



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: إتصال جماهيري والوسائط الجديدة

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

استخدام زبائن المساحات التجارية لبطاقات الدفع الالكتروني

دراسة ميدانية (بالمركز التجاري عسيلة "ورقلة")

إشراف الأستاذ:

صانع رابح

إعداد الطالبة:

مسعي محمد ايمان

لجنة المناقشة		
رئيسة	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	د.فضيلة تومي
مناقشا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	د.عبد القادر بودريالة
مشرفا	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أ.صانع رابح

تاريخ المناقشة: 13 جوان 2022

الموسم الجامعي: 2021_2022

شكر و عرفان

قال الله تعالى " ولقد أتينا لقمان الحكمة أن أشكر الله ومن شكر فإنما شكر لنفسه ومن كفر فإن الله غني حميد "

□ "الآية 12 سورة لقمان "

وعملا بمضمون الآية الكريمة اتوجه بخالص الشكر إلى الخالق عزوجل الذي وفقني لإنجاز هذا العمل وأحمده وأسأله التوفيق في القول والعمل كما اتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ

"صانع رابح" المشرف على هذا العمل والذي لم يبخل علي بنصائحه القيمة وتوجيهاته الصائبة.

شكر خاص إلى كافة أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال دون إستثناء على جهودهم المبذولة من أجل تدريسنا وتعليمنا

ولا يفوتني تقديم أسمى عبارات الشكر والتقدير إلى عمال وزبائن المركز التجاري عسيلة لولاية ورقلة على ما قدموه لي من مساعدة.

وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في هذا العمل ولو بفكرة صغيرة أو دعوة □ صادقة لي بالنجاح.

الإهداء

□

□ لك الحمد والشكر ربّي على عظيم فضلك وكثير عطائك فسبحانك
□ لم تبخل عليّ بأيّ شيءٍ سألتك فيه فكنت أنت المستجيب؛
□ الى منبر العلم والمعرفة ومدرسة التربية والاخلاق الأولى الوالدين
□ الكريمين؛

□ الى أعلى ما املك أبي العزيز وسندي في الحياة رفيق دربي
□ ومنقضي في العثرات، الى شمعت حياتي والى ملاكي الحارس أمي
□ الغالية أطال الله عمركم ورزقني بركم؛

□ الى كل أفراد عائلتي وجميع الأقارب والأصدقاء لكم مني كل الحب
□ والتقدير والإحترام لكونكم سببا في إنجاز هذا العمل.

إيمان مسعي محمد

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف عن ثقافة المواطن الجزائري تجاه استخدامه لوسائل الدفع الإلكتروني، حيث أجريت دراستي الميدانية على مستوى المركز التجاري -عسيلة- وقد تم ذلك من خلال المنهج الوصفي وقد اعتمدت على إستمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة والتي وزعت على زبائن المركز التجاري، ولتحقيق أهداف الدراسة شمل إستبئاني 31 سؤال ضمن محورين و الذي غطى 70 مستجيب واسترجع منه 65 بما يشكل نسبة 95%، وقد تم اختيار عينة ملائمة من زبائن المركز التجاري "عسيلة" وفي ضوء ذلك تم تجميع البيانات و تحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية spss، وبعد جمع المعلومات الميدانية وتحليلها توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: أن زبائن المركز التجاري عسيلة دائما مايفضلون الدفع بالبطاقة الإلكترونية هذا مايدل على نجاح المؤسسة في تقديم مثل هذه الخدمات ضف الى ذلك أنها تحقق لهم مزايا عديدة أبرزها توفير الوقت و الجهد مع منحهم الشعور بالعصرية و التقدم وانها تستطيع ان تحل محل الوسائل التقليدية، ومن بين أبرز المعوقات التي تقف أمام تعميم فكرة الدفع الإلكتروني في الجزائر هو غياب توفير وسائل الدفع إضافة الى أن السبب الرئيسي من وراء تأخر تطبيق نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر هو صعوبة تغيير النمط الإعتيادي في الدفع، بتحويله من نماذج ورقية الى تقنيات رقمية إفتراضية.

الكلمات المفتاحية: إستخدام، المواطن، وسائل الدفع، وسائل الدفع الإلكتروني، بطاقات الدفع الإلكترونية.

Study outline:

This study aimed to identify the culture of the Algerian citizen towards his use of electronic payment methods. To achieve the objectives of the study, my questionnaire included 31 questions within two axes, which covered 70 respondents and retrieved 65 of them, which constitutes 95%. Collecting and analyzing field information. The study reached a set of results, the most important of which are: The customers of the commercial center always prefer to pay by electronic card.

This indicates the success of the institution in providing such services, in addition to that, it provides them with many advantages, most notably saving time and effort while giving them a sense of modernity and Progress and that it can replace traditional means, and among the most prominent obstacles that stand in the way of popularizing the idea of electronic payment in Algeria is the absence of the provision of payment methods in addition to The main reason behind the delay in the application of the electronic payment system in Algeria is the difficulty of changing the usual pattern of payment, by converting it from paper forms to virtual digital technologies.

فهرس المحتويات

الصفحة	البيان
I	شكر و عرفان
II	الإهداء
III	الملخص بالعربية
III	الملخص بالإنجليزية
أ-ب	مقدمة
الإطار المنهجي	
2	1-1 تحديد إشكالية الدراسة
3	2-1 أسباب إختيار الموضوع
4	3-1 أهداف الدراسة
4	4-1 أهمية الدراسة
4	5-1 الدراسات السابقة
8	6-1 تحديد مفاهيم الدراسة
11	7-1 مجالات الدراسة
11	8-1 مجتمع وعينة الدراسة
13	9-1 منهج الدراسة

14	10-1 أدوات جمع البيانات
16	11-1 المقترح النظري للدراسة
21	خلاصة الفصل
الإطار التطبيقي	
23	1-2 تقديم عام حول المؤسسة محل الدراسة المركز التجاري "عسيلة"
27	2-2 عرض البيانات وتحليلها
59	3-2 استنتاجات الدراسة
62	4-2 الاستنتاجات العامة
64	خلاصة الفصل
65	خاتمة
65	التوصيات و الإقتراحات
67	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

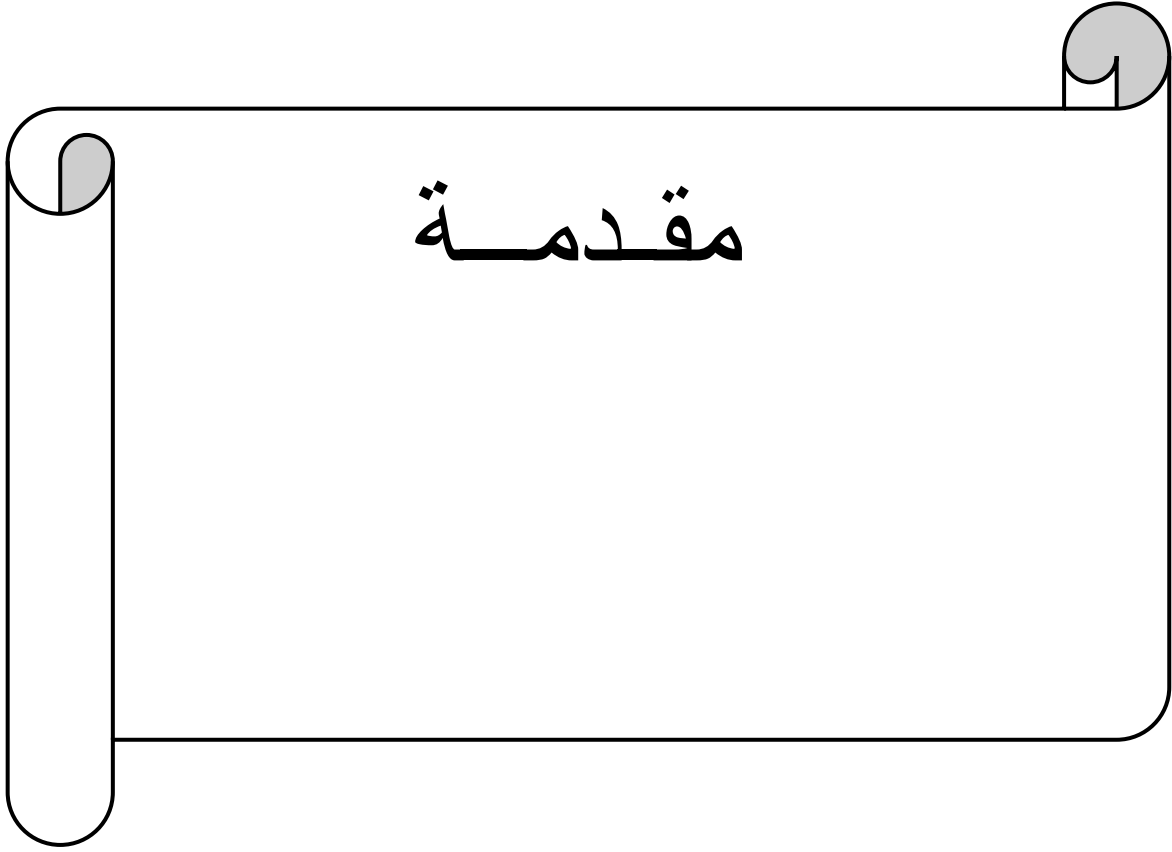
الصفحة	العنوان	الرقم
عرض وتحليل البيانات الشخصية		
28	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
29	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	02
30	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	03
31	توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة	04

عرض وتحليل المحور الأول

32	إجابات مفردات عينة الدراسة حول نوعية الخدمات الخاصة بالدفع في المركز	05
33	إجابات مفردات الدراسة حول معرفة الزبائن بتوفير المؤسسة لخدمة الدفع إلكترونيا.	06
34	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مدى إستخدام الزبائن لبطاقات الدفع في معاملاتهم.	07
35	إجابات مفردات عينة الدراسة حول طريقة الدفع المفضلة لدى الزبون عند الشراء.	08
36	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مدة إستخدام الزبائن لبطاقات الدفع الإلكتروني عند الشراء.	09
37	إجابات مفردات عينة الدراسة حول سبب لجوء الزبائن لإستخدام الوسائل الحديثة في الدفع.	10
38	إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسيلة الدفع المستخدمة.	11
39	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ماتسمح بطاقات الدفع الإلكتروني بتوفيره.	12
40	إجابات مفردات عينة الدراسة حول آراء الزبائن حول إمكانية تسهيل نظام الدفع الإلكتروني للمعاملات التجارية و المالية.	13
41	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ما إذا نقصت تعاملاتهم بالطرق التقليدية في الدفع عند إستعمالهم للطرق الحديثة.	14
42	إجابات مفردات عينة الدراسة حول المزايا المتحصل عليها من خلال استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني.	15
43	إجابات مفردات عينة الدراسة حول توفير بطاقات الدفع للأمان.	16
44	إجابات مفردات عينة الدراسة حول آراء الزبائن في إكتساب موظفو المركز التجاري لمهارات تقديم الخدمة تشعرهم بالأمان عند استخدام بطاقاتهم.	17
45	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ما إذا تعرضوا الى وجود مشاكل تقنية عند	18

	الشراء ببطاقات الدفع الإلكتروني.	
46	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مدى رضا الزبائن عن خدمة الدفع المتوفرة في المركز التجاري.	19
عرض وتحليل المحور الثاني		
47	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مدى سهولة الحصول على معلومات حول وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة.	20
48	إجابات مفردات عينة الدراسة حول تكلفة الأنترنت ومدى تأثيرها على إنتشار وسائل الدفع الإلكتروني.	21
49	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مدى تقبل المستخدم الجزائري لفكرة الإنتقال نحو الرقمنة.	22
50	إجابات مفردات عينة الدراسة حول سبب عزوف الأفراد عن إستخدام بطاقات الدفع في معاملاتهم.	23
51	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مدى تأثير غياب الحملات الارشادية على إقبال الأفراد لإستخدام مثل هذه الوسائل.	24
52	إجابات مفردات عينة الدراسة حول تأثير كل من الإعلام و الإشهار على إقبال الأفراد لإستخدام وسائل الدفع الإلكتروني.	25
53	إجابات مفردات عينة الدراسة حول أسباب تأخر تطبيق نظام الدفع في الجزائر.	26
54	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ما إذا يؤثر غياب الإسراع في تعميم مثل هذه الوسائل على إقبال الأفراد عليها.	27
55	إجابات مفردات عينة الدراسة حول المعوقات التي تقف أمام فكرة تعميم الدفع إلكترونيا من طرف المستهلك الجزائري.	28
56	إجابات مفردات عينة الدراسة حول عدم إمكانية الإستغناء عن وسائل الدفع التقليدية في الجزائر لصعوبة تقبل الجمهور للوسائل الحديثة.	29

57	إجابات مفردات عينة الدراسة حول رغبة الأفراد في توفير أجهزة الدفع .	30
58	إجابات مفردات عينة الدراسة حول تقييمهم لخدمة الدفع إلكترونيا.	31



مقدمة:

أدت ثورة المعلومات والاتصالات الحديثة إلى جعل هذا العالم شبيها بمدينة صغيرة، تقلصت أو زالت فيه الحواجز بين الشعوب وأصبح بإمكان الفرد من أي دولة التواصل بشكل مباشر وتحويري مع شخص آخر بعيدا عنه بألاف الكيلومترات، هذا التقدم الهائل والمتنامي في استخدام وسائل الاتصالات بصفة عامة وشبكة الأنترنت بصفة خاصة من قبل الافراد والمؤسسات فتح الباب على عالم جديد من الممارسات التجارية.

