب الحسابات الجارية لضمان شمولية الوصول إلى الخدمات الإلكترونية.
- إجراء دراسات تسويقية دورية قبل إطلاق أي منتج أو خدمة بريدية جديدة، تعتمد على آراء الزبائن واحتياجاتهم، لضمان الاستجابة الفعلية لتطلعاتهم.
- آفاق الدراسة
- تفتح نتائج هذه الدراسة المجال لمزيد من الأبحاث في مواضيع مرتبطة، مثل:
- تحليل العلاقة بين المعاملات الإلكترونية وجودة الخدمات المالية المقدمة.
- قياس أثر المعاملات الإلكترونية على تنافسية المؤسسة.
- دراسة تأثير هذه المعاملات على تسهيل المهام اليومية للموظفين وتحسين كفاءتهم التشغيلية.

قائمة المراجع

الكتب:

- سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
- سليمان شكيب الجيوسي، محمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات المالية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 01، 2009.
- العبسي ايناس، إدارة الإدارة مدخل إلى إدارة التغيير وإدارة الجودة الشاملة والإدارة الإلكترونية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2021.
- علاء عبد الرزاق السالمي، السليطي، الإدارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.

المذكرات والرسائل الجامعية:

الدكتوراه:

- أسماء دردور، أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه، في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2016/2015.
- يايسي الياس، الآثار المحتملة لتحرير تجارة الخدمات المالية على القطاع المصرفي الجزائري وفقا للاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2013/2012.

الماجستير:

- بوسعدية مراد، تحرير تجارة الخدمات المالية في التجارة الدولية ودوره في تعزيز التنافسية التجارية الدولية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016/2015.
- جمال صلاح إمام، الانظمة الالكترونية (مفهومها، اقسامها، أساليب اقتنائها، نظام المستقبل)، مذكرة للحصول على شهادة ماجستير، تخصص الوثائق والمكتبات، جامعة الازهر الشريف، مصر، 2017.
- رمزي طلال، حسن الردايدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن
- دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الأردنية والمصارف الأجنبية في مدينة عمان، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر ال (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط حزيران 2012،

الماستر:

- بلقاسم شهر زاد، دور التسويق الخدماتي في تحسين جودة الخدمة -دراسة حالة وكالة اتصالات الجزائر لولاية مستغانم-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016.
- بن علو زهية، قمو حنان، دور الخدمات المالية الرقمية في التخفيف من أزمة السيولة -دراسة حالة بريد الجزائر تيارت-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة ابن خلدون تيارت، 2023/2022.
- بوعريوة أحمد، بوشايلة ياسمين، دور جودة الخدمات المالية في تحقيق رضا الزبون -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة القرارم قوقة 837-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: تسويق خدمات، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميلة، 2018/2017.
- درقالي خولة، المعاملات الالكترونية وأثرها على الخدمة المالية في بريد الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص: تسويق خدمات، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2021/2020.
- رقالي خولة، المعاملات الإلكترونية وأثرها على الخدمة المالية في بريد الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تسويق الخدمات، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2022/2021.
- شبيلة غيلاني، صفاء بجادي، التسويق الالكتروني الخدمي -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بتقوت-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015.
- ص 14.
- فونودو عبد اللطيف، عمر نصر الدين، أثر استخدام الأنظمة الإلكترونية الحديثة على الفحص الضريبي - دراسة آراء عينة من موظفي مديرية الضرائب المسيلة -، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص محاسبة وتدقيق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2022/2021.
- قالي سارة، دور قانون المعاملات الإلكترونية في تفعيل خدمة الاقتصاد الرقمي -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأم البواقي -، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص مالية و بنوك، جامعة أم بواقي، 2014/2013.
- قويدر بلقيس، دور الخدمات المالية الرقمية في حل أزمة السيولة -دراسة حالة بريد الجزائر وحدة البريد الولائية بسكرة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020/2019.

المقالات والملتقيات والمحاضرات:

- أحمد بن عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية، مجلة الباحث، عدد 4، 2006 .