في ظل المنافسة في الأسواق التي يعرفها القطاع البنكي، ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين مجموعة من الظواهر التي أفرزها التقدم التكنولوجي والتي تهدف الى تحقيق السرعة في تنفيذ العمليات المالية، كالتحويل الإلكتروني للأموال، وسائل الدفع الإلكتروني وغيرها ويظهر العولمة واتساع نطاقها أصبحت التطورات التكنولوجية تفرض نفسها بقوة في كل المجتمعات وعلى جميع الأصعدة فقد أصبحت لسرعة نقل المعلومات الأهمية البالغة في الحياة الإقتصادية لذلك سعت المصارف للتكيف مع هذه المستجدات المصرفية الإلكترونية، ومع ظهور هذا النمط من أشكال التجارة كان لزاما مواكبته بشكل آخر أو غير تقليدي من وسائل الدفع ففي القديم كانت المبادلات التجارية تتم عن طريق المقايضة أي مبادلة سلعة بسلعة ثم ظهرت النقود والتي كانت في بداياتها من المعادن النفيسة من الذهب والفضة ولكن زيادة الطلب على هذه الأخيرة والتي أصبحت بدورها محل تنافس أدى إلى ظهور العملة الورقية، ولهذا فإن الانتقال من الخدمات المصرفية التقليدية الى الخدمات المصرفية الإلكترونية أمر يفرضه الواقع المعاش بحيث أصبحت وسائل الدفع الحديثة سمت عصرنا الحالي وعصب تعاملاتنا اليومية، حيث تمنح هذه الوسائل التعامل السريع وغير المكلف والذي قد يسهل جميع المبادلات المالية بشتى أشكالها.

حيث أصبح من واجب الدولة الجزائرية والمؤسسات المالية والمراكز التجارية على ضوء ما تشهده الساحة العالمية من تطورات بتوفير هذه الوسائل الحديثة لعملائها وزبائنها ومواطنيها من أجل مواكبة الدخول في عصر التجارة الإلكترونية وتسهيل عمليات الدفع والسحب بواسطة وسائل الدفع الإلكترونية، وقد اتخذت وسائل الدفع الإلكتروني العديد من الأشكال المختلفة لإجراء عمليات الدفع على الشبكات الإتصالية والتعامل بها بدل النقود منها الشبكات الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية وبطاقات الدفع الإلكتروني، وتجمع هذه الوسائل على فكرة واحدة تتمثل في التسوية عن طريق نقل أرقام تدل على قيم مالية من حساب المدين الى

حساب الدائن لشخص آخر؛ ومن بين أهم وسائل الدفع الإلكترونية هي بطاقات الدفع الإلكتروني التي هي موضوع الدراسة حيث لقيت إنتشارا واسعا على مستوى العالم وأصبحت من أنشطت الخدمات المصرفية التي تقدمها مئات الألوف من البنوك وتجني من وراء ذلك أرباحا طائلة، بحيث تمكن هذه البطاقات مئات الملايين من الأشخاص من شراء حاجياتهم من السلع والخدمات وسحب مبالغ نقدية بموجبها دون الحاجة الى حمل نقود معهم من أجهزة الصراف الآلي، كما أنها توفر لهم إمكانية التعامل من خلال شبكة الأنترنت وسداد الإلتزامات المالية المترتبة على هذا التعامل من خلالها.

لقد سمح ظهور وسائل الدفع الإلكترونية بإختصار الوقت والتكلفة وتحقيق مزايا لم تتمكن وسائل الدفع التقليدية من تحقيقها، في ظل ذلك أدركت الجزائر ضرورة تحديث نظام الدفع وإدخال وسائل الدفع الإلكترونية لمواكبة هذه التطورات والإرتقاء بنظامها المصرفي الذي يعاني التأخر في تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية من خلال تسليط الضوء على التجربة الهامة للجزائر التي تتجلى في إعتقاد عدة مشاريع دخل بعضها حيز التطبيق سنة 2005 وذلك في إطار تحديث وسائل الدفع وعصرنتها بداية بمشروع البطاقات البنكية للسحب و الدفع، ثم نظام الدفع الفوري للمبالغ الكبيرة ونظام المقايضة عن بعد أو مايسمى بنظام الدفع المكثف أو الشامل، لكن رغم هذه الجهود التي بذلتها لإصلاح جهازها المصرفي وتحديث وعصرنة نظام مدفوعاتها الى أنها لا تزال متأخرة نوعا ما؛ وقد كشف وباء كورونا العديد من العيوب في الممارسات الاقتصادية في البلاد وساهم غياب الدفع الإلكتروني من إنتشار الطوابير الطويلة أمام الحلات التجارية والبنوك والبريد، مما جعل فرض قواعد التباعد الاجتماعي أمرا صعبا ولكن سرعان ماقلبت الموازين فقد شهد سوق المعاملات المالية في الجزائر إنتعاشا كبيرا خلال الفترة الممتدة من 2021 الى 2022 وذلك بنسبة 50 بالمئة بما يعكس إنتشار ثقافة الرقمنة لدى المواطنين بعد عقود من سيطرة المعاملات التقليدية على التجارة الوطنية، هذا مايبين إنفتاح المواطن الجزائري على مثل هذه المبادلات عكس تخوفه الشديد منها سابقا، لذا على الجزائر وضع برنامج يهدف الى تسريع عملية تحديث أنظمة الدفع.

الإطار المنهجي

تمهيد:

تعتبر وسائل الدفع الالكترونية واحدة من المصطلحات الجديدة في عصرنا الحالي وفي العالم الرقمي التي دخلت حياتنا كأفراد ومؤسسات وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي لتعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والثورة الرقمية، ويدور تساؤل الدراسة حول واقع نظام الدفع الالكتروني في الجزائر، وقد بدأت بهذا الفصل الذي يحتوي على إشكالية الدراسة وثم انطلاقا من تحديد المشكلة والتي استخلصت منها التساؤلات الفرعية، ثم أهمية الدراسة وأهدافها وتعريف مبسط لمتغيرات الدراسة، مرورا بتوضيح أسباب اختيار الموضوع، ثم عرض الدراسات السابقة.

1-الإشكالية:

يعتبر التقدم التكنولوجي أحد الأسباب الهامة التي ساهمت في إحداث تحول كبير في إشكال العمل المصرفي في عصر تسوده العولمة، حيث اهتمت المصارف التجارية اهتماما كبيرا بالانتفاع من تقنيات المعلومات والاتصالات والحواسيب الآلية الحديثة، حيث ظهر اليوم جيل جديد من المعاملات المالية يقوم على تكنولوجيا الأنترنت والاتصالات من ناحية، والأنظمة الذكية المرتبطة بالبنوك وشركات الأموال المتخصصة من ناحية أخرى. وبذلك صار في متناول أي شخص تحويل أموال أو إجراء عملية شراء من أي مكان في العالم دون أن يغادر منزله، وفي أي وقت قياسي، إلا أننا عندما نتحدث عن الجزائر وعن المواطن الجزائري نرى أن هناك تأخر في تعميم فكرة الدفع الالكتروني، وربما يرجع هذا بالأساس إلى ضعف الثقافة المعلوماتية لدى المواطن خصوصا من التقنيات الجديدة وعدم إلمام المستخدمين بها فيما يرجعها آخرون إلى غياب ثقة الزبائن في هذه الآلة وتفضيل الصكوك المكتوبة الملموسة في استلام أو دفع الأموال، إضافة إلى المشاكل التقنية، إلا أن الجزائر لا تزال تسعى إلى تحديث نظام الدفع الالكتروني وتطويره من أجل الحصول على خدمات مصرفية مستحدثة بحيث تعتبر أنظمة الدفع الالكتروني من أهم إفرزات الثورة التقنية والتكنولوجية وأصبحت لها أهمية بالغة على المستوى المالي والإستثمار العالمي خاصة عند بروز التجارة الالكترونية، هذا ماساهم في تبخر الأموال وتحويلها إلى إلكترونيات وفتح باب واسع أمام تحول الأموال إلى أرقام ووقائع افتراضية وذلك من أجل تسهيل المعاملات.

واستنادا إلى ماتقدم يمكن طرح الإشكالية التالية، ماهو واقع إستخدام نظام الدفع الالكتروني في المركز التجاري عسيلة؟ وماهي التحديات التي تواجهه؟

الأسئلة الفرعية:

للإجابة عن الإشكالية الرئيسية يتم تقسيمها إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- هل وسائل الدفع الالكتروني تحقق مزايا خاصة لزبائن المركز التجاري عسيلة؟
- ماهي أهم المعوقات التي تواجه الدفع الالكتروني؟

2-أسباب إختيار الموضوع:

تناولت هذا الموضوع لعدة أسباب نذكر منها:

- أسباب ذاتية:

- 1-الاهتمام الشخصي وميول الباحث للموضوع والزيادة في الوتيرة المعرفية يعتبر الدافع الأساسي لاختيار الموضوع.
- 2- الرغبة في التعرف أكثر على الوسائل الإلكترونية.
- 3- توافق الموضوع مع التخصص.
- 4-الرغبة في إثراء وتدعيم بعض المعلومات حول خدمة الدفع الالكتروني.

- أسباب موضوعية:

- 1-الأهمية الكبيرة لوسائل الدفع الالكتروني في عصرنا الحالي.
- 2-الانتقال من الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية شئ لا بد من تسليط الضوء عليه.
- 3- إتخاذ الجزائر خطوة جديدة في أسلوب المعاملات المالية وتوجهها نحو الاعتماد على بطاقات الدفع الالكتروني.
- 4-الاهتمام المتزايد في الآونة الأخيرة بوسائل الدفع الالكتروني على مستوى كل القطاعات.

3- أهداف الدراسة:

- معرفة سيرورة نظام الدفع الالكتروني في الجزائر .
- التعرف على وسائل الدفع الالكتروني لإمكانية مقارنتها بوسائل الدفع التقليدية.
- التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها المركز التجاري _عسيلة_ لزيائنه.
- التعرف على ثقافة المواطن الجزائري تجاه تفعيل خدمة الدفع الالكتروني.
- التعرف على مستوى رضا الزبائن تجاه استخدام الدفع الالكتروني في معاملاتهم.
- معرفة مدى إقبال الزبائن على الخدمات الالكترونية المقدمة محل الدراسة.

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التعرف على وسائل الدفع الالكتروني ايجابياتها وسلبياتها والدور المهم الذي تلعبه هذه الوسائل بالارتقاء في المعاملات المالية، وتسليط الضوء على ثقافة المواطن الجزائري تجاه هذا النوع من المبادلات المالية وسعي الجزائر لتحديث خدمة الدفع الالكتروني الذي يعاني التأخر في تطبيق هذه الوسائل الالكترونية الحديثة التي تعتبر واحدة من أهم إفرزات الثورة التقنية والتكنولوجية في مجال المعاملات المالية والمصرفية العالمية، وأصبحت لها أهمية بالغة على المستوى المالي والاستثماري العالمي. ونظرا لكفاءة وسرعة العمليات التجارية التي تتم عبر الوسائط الالكترونية لابد من اعتماد البنوك والمؤسسات الجزائرية على هذا النوع حتى تتمكن من مواكبة التطور التكنولوجي والاستفادة من المزايا التي تتمتع بها التجارة الالكترونية، بل وأكثر من ذلك الاحتكاك بالمؤسسات الكبرى بغية الوصول إلى أسرع أداء في تنفيذ العمليات والمبادلات المالية وتوفير نوع من السرية والأمان.

5- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة بارش آسيا، وسائل الدفع الالكترونية ومدى تطبيقاتها في الجزائر، وهي مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص مالية وبنوك، قدمت لقسم العلوم الاقتصادية بجامعة العربي بن مهيدي _ ام البواقي _ سنة 2012_2013.

انطلقت الباحثة في دراستها من مشكلة مدى تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر وتفرعت عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

ما هي المزايا التي تحققها وسائل الدفع الالكترونية للبنك؟

هل تمتلك البنوك الجزائرية مقومات مواكبة تطور الصناعة المصرفية العالمية؟

لماذا تأخر تطبيق نظام الدفع الالكتروني في الجزائر؟

حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي واستعانة بالمنهج التاريخي وذلك لقيامها بعدة

إحصائيات لمعرفة مدى استعمال وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، وقد تحصلت على النتائج التالية:

• أن ظهور وسائل الدفع الالكترونية ساهم في القضاء على الكثير من المشاكل التي تآثر على الاقتصاد الوطني، كالقضاء على مشكل نقص السيولة الذي تعاني منه الجزائر والتقليل إلى حد كبير من مشكل تزوير العملات النقدية وذلك باستعمال النقود الالكترونية وتحقيقها للسرعة والأمان في المعاملات التجارية.

• أن عدم اختفاء نظام الدفع الورقي رغم فعالية وسائل الدفع الالكترونية راجع لعدة عوامل منها:

مخاطر وسائل الدفع الالكترونية والتي ظهرت بنسبة عالية وتنتج عن استخدام وسائل الدفع الالكترونية، ومنها مايقوم به بعض المحترفين لاختراق نظم شبكات الاتصالات والانترنت ويقومون بتغيير نظم المعلومات والبيانات المخزنة لديها، على نحو يمكنهم من تحويل أموال من حساب شخص إلى آخر في نفس البنك وفي بنوك أخرى.

الدراسة الثانية: دراسة د. لبزة هشام _ د. محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، مقال علمي قدم لمجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي العدد 44، ديسمبر 2017.

وقد انطلقا في دراستهما تحت الإشكالية التالية

ما هو واقع نظام الدفع الالكتروني في الجزائر؟ وماهي التحديات التي تواجهه؟

حيث اعتمد الباحثين على المنهج الاستقرائي للأدبيات التي تناولت موضوع البحث لتقديم الإطار لمفاهيمي لهذا البحث، واعتمدا أيضا على المنهج التحليلي والوصفي الذي يقوم على وصف عملية تحديث وعصرنة وسائل الدفع الالكتروني، وقد تحصلوا على النتائج التالية:

- توفير قاعدة بيانات خلفية خادمة للأعمال في كل وقت و في كل مكان.
- نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لهذه التقنية التجارية الحديثة والتي يمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية أوسع.

الدراسة الثالثة: دراسة ناشف فاطمة، وسائل الدفع الالكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية _مستغانم_، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، قدمت لقسم العلوم الاقتصادية بجامعة عبد الحميد ابن باديس _مستغانم_ سنة 2017_2018.

انطلقت الباحثتان في دراستهما من الإشكال التالي:

- ما هي وسائل الدفع الالكترونية؟ وماهي أهم التحديات التي تواجهها؟
وانبثق عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:
- ما هي وسائل الدفع التقليدية؟ ولماذا أحلت مكانها الوسائل الالكترونية؟
- ما مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير الخدمات المصرفية؟

• ما هو واقع الخدمة المصرفية في ظل إدخال وسائل الدفع الحديثة؟

حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة، وقد تحصلت على النتائج التالية:

- ظهور وسائل الدفع الالكترونية شجع القيام بالخدمات المصرفية الالكترونية التي تتلاءم مع تطورات العصر من حيث السرعة والفعالية التي يوفرها.
- ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحدثت قفزة في الحياة الاجتماعية وأدت إلى ظهور اقتصاد جديد.
- تسبب ظهور وسائل الدفع الالكترونية في انخفاض محسوس لاستخدام وسائل الدفع التقليدية حيث سمح ذلك باختصار الوقت والتقليل من الإفراط في الاستخدام الورقي والبشري.
- غياب الثقافة النقدية والثقافة التي تتعلق بنقل التكنولوجيا الحديثة للمصارف الجزائرية.

الدراسة الرابعة: دراسة شيماء بن محسن، عفاف هباز، دور أنظمة الدفع الالكترونية في تحسين أداء البون التجارية، دراسة حالة للبنك الوطني الجزائري BNA، وبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، وكالة ورقلة للفترة 2015_2018، وهي مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في تخصص مالية وبنوك، قدمت لقسم العلوم الاقتصادية بجامعة قاصدي مرباح _ورقلة_ سنة 2018_2019.

انطلقت الباحثتان في دراستهما من مشكلة مدى تأثير أنظمة الدفع الالكترونية في تحسين أداء البنوك

التجارية الجزائرية محل الدراسة خلال 2015_2018 وانبثق عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- مادور عدد البطاقات البنكية والتحويلات المالية الالكترونية في رفع العائد على حقوق الملكية للبنك الوطني الجزائري؟
- كيف تساهم عدد البطاقات البنكية والتحويلات المالية في تحسن الرافعة المالية للبنك الوطني الجزائري وبنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

حيث اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي ودراسة الحالة والمقابلة وقد تحصلوا على النتائج التالية:

- عدم وجود بنية تحتية تكنولوجية في الجهاز المصرفي الجزائري لمراعاة وسائل الدفع الالكتروني والعمل على ابتكار يتلاءم مع هذه التطورات.
- أن استخدام وسائل الدفع الالكتروني في البنوك يسرع من وتيرة المعاملات البنكية.
- تساهم أنظمة الدفع الالكتروني على أداء البنوك التجارية وذلك من خلال الزيادة في ربحية البنك وتخفيض التكاليف.

6-تحديد مفاهيم الدراسة:

6-1 استخدام:

لغة: مصدر استخدم (اسم) 1، من استخدم إستخداما، و إستخدمه أي إتخذه خادما، والرجل إستوهبه خادما. ويشير أيضا مفهوم الإستخدام إلى معاني كثيرة ومتنوعة فهي توظف كمرادف للتملك، وقد عرفها قاموس علم الاجتماع بأنها نمط سلوكي يقبله الجميع. ومن جهة أخرى يشير مفهوم الاستخدام إلى طريقة خاصة في استخدام جهاز تقني من قبل فرد أو جماعة تتدرج ضمن ممارسة بعينها (استهلاك ، اتصال ، عمل ، ترفيه ...)

اصطلاحا: إن مفهوم استخدام usage الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 يشير منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في إستخدام شى ما والاستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقه لتلبية حاجة ما.³

التعريف الإجرائي: نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة أنماط وأساليب إستخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الالكتروني أثناء قضاء احتياجاته اليومية كالتسوق وشراء المنتجات وغير ذلك.

6-2 المواطن:

¹ معجم المعاني الجامع، لكل رسم معنى، عربي عربي.
² محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، مطابع الهيئة المصرفية العامة للكتاب، الاسكندرية، 1989، ص28.
³ محمد عاطف غيث، مرجع سابق ص 28.

جاء في تعريف المواطن citizen أنه فرد من المجتمع وعضو كامل الحقوق والواجبات في الدولة، وبشكل جذاب وملفت للانتباه فيه الكثير من المنطقية والدقة يهب "عبد الكريم غلاب" الى القول بان "المواطن يأخذ جذره من المواطن" في أوسع معانيه الذي يمنح المنتمي إليه الإقامة والحماية والتعليم والاستشفاء والحرية وحق الحكم والتوجيه واستعمال الفكر واليد واللسان .. وتلك الحقوق يتيحها _ لا نقول يمنحها _ الوطن للمواطن من مداولات الكلمة. ويلتقي المفهوم الأسمى للمواطن مع المفهوم الأسمى للإنسان¹.

3-6 وسائل الدفع:

تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي مهما كانت الدائم والأساليب التقنية المستعملة تسمح لكل الأشخاص بتحويل الأموال².

كما عرفت على أنها: "وسيلة الدفع هي تلك الأدوات المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة لتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون، وتدخل في زمرة وسائل الدفع، إلى جانب النقود القانونية تلك السندات التجارية وسندات القرض التي يدخلها حاملها في التداول عندما يؤدون أعمالهم".

ويمكن النظر إلى وسائل الدفع من ثلاث زوايا أساسية، فهي أداة وساطة مهمتها تسهيل التداول وتمكين إجراء الصفقات بسهولة، وهذا ينطبق بالأساس على النقود في شكلها المعاصر، وبصفة اقل على الأوراق التجارية عندما تكون محل تداول بين فئة التجار، وعليه فان إختيار وسيلة ما للدفع يجب أن تحظى بالقبول الاجتماعي لها، ويمكن أن يؤدي رفض المجتمع لها إلى فشلها في أداء دورها كوسيلة دفع وعادة ماتحدد الأنظمة النقدية ماهية الوسائل التي يمكن اعتبارها كوسيلة دفع³. وهذا ماساهم في تبخر الأموال وتحويلها إلى الكترونيات حيث نتج عن الاستخدام الموسع للكومبيوتر والشبكات الرقمية، فتح باب واسع أمام تحول الأموال إلى أرقام ووقائع افتراضية⁴.

¹ علي خليفة الكواري، المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، 2001، ص 43.
² بارش اسيا، وسائل الدفع الالكترونية ومدى تطبيقاتها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، سنة 2012_2013 ص36.

³ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السابعة، الجزائر، 2010، ص 31_32.
⁴ محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية والمصرفية، المجلد الثاني، التشريعات التجارية والالكترونية "دراسة مقارنة" دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان(الاردن)، 2007، ص 474.

4-6 وسائل الدفع الإلكتروني:

تمثل وسائل الدفع الإلكتروني أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني الذي تنفذ فيه المعاملات بواسطة وسائل الدفع الإلكترونية ومصطلح إلكتروني يعني تقنية تستخدم فيها وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو الكترومغناطيسية في تبادل المعلومات وتخزينها. ويعرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة إلكترونية.¹

وتعرف أيضا على أنها الوسائل التي يتم بواسطتها نقل المعلومات التي تتعلق بحسابات للأطراف المعينة بصفقات تجارية إلكترونية، ومن جهة أخرى فتتمثل أدوات الدفع العاجل عندما تكون محل تداول فئة التجار، وهذا المر ينطبق خاصة على النقود والشيكات برجة اقل حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد إما بإنفاقها حاليا أو انتظار فرصة أفضل في المستقبل.² ويعرف أيضا بأنه مجموعة من الأدوات والإجراءات والقواعد لضمان تحويل الأموال بين المشتركين في النظام، وتحويل الأموال التي يتم تنفيذها في وسائل بنية تحتية تقنية متفوق عليها.³ وهي كل الوسائل والأدوات التي تسمح للأشخاص بتحويل الأموال بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة سواء كانت الدعامة المستعملة ورقية كالشيك والسند لأمر وغيرها أوقيدية كالتحويل أو الإلكتروني كالبطاقات البنكية.⁴

التعريف الإجرائي: ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف وسائل الدفع الإلكتروني على أنها تلك الوسائل التي تسمح بتحويل الأموال وفق تقنية إلكترونية كهربائية ومغناطيسية أو ضوئية ... مما يسهل عملية التبادل بطريقة آمنة وسريعة وبأقل تكاليف ممكنة.

5-6 بطاقة الدفع:

¹ زهير زاوش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة ام البواقي، 2010_2011 ص 17.
² فريدة فلقول، أهمية الدفع الإلكتروني في المصارف، مذكرة لاستكمال متطلبات الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة ام البواقي، 2012_2013 ص 38.

³ Mlle.El garrot Fella, Moyens de paiement électroniques : Etat des lieux et perspectives de développement cas: Natisisc Algérie ,Mèmoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en science commerciales et financières , september 2017 , p 2 .

⁴ Dhoir loupretre catherine, "DROIT DE CREDIT " edition ell PSES, Lyon 1999, p 11.

يطلق على هذا النوع من البطاقات تسميات أخرى فتسمى بطاقات المدين أو بطاقات السحب المباشر من الرصيد أو بطاقات الوفاء. هي بطاقات بلاستيكية تستعمل للحصول على النقود والسلع والخدمات كما تستعمل في أجهزة الصراف الآلية، وهي تستعمل للسحب في الحدود المسموح بها كما تستعمل للاستعلام عن الرصيد، إيداع مبالغ، تحويل أرصدة طلب كشف الحساب، وهي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل في البنك. تنتشر هذه البطاقات في أوروبا أكثر من الولايات المتحدة الأمريكية ومن خلال جهاز خاص متصل بمركز البطاقات تتم قراءة بيانات العميل وهي بطاقة شخصية تتضمن رقم التعريف بالعميل.¹

6_6 بطاقة الدفع الالكترونية: هي البطاقات التي يمكن استخدامها من قبل الأشخاص لإتمام عملية الشراء أو دفع أي التزامات أخرى، بشرط تكون مقبولة لدى التاجر أو المحل التجاري الذي تتعامل معه. وهي بطاقات متعددة الأنواع لكي يختار كل فرد البطاقة التي تناسبه نذكر منها: البطاقات البنكية - البطاقة الذكية - البطاقة الائتمانية - البطاقة غير الائتمانية - بطاقة الصرف الآلي - بطاقة الشيك ...