- بركات عماد الدين، طيبي حورية، وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 01، العدد 02، 2019.
- بلعربي علي، بقنيش عثمان، الاطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة حقوق الانسان والحريات العامة، العدد4، 2017.
- بن علي احسان، محاضرات في مدخل الخدمات، محاضرات مقدمة لطلبة سنة أولى ماستر تخصص تسويق مصري، جامعة الجلفة، 2022/2021.
- بن علي أمينة، الخدمات المالية محاضرات في تسويق الخدمات المالية، موجهة لطلبة سنة أولى ماستر تسويق الخدمات، جامعة طاهري محمد، بشار، 2018/2017.
- بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 07، العدد01، 2022.
- خديجة عبد اللاوي، محاضرات في قانون المعاملات الالكترونية، مقدمة لطلبة سنة أولى ماستر تخصص قانون خاص، جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت، 2022/2021.
- خليفة مصطفى أبو عاشور، ديانا جميل النمري، مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر الهيئة التدريسية والإداريين، المجلة الاردنية في العلوم التربوية، المجلد 9، العدد 02، 2013.
- سالم مجدي عادل، وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية، مؤسسة بريد الجزائر نموذج، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 09، العدد01، 2025.
- سحر قدوري، الإدارة الإلكترونية وامكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة مجلة منصور، العدد 14، 2016.
- سعيد زيوش، التجارة الالكترونية وآليات حماية خصوصية المستهلك الجزائري، مجلة هيروودوت للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 25، 2023.
- صلاح إلياس، مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، مداخلة مقدمة إلى المنتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26، 27 افريل 2011.
- عائشة موزاوي، عبد القادر موزاوي، تسويق الخدمات بين المفاهيم والاستراتيجيات، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 7، العدد 1، 2020.
- عبد الجليل طواهرير، محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الالكترونية باستعمال مقياس NETQUAL، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2، جامعة الجليلي ليايس، سيدي بعباس، 2012.
- العشي هارون، بوراس فايزة، وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تحسين الاداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، المجلد 9، العدد 3، 2018.

– اللجنة الاحصائية حول التجارة الالكترونية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي لهيئة الأمم المتحدة، الدورة الثالثة والثلاثون، 5-6 مارس 2002.

– مثنى سعد ياسين، زهراء جار الله حمو، مدى مساهمة الاتحاديات الإستراتيجية للتحويل الرقمي في صعوبة رقمنة الخدمات المالية وسبل مواجهتها استراتيجيا، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 17، العدد 56، 2021.

– محمودي أحمد، محاضرات في مدخل للخدمات، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسيمسليت، 2020/2019.

– منصورى زينب، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26، 27 افريل 2011.

– نيس سعيدة، التكنولوجيا المالية فرصة لتطوير الخدمات المالية، مجلة البحوث المالية المتقدمة، المجلد 07، العدد 02، 2022.

– وصيف فائزة خير الدين، زهواني رضا، أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية في تسهيل مهام موظفي الإدارة الضريبية -دراسة حالة المديرية العامة للضرائب الوادي، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 23، العدد 01، 2023.

القوانين والتشريعات:

– القانون 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439، الموافق 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 28، الصادرة في 30 شعبان 1439، الموافق ل 16 مايو 2018.

المواقع الالكترونية:

– محمد أنور، تسويق الخدمات، متوفر على الموقع الالكتروني: <https://anwr.me>.

الملاحق

جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



أخي الفاضل، أختي الفاضلة يتشرف الطلبة أن يضعوا بين أيديكم

استبيان لإجراء دراسة بعنوان : " دور المعاملات الالكترونية في تطوير نشاط المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة بريد الجزائر فرع ولاية الوادي-"، تطلبت دراستنا تطبيق المقياس الذي بين أيديكم، فنرجو منكم مشكورين بمنحنا جزءا يسيرا من وقتكم الثمين للإجابة عن هذا الاستبيان بوضع العلامة (√) أمام الإجابة الصحيحة بالنسبة لكم علما أن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

إشراف الأستاذ:

- عيشوش محمد الحافظ

من إعداد:

- محمد يحي

- همام بوصبيح صالح

الملاحق

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

من 30 - 35 من 35 - 40 من 40 - 45

المستوى الدراسي:

تقني سامي ليسانس ماجستير

3- عدد سنوات العمل:

بين 5 - 10 سنوات بين 10 - 15 سنة أكثر من 15 سنة

4- الوظيفة:

مسير غير مسير

المحور الثاني: متغيرات الدراسة

الرقم	الأسئلة	موافق	غير موافق	محايد
القسم الاول: المعاملات الالكترونية				
01	تطبق المؤسسة المعاملات الالكترونية في تقديم خدماتها			
02	عممت المؤسسة التعامل الالكتروني على جميع خدماتها			
03	تقوم المؤسسة برقمنة المنتجات والخدمات المتغيرة بشكل مستمر			
04	تستخدم المؤسسة معاملات إلكترونية متعددة لتسيير خدماتها			
05	تتكامل المعاملات المالية الإلكترونية مع الإجراءات الإدارية داخل المؤسسة			
06	يستخدم المتعاملون المعاملات الالكترونية في الاستفسار على منتجات أو خدمات تقدمها المؤسسة			
07	تعتمد المؤسسة على الرقمنة لحل بعض المشكلات التشغيلية			
08	يفضل الزبائن استخدام المعاملات الإلكترونية بدلا من الطرق التقليدية			
09	هناك طلب متزايد على المعاملات الإلكترونية من طرف الزبائن			
10	توفر المعاملات الإلكترونية جودة خدمة مماثلة للمعاملات التقليدية			
القسم الثاني: الخدمات المالية الالكترونية				
01	تمكن وسائل الدفع الإلكتروني الزبائن من تنفيذ عمليات مالية بسهولة			
02	توفر وسائل الدفع والخدمات المالية الالكترونية الأمن والمصداقية			
03	تؤثر وسائل الدفع والخدمات المالية الالكترونية على رضا الزبائن			
04	تسهل وسائل الدفع الإلكتروني إجراء تعاملات مالية دولية			
05	تنظم المؤسسة حملات توعوية لتعريف الزبائن بوسائل الدفع			
06	تشجع المؤسسة الزبائن على استخدام أجهزة السحب الآلي بانتظام			
07	عممت المؤسسة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني (مثل البطاقات) على زبائنها			
08	قامت المؤسسة بتنويع وسائل الدفع الإلكترونية لتلبية احتياجات الزبائن			
09	تؤثر القدرة المالية للزبون على اختياره لوسائل الدفع الإلكتروني			