7 - مجالات الدراسة:

1- **المجال المكاني:** أجريت هذه الدراسة على مستوى المركز التجاري _عسيلة_ بولاية ورقلة الكائن مقرها بسيدي خويلد _ورقلة_.

2- **المجال الزمني:** انطلقت في إنجاز مذكرتي هذه مع بداية فيفري 2022 إلى غاية ماي 2022، ولقد تم تقسيم مرحلة إنجاز المذكرة إلى جانبين أساسيين وهما: الجانب المنهجي والجانب التطبيقي.

- الجانب المنهجي: تم فيه إنجاز الجانب المنهجي المتعلق بموضوع الدراسة ومنهجيتها.
- الجانب التطبيقي: أما هذا الجانب فيتمثل في الدراسة الميدانية المتعلقة بمكان الدراسة والمتمثل المركز التجاري عسيلة _بورقلة_.

¹ Daniel Amor : revolution E-business- compress , paris , 2002 , p 453 .

- حيث تم الشروع في إنجازه ابتداء من 24 مارس إلى 12 أبريل قمت بجمع المعلومات والبيانات الأولية على تقنيات الدفع الالكتروني الموجودة في المركز التجاري.

3 - المجال البشري: هو المجال الذي ينتقي منه الباحث أفراد العينة حيث تمثل مجال دراستنا في الجمهور الخارجي للمركز التجاري _عسيلة_.

8 - مجتمع وعينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإنسانية والاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، و يواجه الباحث عند قيامه ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته و تحديدها.¹ ولذلك نقول أن مجتمع البحث هو جميع الأفراد والأشياء أو الأشخاص اللذين يشكلون موضوع مشكلة البحث وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة.²

ونظرا لطبيعة هذه الدراسة التي تستهدف بالتحديد المواطن الجزائري المستخدم لبطاقات الدفع الالكتروني كمجتمع للدراسة لذلك خصصنا مجتمع ولاية _ورقلة_ والمتمثلين في زبائن المركز التجاري _عسيلة_، لمعرفة مدى استخدام مواطنيها لبطاقات الدفع الالكتروني في معاملاتهم التجارية.

8-1: عينة الدراسة:

بالنسبة لعينة الدراسة فإنها تفرض نفسها كأسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات البحث حيث يلجا عندها إلى اختيار عينة ترى عليها الدراسة، ويعرف محمد بن عبد الحميد العينة على أنها "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا. ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا

¹ محمد شفيق، الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999، ص 112.

² د. محمد مطشر اللامي، محاضرات المنهج التجريبي، ص 1.

لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصفها من خلال هذا المجتمع¹. كما تعرف أيضا على أنها مجموعة جزئية من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي².

فبدلا من إجراء البحث على كامل مفردات المجتمع يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة معينة ثم تعمم النتائج التي تم الحصول عليها على مجتمع الدراسة الأصلي³.

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على العينة القصدية أين يختار الباحث عمدا الأفراد المبحوثين بما يتناسب مع تحقيق هدف البحث.

ونقول بان العينة القصدية هي التي يتم فيها اختيار عدد قليل من المفردات بطريقة يراعي فيها صفة التمثيل المطلوبة وعليه لا يلجا الباحث إلى استعمالها إلا إذا اضطرته ظروف البحث إلى اختيار عدد قليل من المفردات⁴.

8-2 حجم العينة:

بلغ حجم العينة في هذه الدراسة 70 مفردة من زبائن المركز التجاري _ عسيلة _ بورقلة.

9- منهج الدراسة:

مما لا شك فيه انه لدراسة موضوع ما لا بد من اعتماد طريقة أو منهجية للوصول إلى نتائج دقيقة ويكون اختيار هذا المنهج على أساس متطلبات البحث وطبيعة المواضيع التي يعالجها وذلك من اجل الإلمام بكل جوانب الموضوع وبصورة شاملة.

وعليه فإن المنهج لغويا: يقصد به الطريق أو المسلك، وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طرق، أو سلك،

أو إتبع والنهج، والمنهج والمنهاج تعني الطريق الواضح⁵.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2004، ص113.

² محمد عبيدات، محمد ابو نصارو اخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 1992، ص116.

³ محمد عبيدات عبد الرحمان عدس وآخرون، البحث العلمي، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط1992، ص2، ص116.

⁴ احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1978، ص364.

⁵ غازي عناية، منهجية اعداد البحث العلمي، ط، دار المناهج، الأردن، 2008، ص17.

ويعرف كذلك على أنه الطريق المنتظم الذي يسلكه العقل والتفكير الإنساني في دراسته مشكلة أو موضوعاً في مجالات العلوم عموماً، يقصد الوصول إلى الهدف المرسوم سواء تمثل في التعرف على المبادئ والقواعد التي تحكم الظواهر والقضايا العامة، أو في إيجاد حل لما تفرزه تلك الأخيرة من مشكلات.¹

و يمكن القول بأنه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة.²

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لمثل هذه الدراسات.

إذ أن لكل دراسة أو بحث منهج خاص به حيث يهتم المنهج الوصفي بدراسة الظواهر في الحاضر بعكس المنهج التاريخي الذي يدرس الماضي، ويشمل المنهج الوصفي في الكثير من الأحيان على عمليات التنبؤ لمستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها، أما هدفه الأساسي فهو فهم الحاضر لتوجيه المستقبل وذلك من خلال وصف الحاضر بتوفير بيانات كافية لتوضيحه وفهمه ثم إجراء المقارنات وتحديد العلاقات بين العوامل و تطوير الإستنتاجات من خلال ما تشير إليه البيانات.³

يعرف المنهج الوصفي على أنه الطريقة التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والذي يؤثر على كافة الأنشطة الثقافية والسياسية والعلمية وتسهم في تحليل ظواهره ويستهدف الوصف أو المنهج الوصفي تحقيق عدد من الأهداف وقد اعتمدنا عليه للاعتبارات التالية:

- أنه يساعدنا على جمع معلومات حقيقية ومفصلة عن ظاهرة محل الدراسة.
- تفسير العلاقات الموجودة بين متغيرات البحث للخروج باستنتاجات.
- ملائمة المنهج لطبيعة دراستنا وسهولة تطبيقه في مثل هذه الدراسات.

10- أدوات جمع البيانات:

من أجل الإحاطة بالموضوع المدروس ميدانياً، ولكي تتم عملية جمع المادة العلمية من الميدان مجال الدراسة، لا بد من توفر أدوات جمع البيانات و التي يعرفها احمد بن مرسلني بأنها: تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو

¹ أحمد عبد الكريم سلامة، الأصول المنهجية لإعداد البحوث العلمية، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 2007، ص49.

² موريس انجرس، منهجية البحث في العلوم الانسانية، تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية الجزائر، 2006، ص98.

³ ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي وأسسها ومناهجها وأساليبه وإجراءاته، بيت الافكار الدولية، جامعة البلقاع التطبيقية، الاردن، ص47.

أكثر، وتعتبر هذه المرحلة هامة لان اختيار طريقة جمع البيانات هي التي ستحدد ما يمكن تحليله و ما يراد دراسته، بحيث يتم اختيار هذه الأدوات حسب ما تقتضيه الإشكالية و منهجية البحث المحددة، فكل بحث وسائله التي تخدم أهدافه، ولكل منهج تقنياته التي تحدد مساره والتي تحدد درجة فاعلية الدراسة وتساهم في إعطاء قيمة علمية للنتائج التي يمكن التوصل إليها.¹

وبما أن موضوع دراستنا يتدرج ضمن سلسلة البحوث الوصفية فقد إستخدمت أداة جمع البيانات المعروفة في هذا المنهج والتي تتمثل في استمارة الاستبيان كأداة رئيسية.²

تعريف استمارة الإستبيان:

يمكن تعريف الاستمارة بأنها نموذج من مجموعة من الأسئلة يعدها الباحث بهدف الحصول على بيانات معينة من أفراد العينة، وتعد أداة رئيسية لجمع البيانات التي تتطلبها البحوث الاجتماعية وخاصة منها الإعلامية. وتعرف أيضا بأنها " وسيلة للاتصال للمبحوثين واستفساراتهم واحد تلو الآخر وبشكل مماثل، وهي تقنية مباشرة لتقصي المعلومات من الأشخاص تسمح باستفساراته قصد الحصول على علاقات رياضية وعقد مقارنات كمية ".³

- **ويعرفه ابو النيل:** بأنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتواصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها الباحث للتعرف على ملامح خبرات المفحوصين إتجاهاتهم نحو موضوع معين من خلال توجيه أسئلة فردية من التقنين في الترتيب والصياغة وماشابه ذلك.⁴

- بحيث وجهت إستمارتي إلى زبائن المركز التجاري _عسيلة_ حيث تم تصميمها وصياغة أسئلتها، طبقا لأهداف الدراسة وبما يتلائم مع موضوعي فأشتملت على مجموعة من الأسئلة وجاءت على محورين وهي كالاتي:

¹ د. حنون نزهة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، الجزء 1، 2017، ص74_75.

² إحسان محمد حسين، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1982، ص57.

³ احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، 2003، ص286.

⁴ زياد علي الحرباوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الإستبيان، مطبعة أبناء الجراح بفلسطين، مدينة غزة، 2010، ص16.

➤ **المحور الأول:** وسائل الدفع الالكتروني والخدمات التي توفرها للزبائن.

➤ **المحور الثاني:** العراقيل التي أخرجت تعميم فكرة الدفع الالكتروني في الجزائر.

صدق الأداة: وقد خضع هذا الاستبيان لتحكيم من طرف الأستاذ بوكرموش عيسى والأستاذ قندور عبد القادر والذين بدورهم أبدوا ملاحظاتهم عليه وتم بذلك اجراء مجموعة من التعديلات وبذلك تم اعداده للصورة النهائية.

11-المقرب النظري للدراسة:

11-1 تعريف النظرية: إن كلمة نظرية في اللغة الإنجليزية معناها الجانب النظري من العلم أو الفن،

والنظرية في دائرة المعارف البريطانية هي خطة ذات مراحل مرتبة ذهنيا. وتعرف على أنها مجموعة من المتغيرات والمفاهيم والافتراضات تقدم نظرة منظمة لظاهرة من خلال تحديد العلاقات بين المتغيرات بغرض تفسير الظاهرة والتنبؤ بحدوثها في المستقبل. وهي طريقة لمحاولة فهم موقف او ظاهرة بهدف التحكم فيها.¹

وبما أن موضوع الدراسة يتمحور حول "إستخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الالكتروني (دراسة ميدانية لزيائن المركز التجاري عسيلة)" فقد اعتمدت على البراديغم الذي جاء به "البرت مارشال ماكلوهان" الذي يهتم بدراسة تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت منتشرة بقوة في عصرنا الحالي نتيجة للتطور التكنولوجي الحاصل في شتى المجالات وبما أنني تطرقت الى الدفع الالكتروني تم اختياري لهذا الاطار النظري لانه يخدم موضوع الدراسة، لأن إنتشار تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة أصبحت تهدد الوسائل القديمة التقليدية المستخدمة في هذا المجال، و هذا يعتبر ضرورة فرضتها الثورة المعلوماتية على كل الأقاليم و الجزائر من الدول التي أصبحت أمام حتمية مسايرة ركب الدول المتقدمة والمتطورة، إضافة الى مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تسهيل المعاملات التجارية والمالية.

رضا عبد الواحد امين: النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني، جامعة الازهر، 2007، ص12.¹

11-2 التعريف بالمقرب النظري: تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي تتحدث عن دور وسائل الاعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ويقول ماكلوهان أن الوسائل التي يستخدمها المجتمع أو يضطر الى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله وأي وسيلة جديدة هي إمتداد لحواس الإنسان، تشكل ظروفًا جديدة محيطة تسيطر على مايفعله الافراد اللذين يعيشون في ظل هذه الظروف¹.