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير منا.

الملحق رقم (02): مخرجات التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
دفع وسائل المؤسسة تستخدم متنوعه إلكتروني	45	4	5	4.24	.435	.189
عبر الدفع للزبائن المؤسسة تتيح بسهولة الإنترنت	45	2	5	4.07	.618	.382
للدفع آمنة بيئة المؤسسة توفر الإلكتروني	45	2	5	4.27	.720	.518
الدفع وسائل على الزبائن يعتمد بانتظام الإلكتروني	45	1	5	3.13	1.014	1.027
بالدفع مقارنة النقدي التعامل نسبة نقل الإلكتروني	45	1	5	3.82	.806	.649
الإلكتروني الدفع أنظمة متوسط	45	2.8	5.0	3.907	.4702	.221
Valid N (listwise)	45					

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
لعرض إلكترونية منصة المؤسسة تمتلك الخدمات أو المنتجات	45	2	5	4.02	.398
دون إلكترونيا الشراء عمليات إتمام يمكن للحضور الحاجة	45	1	5	3.11	1.071
كل عن كافية معلومات المنصة تعرض خدمة أو منتج	45	1	5	3.93	.688
الزبائن مع السريع التواصل المنصة تتيح	45	1	5	3.58	.723
أعطال دون مستقر بشكل المنصة تعمل متكررة	45	1	4	3.04	.852
والشراء البيع منصات البيع متوسط	45	2.2	4.4	3.538	.5167
Valid N (listwise)	45				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
بسرعة الإلكتروني المعاملات تتم تأخير وبدون	45	2	5	3.64	.609
خلال الإلكتروني الطلبات تنفيذ يتم مناسب وقت	45	2	5	3.84	.601
اتخاذ في السرعة على الزبائن يعتمد الشراء قرار	45	2	5	3.29	.815
تنفيذ بسرعة الخدمة جودة تتأثر المعاملة	45	1	5	4.09	.821
إتمام وقت لتقليل المؤسسة تسعى العملية	45	3	5	4.42	.583
المعاملات تنفيذ سرعة متوسط	45	2.2	4.6	3.858	.4256
Valid N (listwise)	45				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
قوية إنترنت شبكة المؤسسة تملك ومستقرة	45	1	5	3.98	.723
في حديثة أجهزة على المؤسسة تعتمد معاملاتها	45	2	5	4.09	.668
إلكترونية برامج المؤسسة تستخدم وأمنة موثوقة	45	2	5	4.36	.712
بانتظام الإلكتروني النظام تحديث يتم	45	3	5	4.13	.661
فني دعم خدمات المؤسسة لدى تتوفر فعالة	45	3	5	4.11	.573
الرقمية التحتية البنية متوسط	45	2.4	4.8	4.133	.4592
Valid N (listwise)	45				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
المعاملات على المؤسسة تعتمد نشاطها توسيع في الإلكترونية	45	3	5	3.98	.499
تحسين في الرقمية التقنيات ساهمت الزبائن مع علاقتها	45	3	5	4.47	.548
زيادة إلى الإلكترونية المعاملات أدت المبيعات حجم	45	3	5	4.00	.522
على المؤسسة الرقمية الأدوات تساعد التكاليف تقليل	45	3	5	4.11	.438
البيانات على المؤسسة تعتمد منتجاتها لتطوير الإلكترونية	45	3	5	3.93	.495
المنصات المؤسسة تستخدم خدماتها لتسريع الإلكترونية	45	3	5	4.20	.457
المؤسسة نشاط تطوير متوسط	45	3.66	4.66	4.11	.263
Valid N (listwise)	45				

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
الإلكتروني الدفع أنظمة متوسط	45	2.8	5.0	3.907	.4702
والشراء البيع منصات البيع متوسط	45	2.2	4.4	3.538	.5167
المعاملات تنفيذ سرعة متوسط	45	2.2	4.6	3.858	.4256
الرقمية التحتية البنية متوسط	45	2.4	4.8	4.133	.4592
الإلكترونية المعاملات متوسط	45	2.45	4.40	3.8589	.35759
Valid N (listwise)	45				

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