كما يرى ماكلوهان ان وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الانسان حيث يرى ان الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة بنوع الوسيلة وطريقة عرضها.²

كما أن هناك تعريف يقول فيه ماكلوهان "ان تكنولوجيا الاتصال مرتبطة بمصطلح ثورة الاتصال وهي ذلك الانفجار في معالجة المعلومات وبنها في شكل آلي، موسع، هائل و شامل، الأمر الذي فتح آفاقا لاحدود لها من التطور التكنولوجي في الإتصال".³

11-3 التعريف بصاحب النظرية: ولد "البرت مارشال ماكلوهان" في 21 جويلية سنة 1911م في مدينة "ايدمونتون" ب "البرتا" بكندا .⁴

كان مارشال ماكلوهان فيلسوفا كنديا متخصصا في نظريات الاتصال المختلفة، و كذلك كان لديه الكثير من التطبيقات العلمية في العديد من الصناعات مثل الإعلانات و التلفزيون، ولقد توقع هذا الفيلسوف ظهور الانترنت قبل 30 عاما.⁵

كان أحد مؤسسي الدراسات الحديثة عن وسائل الاعلام ومن كتبه المهمة "العروس الميكانيكية 1951"، "مجزة غوتنبرغ 1962"، وفي سنة 1964 فهم وسائل الاتصال والوسيلة هي الرسالة 1967، الحرب والسلم في القرية العالمية 1956.¹

د. تواتي نور الدين، ماكلوهان مارشال قراءة في نظرياته بين الامس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد العاشر، مارس، 2013،¹ ص183-184.

سعيد زينب، المحاضرة الخامسة، نظرية الحتمية التكنولوجية، شعبة علوم الاعلام والاتصال، ص2.² المرجع السابق، المحاضرة الخامسة، ص1.³

المرجع السابق، ماكلوهان مارشال قراءة في نظرياته بين الامس واليوم، ص 178.⁴

نظرية ماكلوهان، بيت⁵ DZ، [HTTPS://baytdz.com](https://baytdz.com)، 09-04-2022، على الساعة 15:44.

11-4 أهم فرضيات النظرية:

- الوسيلة هي الرسالة أي أن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى وتعنى أيضا أن لكل وسيلة جمهور من الناس اللذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها وأن الناس يتكيفون مع بيئتهم في كل عصر من خلال توازن ونسبة محددة لإستخدام الحواس وصلتها بالوسيلة الإتصالية الرئيسية التي يستخدمونها.
- قوة التأثير عند ماكلوهان هو الوسيلة ذاتها بمعزل عما تحمله من مضمون، فالذي يجعل هناك فرقا في حياة الناس إنما هي الوسائل في عصر ما وليس مضمونها.²
- يقسم مارشال ماكلوهان وسائل الاتصال الجماهيرية الى ساخنة والتي تتطلب جهدا إيجابيا في المشاركة والمعاشية والاندماج مثل: الكتابة والهاتف والإذاعة وباردة وهي الوسائل الجاهزة والمحددة نهائيا فلا يحتاج المتلقى الى بذل جهد او مشاركة مثل الطباعة والتلفزيون والسينما.
- جاء ماكلوهان بمصطلح القرية العالمية أي أن وسائل الاعلام الإلكترونية ساعدت على إنكماش الكرة الأرضية وتقلصها في الزمان والمكان.³

11-5 الإنتقادات الموجهة للنظرية:

- إنتقد "رينتشارد بلاك" مفهوم النظرية العالمية لماكلوهان وقال ان العالم أصبح أقرب الى بناية ضخمة تضم عشرات الشقق كل منهم يعيشون في عزلة ولا يدري عنه جيرانه شى.
- التطور التقني حول المجتمع من التجميع الى التفيت حيث ساهمت التكنولوجيا والمضامين الفردية في تقلص اعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسية للإذاعة و التلفزيون.¹

محمد منير الحجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2010، ص 262.¹

أ، ياسين قرناني، قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمان عزي، جامعة سطيف 2، الجزائر، ص68.²

هاجر لعروسي، محاضرة نظريات الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، السنة الثالثة، جامعة باجي مختار، عنابة، 2020-2021، ص7.³

11-6 علاقة موضوع الدراسة بنظرية الحتمية التكنولوجية:

بعد الإطلاع على هذا المقترح النظري يمكن القول أن التقدم التكنولوجي الذي يشهده عصرنا الحالي يساهم بشكل كبير في إحداث تغيير شامل في مجال المعاملات والمبادلات المالية وذلك بظهور وسائل حديثة نتجت عن عدة تطورات في ميدان تكنولوجيا المعلومات أصبحت تفرض نفسها بقوة في كل المجتمعات وعلى جميع الأصعدة، مثال ذلك الدفع عن طريق البطاقات الالكترونية وذلك لإنتشار وسائل الدفع الالكتروني وجاءت هذه الوسائل كحتمية للحاق بركب الدول المتقدمة ومواكبة التطور التكنولوجي وذلك لما لها من أهمية كبيرة على المستوى المالي والاستثمار العالمي الأمر الذي أدى الى التخلي عن المعاملات التقليدية وإستبدالها بمعاملات تقوم على تكنولوجيا الأنترنت والأنظمة الذكية.

11-7 نظرية إنتشار المبتكرات: كما إعتمدت أيضا على نظرية انتشار المبتكرات حيث أن جهاز الدفع

الإلكتروني يعتبر مبتكر جديد على المجتمع ووسيلة دفع مبتكرة.

بحيث تركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أقطاع منه بهدف تحقيق التنمية وهو في الأخير يعتبر (التغيير) الهدف النهائي لها، والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة.²

اذ تعتبر نظرية روجرز لانتشار المستحدثات احد النظريات الأساسية في العصر الحديث لظاهرة تبنى المجتمعات للمخترعات الجديدة ويمكن تعريف الانتشار بانه: (العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما من خلال عدة قنوات اتصالية بين افراد النسق الاجتماعي، وقد قام روجرز بدراسات عديدة في هذا المجال ووجد أن هناك علاقة بين انتشار المستحدثات وحدوث التغيير الاجتماعي)، وفي هذه النظرية حاول

المرجع السابق، هاجر لعروسي، محاضرة نظريات الاعلام والاتصال، ص7. ¹
ريم بوش، محاضرات نظريات الاتصال، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، ماستر1، ص5. ²

روجرز الربط بين التغيير الاجتماعي وعملية الاتصال في محاولته لشرح معنى نشر الأفكار المستحدثة ومفهوم إنتشار المبتكرات، وهو محاولة للتوسع في مفهوم الاتصال على مرحلتين لأنه عبارة عن تدفق المعلومة على عدة مراحل.¹

11-8 مراحل تبني الأفكار والأساليب المستحدثة:

مرحلة الوعي بالفكرة: وفي هذه المرحلة يسمع الفرد او يعمم بالفكرة الجديدة لأول مرة، ولا يمكن الجزم ان كان هذا الوعي عفويا او مقصودا.

مرحلة الاهتمام: تتولد في هذه المرحلة رغبة لدى الفرد في التعرف على واقع الفكرة وجمع المزيد من المعلومات عنها ليصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة والابتكار هذا يصبح سلوكه هادف بشكل كبير.

مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يجري الفرد عملية موازنة ومطابقة بين ما جمعه من معلومات عن الفكرة المبتكرة في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا لينتهي به الأمر الى اتخاذ قرار يرفض الفكرة أو اخضاعها للتجريب العلمي.

مرحلة التجريب: وفيها يستخدم الفرد المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة كي يحدد فائدتها وفق ظروف خاصة، فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر تبنيها وتطبيقها على نطاق أوسع أو العكس في حالة عدم جدواها.

مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد قد انتهى الى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد إقناعه بجدواها، غير أنه يجب تذكر انه في بعض الحالات قد يتملص الفرد من التنفيذ تاركا الفكرة المستحدثة لاسباب عديدة.²

عابد خليصة، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعليم العالي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي، ام بواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم النسانية، 2014- 2015، ص 26.

ديفيلير ملفين وروكينتش ساندر، نظريات وسائل الاعلام: ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: دار الدولية للنشر والتوزيع، 1991)، ص 300.

الانتقادات الموجهة لنظرية إنتشار المبتكرات:

- ان تطبيق هذه النظرية والعمل بها في دول العالم الثالث أدى الى اتساع فجوة المعلومات وازدياد الفروقات الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع لان الفئات المتقدمة اقتصاديا واجتماعيا تشجع أكثر من غيرها على التجديد وممارسة الإقبال على تلقي المعلومات أكثر من غيرها على الفئات الفقيرة.
- دعم إتفاق الباحثين والدارسين لهذا الإنتشار على تعريف محدد للتنمية.¹

خلاصة:

من خلال هذا الفصل تم تحديد الأبعاد التي تناولتها الدراسة، وأهمية استخدام وسائل الدفع الالكتروني، والتطرق إلى توضيح بعض من أساسياته، فقد جاءت الدراسة بهدف تسليط الضوء على ثقافة المواطن الجزائري تجاه تفعيل خدمة الدفع الالكتروني في تنفيذ العمليات والمبادلات المالية خاصة في المراكز التجارية باعتباره زبون مستخدم لوسائل الدفع الالكتروني.

ديفلير ملفين وروكينش ساندر، نفس المرجع السابق، ص 312.¹



الإطار التطبيقي

تمهيد:

بعد ظهور وسائل الدفع الالكترونية بدأت الآراء تتضارب حول إمكانية إحلالها محل الوسائل التقليدية، بحيث تجرد الوسائل من طابعها المادي أو الورقي فبدات التوقعات باختفاء الشيك لتحل محله البطاقات والشيكات الالكترونية ويكفي إرسال أوامر التحويلات عبر أجهزة الكمبيوتر وشبكة الانترنت دون ضرورة كتابة الأوامر على الاوراق، وبالمقابل هناك آراء أخرى ترجح عدم اختفاء وسائل الدفع التقليدية في ظهور تلك الحديثة، التي لم تكتسب بعد الثقة الكاملة نظرا لحدوثها وغياب ثقافة التعامل بها على المدى الواسع.

وبعد التطرق إلى الأسئلة الفرعية المرتبطة بإشكالية البحث في الفصل السابق سنحاول في هذا الفصل الذي تمثل في الجانب التطبيقي الإطلاع على مدى إستخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الالكتروني، وكذا إستعراض بيانات الدراسة مع تحليلها وتفسيرها والخروج بحوصلة من النتائج والتوصيات.

1 - تقديم المؤسسة محل الدراسة:

1.1 التعريف بمؤسسة عسيلة هيبمارشي _ورقلة_:

شركة سوبيرات عسيلة، هي شركة ذات مسؤولية محدودة، يتمثل نشاطها في التجارة بالجملة والتجزئة القارة وغير القارة وكذا التوزيع بالجملة. تم تأسيس أول فرع لها من قبل السيد عبد القادر العياشي والسيد عمر عسيلة الذي سميت الشركة تيمنًا باسمه سنة 2002 الموافق ل16 افريل ببلدية حاسي مسعود، ليتم بعد ذلك افتتاح عدة فروع لها عبر تراب ولاية ورقلة.

• الاسم الكامل للشركة: شركة ذات مسؤولية محدودة سوبيرات عسيلة للتجارة.

• اختصاره: عسيلة سوبيرات.

• تصنيف المؤسسة: مؤسسة خاصة ذات طابع تجاري خدماتي.

• الفروع:

- سوبيرات عسيلة للتجارة حي شعباني محمد حاسي مسعود، التوزيع بالجملة.

- سوبيرات عسيلة للتجارة حي شعباني 02 رقم 11 حاسي مسعود، تجارة بالجملة.

- سوبيرات عسيلة للتجارة المنطقة الصناعية سيدي خويلد هايبرمارشي، التوزيع بالتجزئة القارة وغير القارة.

• توزيع الموظفين:

- الجنس:

25% موظفات من الفئة النسوية.

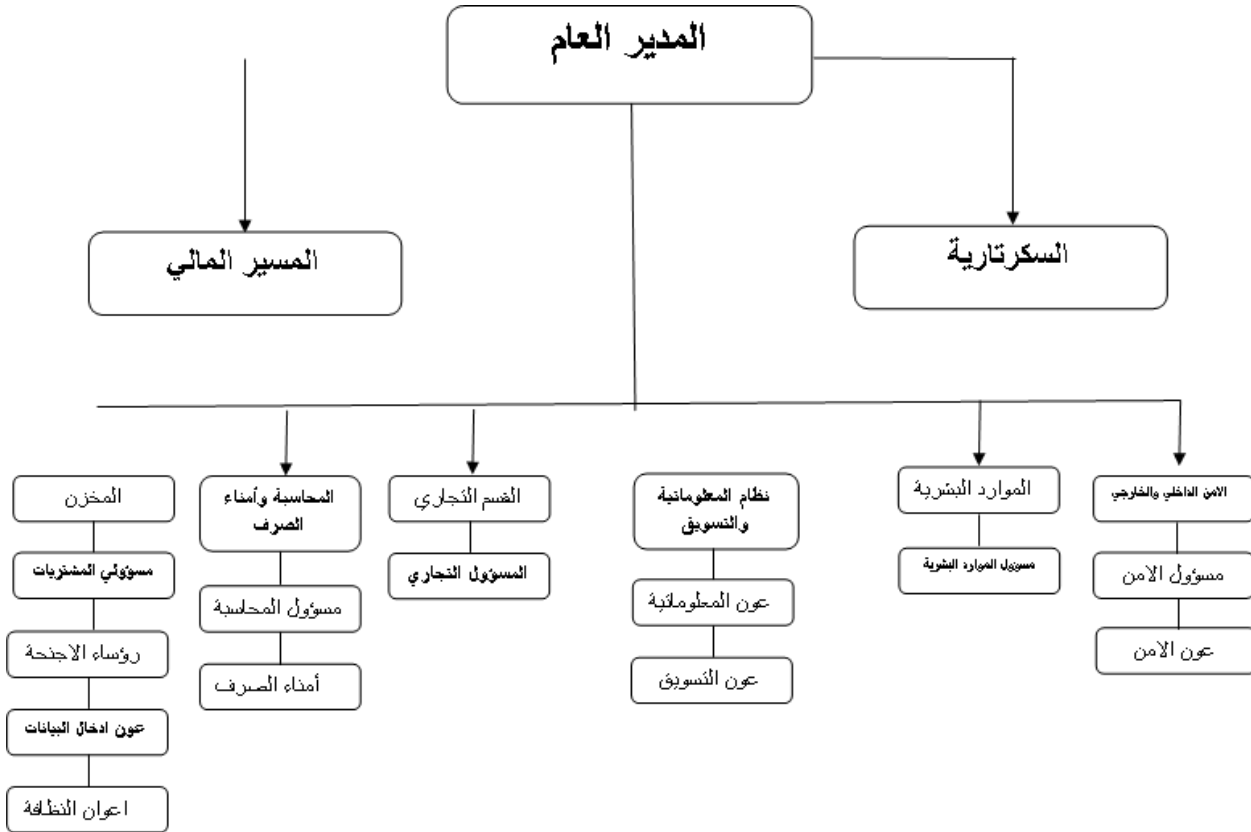
75% موظفين من الفئة الرجالية.

- العمر:

50% من العمال تتراوح اعمارهم بين 40 الى 60 سنة.

30% من العمال تتراوح اعمارهم بين 30 الى 40 سنة.

20% من العمال تتراوح اعمارهم بين 20 الى 30 سنة.



الشكل رقم 01 : الهيكل التنظيمي للمؤسسة

2.1 - شرح الهيكل التنظيمي:

المدير العام: يمثل السلطة العليا والهيئة الأولى في ادارة المؤسسة، حيث أنه المسؤول رقم واحد عن النظام الإداري بالإضافة الى أنه ينظم الطريقة التي يسيير بها العمل، كما انه هو الممثل الرئيسي للشركة في العلاقات الخارجية مع المؤسسات الاخرى.

السكرتارية: مجموعة من المهام الوظيفية التي تهدف لمساعدة الإدارة داخل المؤسسة وتزويد الادارة بكل ما يلزمها من معلومات تفيد في بيئة العمل وتنظيم البيانات التي تساهم في قوة بيئة العمل ودعمها، وتنظيم الاعمال المترابطة وغيرها من المهام.

المسير المالي: هو المسؤول عن المصالح الاقتصادية وهو من يقوم بتسيير الشؤون المادية والمالية في المؤسسة تحت مسؤولية مديرها.

الامن الداخلي والخارجي: يقوم بالمحافظة على الأمن الداخلي والخارجي ومتابعة الإجراءات الأمنية على مستوى المؤسسة ككل.

إدارة الموارد البشرية: وهي إدارة القوى العاملة للمنظمات أو تختص بجذب الموظفين، والإختيار والتدريب والتقييم ومكافئة الموظفين، وأيضا متابعة قيادة المنظمة والثقافة التنظيمية والتأكد من الإمتثال بقوانين العمل وكذا يركز على التوظيف والإدارة وتعريف الموظفين بتعليمات الشركة أو المؤسسة أو المنظمة التي يعملون بها.

نظام المعلوماتية والتسويق: هي البرامج التي تستخدم في أرشفة وإدارة وتنظيم البيانات والحصول على المخرجات من خلال اجراءات محددة يتم انشاؤها وفق الية سير العمل في أي مؤسسة، أما بالنسبة للتسويق فهو يهدف بشكل رئيسي الى الترويج للمنتجات والسلع والبضائع التي تقدمها الشركة بالإضافة الى أنه يهدف الى بناء علاقة جيدة مع الزبائن المحاسبة.

القسم التجاري: يقوم بإدارة المبيعات والمشتريات والتسويق وبعد القسم المسؤول عن تعيين واختيار الأنشطة التجارية الجديدة في الشركة، والمسؤول عن نمو وتطور الاعمال التجارية وانشاء خطط عمل مفصلة عن الفرص التجارية باجراء أبحاث السوق وتحليلها وفهم جميع متطلبات العملاء والقيام بضمان متطلباتها.

قسم المحاسبة: يقوم بتسجيل العمليات المالية التي تتعلق بأعمال البيع والشراء في الشركة، كما يقوم بتحديد الالتزامات والممتلكات وما للشركة وما عليها خلال فترة زمنية معينة، لمعرفة نشاط الشركة والأصول والخصوم. إضافة الى أعداد الحسابات الختامية للشركة لكي تحدد قيمة الارباح والخسائر كما أنها تقوم بتصوير قائمة المركز المالي الخاص بالشركة.

3.1: الكفاءة المهنية:

تعتمد شركة عسيلا هيبيرمارشي بجميع فروعها على طاقم من العمل الذي يكون على دراية باوضاع السوق التجاري وما يلزمه من احتياجات ليقابل الطلب والعرض ... لذلك فان أي عامل يتقدم لوظيفة شاغرة في أي قسم كان يجب عليه أن يحظى بمقابلة من أحد أرباب العمل المكلفين بتسيير المؤسسة.. ويتم النظر الى الجانب المستقبلي للعامل وما الذي يراه إذا ما قامت المؤسسة بتوظيفه... فيجب أن تتوفر في العامل

روح المسؤولية إتجاه عمله بصفة خاصة ونحو المؤسسة بصفة عامة، والنظر فيما يستطيع هذا العامل تقديمه للمؤسسة من خلال فترة تجريبية يمكن ان تكون مدتها قصيرة إذا ما استوفى العامل كامل الشروط.

من المهم أن يكون للعامل قابلية المشاركة في العمل من خلال القيام بمهام لا تنطبق على الوظيفة التي يشغلها لتعويض اي نقص طارئ تواجهه المؤسسة، مع امكانية العمل في مجموعة والتاقلم مع جميع أطراف العمل لتقديم أكثر أداء جيد.

لذلك فان جميع العاملين في كل الاقسام لديهم قابلية لتعلم مهام جديدة والقيام بها إذا ماسمحت الفرصة لذلك. وبالتأكيد سوف تعود بالفائدة على العامل للحصول على خبرة أكثر وترقية وظيفية في المستقبل. فمن المهم ان ترتبط جميع الاقسام مع بعضها البعض لسهولة انتقال المعلومات وتقديم اداء يخدم مصلحة الشركة.

4.1 نشاطات المؤسسة:

أما فيما يتعلق بنشاطات المؤسسة نذكر منها:

- عرض السلع والخدمات.
- البيع بالتجزئة والبيع بالجملة.
- تسويق المنتجات وتعريف الزبائن بالمنتجات الجديدة.
- اقامة عروض للمنتجات المختلفة بقصد تعريف الزبائن أكثر عليها.
- القيام بحملات تسويقية.
- تقديم عروض استثنائية خلال كل موسم شاملة العديد من التخفيضات.

5.1 أهم المتعاملين:

بصفة عامة فإن الشركة تهتم بجميع الموردين والشركات التي تعرض منتجاتها وخدماتها في سبيل إشباع رغبات وطلبات الزبائن المختلفة والمتنوعة، لذا فان الشركة تعتبر كل مورد ذو أهمية ويكتسب صفة الوفاء سواء كانت المنتجات مطروحة في السوق أو منتجات جديدة لم يتعرف عليها الزبون بعد؛ أما فيما يخص

المنافسين فـشركة عـسيلة تتنافس نفسها وذلك من أجل رسم افاق مستقبلية نتحد في كل مرة ولتبقى دائما تقدم الأفضل والأنجع لها ولزبائننا الاوفياء، ولتكون رقم واحد في جنوبنا الكبير.

6.1 أهداف ونشاطات المؤسسة:

- إحتكار السوق بالنسبة لمنطقة الجنوب.
- إنشاء أكبر قدر ممكن من الفروع للمؤسسة من اجل توسيع النشاط.
- توفير منتجات أكثر بما يتوافق مع رغبات الزبائن.
- إستغلال اليد العاملة من أجل القضاء على مشكلة البطالة.
- المساهمة في إشباع رغبات الزبائن المختلفة وذلك لإحتلال مكانة خاصة في السوق التجاري.
- التأثير إيجابا في الاقتصاد الوطني.¹

2 - عرض وتحليل أسئلة الإستمارة:

تم إعداد إستمارة حول موضوع الدراسة المتمثل في استخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الالكتروني حيث تم توزيع 70 إستبيان عن العينة المستهدفة عن طريق اليد وكان يستلم الإستبيان بعد تعبئته وقد تم إسترجاع 65 استبيان من أصل 70 أي وجود نقصان في العدد الإجمالي للاستمارات بنسبة 95 بالمئة وتم الاعتماد عليها وتحليلها مما جلعني أصل إلى نتائج دقيقة، وقد تم تقسيمها إلى جزئين الجزء الأول متكون من البيانات الشخصية وتمثلت هذه البيانات في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة.

أما الجزء الثاني فشمـل محورين رئيسيين متكونين من 27 سؤال.

المحور الأول: يناقش وسائل الدفع الالكتروني والخدمات التي توفرها للزبائن.

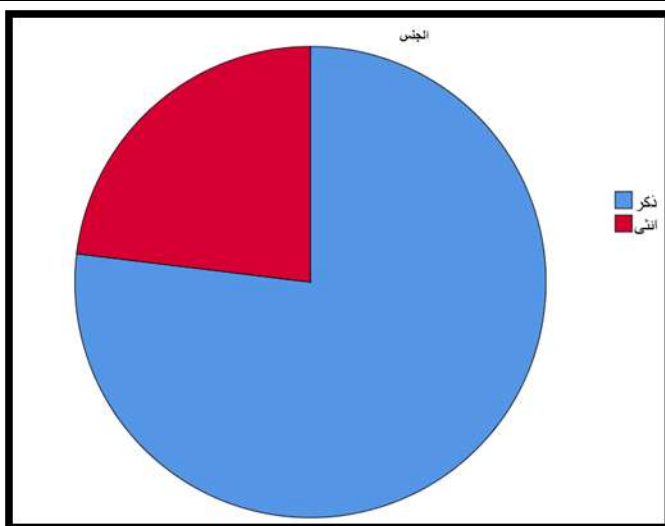
المحور الثاني: يناقش العراقيل التي أخرجت تعميم فكرة الدفع الالكتروني في الجزائر.

مؤسسة عسيلة، من خلال الإعتماد على وثائق مقدمة من مسؤول مصلحة الموارد البشرية.¹

البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
76.9%	50	ذكر
23.1%	15	انثى
100%	65	المجموع



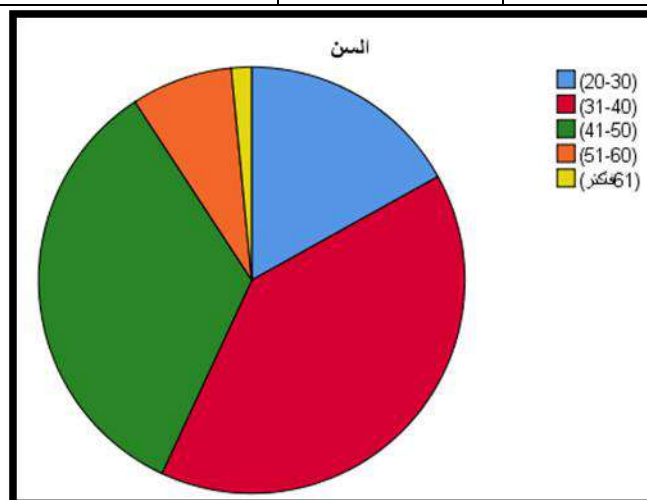
الشكل 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يلاحظ من خلال الجدول توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس حيث إحتل الذكور المرتبة الأولى وذلك بنسبة 76.9% وتعد نسبة كبيرة مقارنة بنسبة الاناث التي قدرت ب 23.1% وهذا ما يعني ان فئة الذكور هي الفئة الأكثر استخداما لبطاقات الدفع الالكتروني في معاملاتهم، ويرجع ذلك لعدة عوامل نذكر منها:

- إقبال الذكور على إستخدام بطاقات الدفع أكثر من الإناث.
- أن فئة الذكور هي الفئة الأكثر تعاملًا بالمبادلات المالية والتجارية ويعود ذلك لطبيعة عملهم مع المؤسسات أو الشركات وكذلك البنوك وغيرها فيكونون بذلك أكثر اطلاعا على المستجدات و الطرق الحديثة في الدفع.

الجدول رقم 02: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن

العبارات	التكرار	النسبة المئوية
30-20	11	16,9%
40-31	26	40,0%
50-41	22	33,8%
60-51	5	7,7%
61فاكثر	1	1,5%
المجموع	65	100%



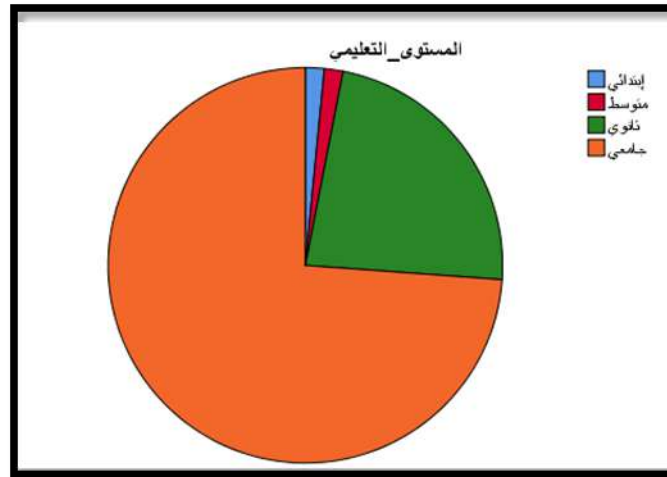
الشكل 02: توزيع المبحوثين حسب متغير السن

يتضح من خلال الجدول رقم 02 الذي يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن الذي قسم الى خمس فئات عمرية حيث أن النسبة الأكبر عادت للفئة العمرية من 31 الى 40 سنة بتكرار 26 مرة مايعادل 40% وتليها المرتبة الثانية للفئة العمرية من 41 الى 50 سنة بتكرار 22 مرة أي مايعادل 33.8% وفي المرتبة الثالثة نجد الفئة العمرية من 20 الى 30 سنة بتكرار 11 مرة أي مايعادل 16.9% وتليها الفئة من العمر 51 الى 60 سنة بتكرار 5 مرات أي مايعادل 7.7%، بينما الفئة العمرية اكثر من 61 سنة قدرت ب 1.5%.

ونستنتج من ذلك ان الافراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31 الى 40 سنة وكذلك الفئة العمرية من 41 الى 50 سنة هم الأكثر استعمالاً لبطاقات الدفع من غيرهم وهذا راجع الى أن اغلبهم موظفين شركات و مؤسسات وتجار ويلجؤون للمعاملات المالية بكثرة.

الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

العبارات	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	1	1,5%
متوسط	1	1,5%
ثانوي	15	23,8%
جامعي	48	73,8%
المجموع	65	100%



الشكل 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

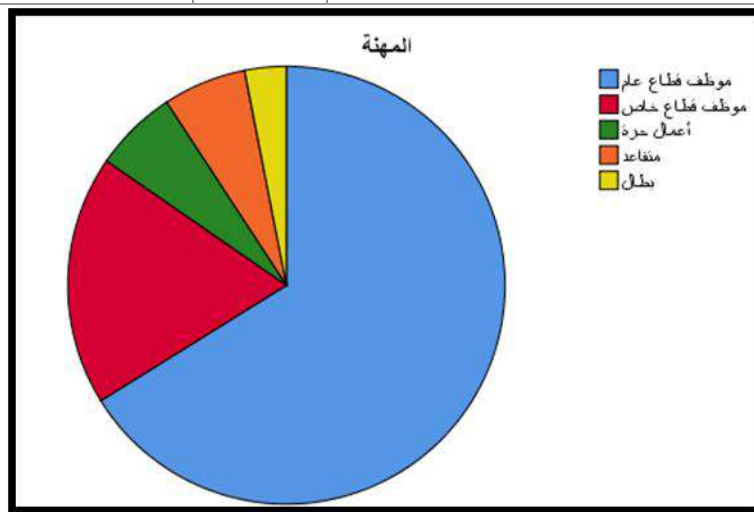
يتضح من خلال الجدول رقم 03 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث ان النسبة الأكثر بروزاً كانت للموسى الجامعي بتكرار 48 مرة ما يعادل 73.8% وتليها المرتبة الثانية للأشخاص في

المستوى الثانوي بتكرار 15 مرة أي ما يعادل 23.1% وفي الأخير نجد كل من المستوى المتوسط و الابتدائي بنسبة 1%.

ونستنتج من ذلك ان اغلب أفراد العينة ينتمون الى مستوى جامعي وذلك لأن وسائل الدفع الالكترونية هي وسائل ذات حداثة ومرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والعمل بها يتطلب مستوى عالي لإعتمادها على الأنترنت ووسائل تكنولوجيا متقدمة وبالتالي يقدمون على استخدامها بكثرة دون تخوف منها.

الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
66,2%	43	موظف قطاع عام
18,5%	12	موظف قطاع خاص
6,2%	4	أعمال حرة
6,2%	4	متقاعد
3,1%	2	بطل
100%	65	المجموع



الشكل 04: توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

يتضح من خلال الجدول رقم 04 ان أعلى نسبة من الزبائن الذين يتعاملون ببطاقات الدفع الالكترونية يعملون في قطاع الوظيف العمومي بتكرار 43 مرة أي مايعادل 62.2% ويليهما موظفو القطاع الخاص بتكرار

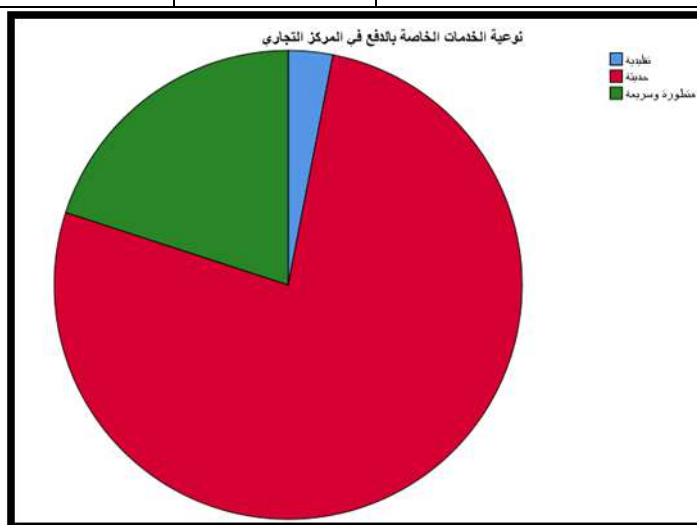
12 مرة أي مايعادل 18.5% ثم يليها كل من أصحاب الأعمال الحرة والمتقاعدين بنسبة 6.2% وفي الأخير نجد البطالين بنسبة 3.1%.

نستنتج ان أغلبية الزبائن اللذين يتعاملون بالوسائل الحديثة في الدفع هم أشخاص يعملون في القطاع العام واستخدامهم لهذه الوسائل يتوافق مع مصالحهم ويخدم حاجاتهم ويسهل تعاملاتهم وذلك لطبيعة المؤسسات التي يعملون بها مثال ذلك المؤسسات الاقتصادية، البنوك، المؤسسات المالية وغيرها...

المحور الأول: وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات التي توفرها لزبائن

الجدول رقم (05) يوضح لنا نوعية الخدمات الخاصة بالدفع في المركز التجاري

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
3.1%	2	تقليدية
76.9%	50	حديثة
20%	13	متطورة وسريعة
100%	65	المجموع



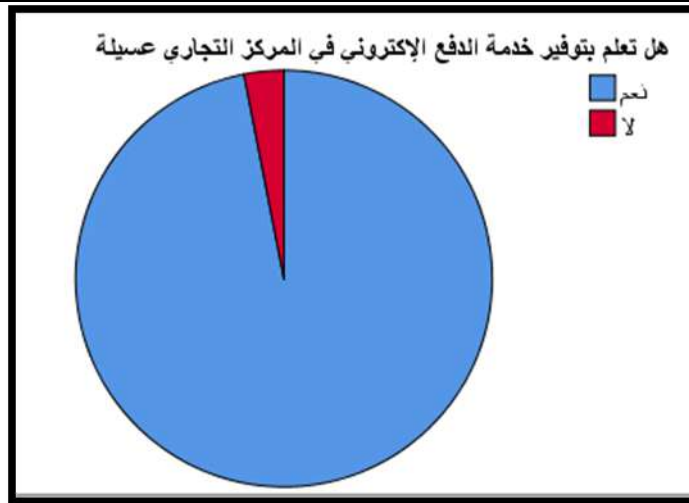
الشكل 05: نوعية الخدمات الخاصة بالدفع في المركز التجاري

يتضح من خلال الجدول رقم 05 ان اغلبية زبائن المركز التجاري عسيلة يرون ان الخدمات الخاصة بالدفع في المركز التجاري حديثة بتكرار 50 مرة أي مايعادل 76.9% تليها نسبة الأشخاص اللذين يرون الخدمات ذات ميزة متطورة وسريعة بنسبة 20% وصولا الى من يرونها تقليدية وذلك بنسبة 3.1%.

ونستنتج من ذلك أن المركز التجاري عسيلة يقدم خدمات ترقى لمستوى الحدائة وهذا ما أكده زبائن المركز من خلال اجاباتهم وبطبيعة الحال فإن وجود خيارات للدفع يرفع من جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة لزبائنهم، وهذا يدل على مواكبة المؤسسة للحدائة وعدم حصر خدماتها في إطار تقليدي، بينما اللذين يرونها متطورة وسريعة فهذا راجع لإستخدامهم المتواصل لتقنية الدفع ونجاعت هذه الوسيلة.

الجدول رقم 06: معرفة الزبائن بتوفير المؤسسة لخدمة الدفع الالكتروني

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
69.9%	63	نعم
3.1%	2	لا
100%	65	المجموع



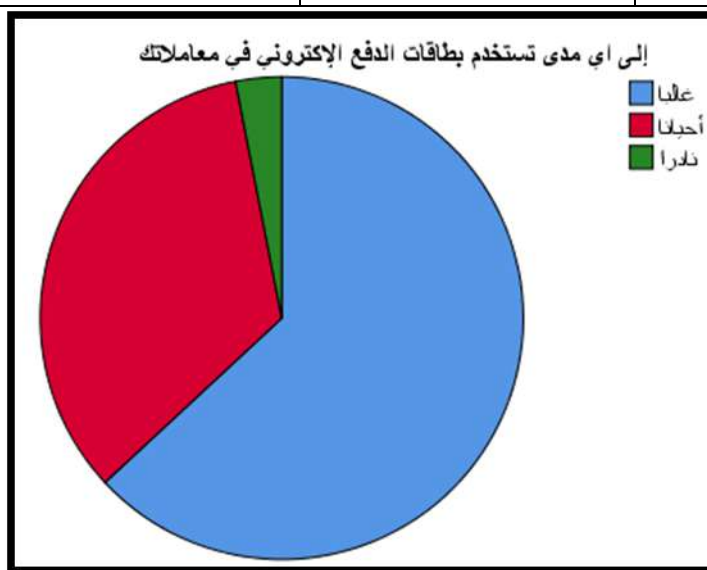
الشكل 06: معرفة الزبائن بتوفير المؤسسة لخدمة الدفع الالكتروني

يتضح من خلال الجدول رقم 06 أن أغلبية زبائن المركز التجاري عسيلة على دراية بتوفير المؤسسة لخدمة الدفع الإلكتروني وذلك بنسبة 96.9% تليها أقلية الأشخاص الذين يجهلون بوجود خدمة الدفع إلكترونيا بنسبة 3.1%.

وهذا ما يدل على أن المؤسسة تُعلم زبائنها بالخدمات التي توفرها لهم فهي بذلك تحفزهم على الإقبال لمثل هذه التقنيات الحديثة في الدفع وهذا ما يسهل في التعامل بين الموظف والزبون.

الجدول رقم 07: مدى إستخدام الزبائن لبطاقات الدفع الإلكتروني في معاملاتهم

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
63.1%	41	غالبا
22%	22	أحيانا
2%	2	نادرا
100%	65	"المجموع"



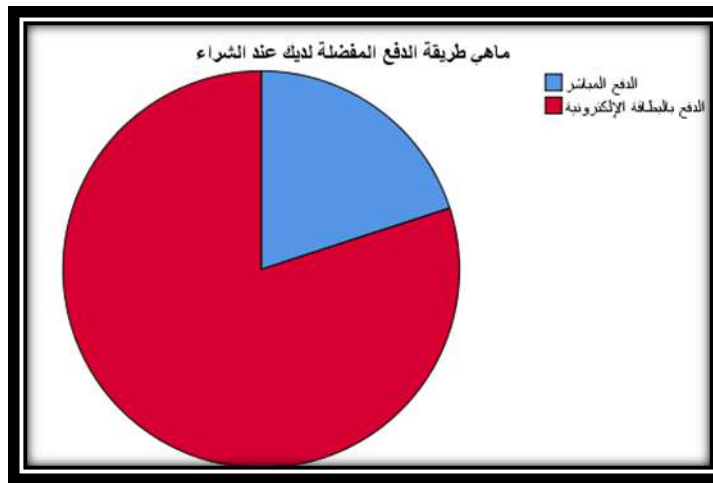
الشكل 07: مدى إستخدام الزبائن لبطاقات الدفع الإلكتروني في معاملاتهم

يتضح من خلال الجدول رقم 07 أن زبائن المركز التجاري غالبا ما يستخدمون بطاقاتهم في الدفع وذلك بنسبة 63.1% تليها أحيانا بنسبة 33.8% وصولا الى الزبائن الذين نادرا ما يستخدمون بطاقات الدفع في معاملاتهم و ذلك بنسبة 3.1% وهم الأقل نسبة من غيرهم.

ومن خلال هذا نستنتج أن الزبائن الذين يمتلكون بطاقات الدفع الإلكتروني دائما ما يفضلون إستخدامها في المركز التجاري عند تسوقهم، هذا راجع إلى أن الخدمة المقدمة في هذا المجال جيدة وأن موظفو المركز التجاري يتمتعون بمهارات تقديم الخدمة بالشكل المطلوب هذا ما يحفز الناس للإقبال على مثل هذه التعاملات، بينما الفئة التي لا تفضل إستخدامها فهي فئة تميل للإعتماد عن النماذج الورقية في الدفع أو ربما لا تدرك كيفية التعامل معها.

الجدول رقم 08: يوضح طريقة الدفع المفضلة لدى الزبون عند الشراء

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
20%	13	الدفع المباشر
80%	52	الدفع بالبطاقة الإلكترونية
100%	65	المجموع



الشكل 08: يوضح طريقة الدفع المفضلة لدى الزبون عند الشراء

يتضح من خلال الجدول رقم 08 أن الزبائن يفضلون الدفع بالبطاقة الإلكترونية عند الشراء بتكرار 52 مرة أي ما يعادل 80% تليها الدفع المباشر بتكرار 13 مرة أي ما يعادل 20%. ومنه نستنتج أن مثل هذه الوسائل تجد قبولا واسعا لدى المواطنين عامة وزبائن المركز التجاري خاصة، إذ يفضلون إستخدامها لمميزات التي تقدمها لهم فهي توفر لحاملها مرونة أكثر وجهد أقل بالإضافة إلى أنها بديل عن وسائل الدفع العادية بينما الذين يفضلون الدفع المباشر فقد لا يتمتعوا بوجود مثل هذه الوسائل ولا

تخدم مصالحهم أو يجهلون التعامل بها.

الجدول رقم 09: مدة استخدام الزبائن لبطاقات الدفع عند الشراء

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
9.2%	6	6 أشهر
58.5%	38	من 1 إلى 2 سنة
32.3%	21	من 3 أشهر إلى 6 سنوات
100%	65	المجموع



الشكل 09: مدة استخدام الزبائن لبطاقات الدفع عند الشراء

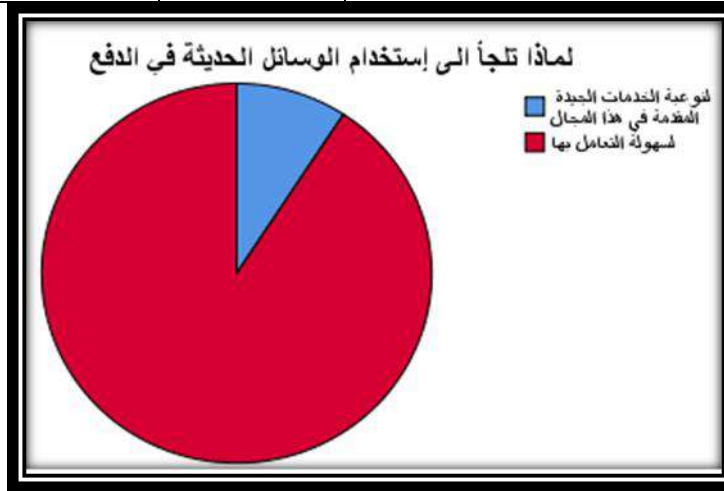
يتضح من خلال الجدول رقم 09 أن أغلبية الزبائن يستخدمون بطاقاتهم في الدفع من حوالي سنة إلى سنتين بتكرار 38 مرة أي مايعادل 58.5%، تليها من 3 إلى 6 سنوات بتكرار 21 مرة أي مايعادل 32.3% وصولاً إلى أقل نسبة وهي 9.2% للأشخاص الذين يتعاملون بالبطاقة من حوالي 6 أشهر.

ومن هذا نستنتج ان زبائن المؤسسة يتعاملون ببطاقاتهم عند الشراء منذ مدة زمنية طويلة فقد تطورت الوسائل على مر الزمن وتبعاً لتطور الحياة الاقتصادية وظروف التسوق و التطورات التكنولوجية فوجدت استحسان عند الأشخاص كونها تتماشى مع التطورات الحاصلة في الوقت الحاضر، ضف الى ذلك صفات التقدم والنجاح وسهولة الاستخدام التي توفرها مثل هذه الوسائل الحديثة في الدفع، اما من باشرو في

استخدامها مؤخرا فهم يسعون الى الاستفادة من التطورات الحاصلة ومحاولة اللحاق بها إذ انها سرعان ما تنتشر انتشارا واسعا نتيجة للمزايا التي تحققها.

الجدول رقم 10: سبب لجوء الزبائن لإستخدام الوسائل الحديثة في الدفع

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
9.2%	6	لنوعية الخدمات الجيدة المقدمة في هذا المجال
90.8%	59	لسهولة التعامل بها
100%	65	المجموع



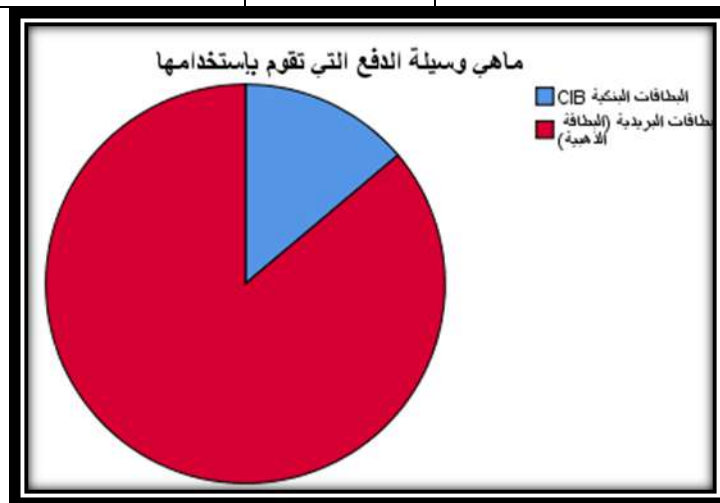
الشكل 10: سبب لجوء الزبائن لإستخدام الوسائل الحديثة في الدفع

يتضح من خلال الجدول رقم 10 أن الزبائن يلجؤون لإستخدام الوسائل الجديدة في الدفع لسهولة التعامل بها بتكرار 59 مرة أي ما يعادل 90.8% تليها من يلجؤون إليها لنوعية الخدمات المقدمة في هذا المجال بنسبة 9.2%.

ومن هنا نستنتج أن بطاقات الدفع الإلكترونية تمتاز بالسهولة في التعامل بها فهي لا تحتاج الى بذل أي مجهود فكري خلال عملية الدفع فهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية مبرمجة سهلة الإستعمال إذ تعتبر وحدات نقدية عادية محفوظة بشكل إلكتروني فهي بذلك تسهل التعامل بين الأطراف وتوفر الثقة فيما بينهم.

الجدول رقم 11: يوضح وسيلة الدفع المستخدمة من طرف الزبائن

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
13.8%	9	البطاقات البنكية CIB
86.2%	56	البطاقات البريدية (البطاقة الذهبية)
100%	65	المجموع

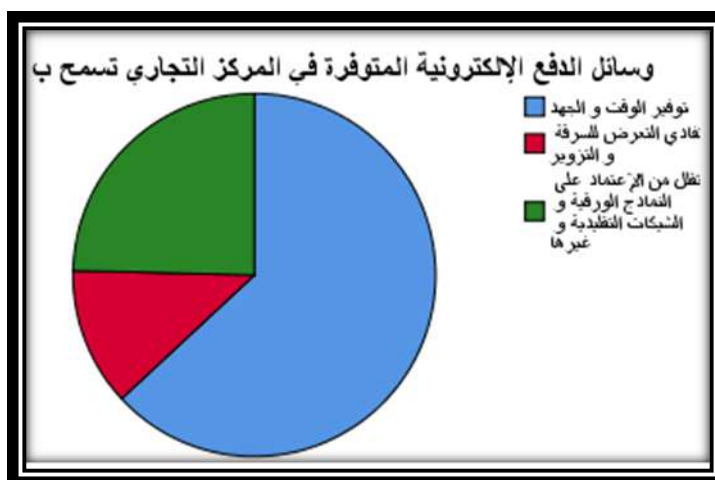


الشكل 11: يوضح وسيلة الدفع المستخدمة من طرف الزبائن

يتضح من خلال الجدول رقم 11 ان الوسيلة الأكثر استخداما للدفع هي البطاقات البريدية (البطاقة الذهبية) بتكرار 56 مرة أي مايعادل 86.2% تليها البطاقات البنكية بتكرار 9 مرات اي مايعادل 13.8%. ونستنتج من ذلك ان البطاقة الذهبية هي المفضلة في الدفع لدى الزبائن وذلك للميزات التي توفرها لهم وسهولة إستخدامها في العديد من العمليات المالية ضف الى ذلك سهولة الحصول عليها فمعظم الأشخاص اكتشفو وجود هذه البطاقة من خلال معاملاتهم مع البريد وبذلك تعرفو على هذه الخدمة وتحصلو عليها بسهولة ويسر، أما بالنسبة لمن يتعاملون بالبطاقة البنكية فهي الأنسب لهم ولمعاملاتهم فلكل فئة من الأشخاص وسيلة تلبي حاجاتهم.

الجدول رقم 12: وسائل الدفع الإلكترونية المتوفرة في المركز تسمح بـ

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
63.1%	41	توفير الوقت و الجهد
12.3%	8	تفادي التعرض للسرقة و التزوير
24.6%	16	تقلل من الإعتماد على النماذج الورقية و الشيكات التقليدية
100%	65	المجموع



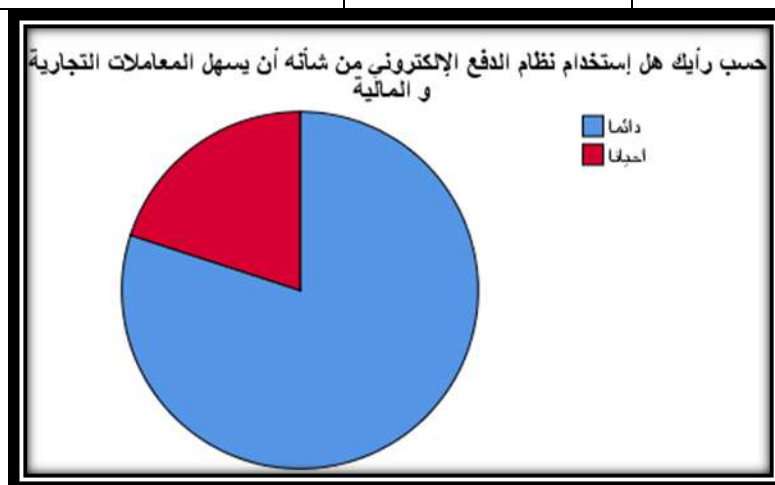
الشكل 12: وسائل الدفع الإلكترونية المتوفرة في المركز

يتضح من خلال الجدول رقم 12 أن وسائل الدفع الإلكترونية المتوفرة في المركز التجاري تسمح بتوفير الوقت والجهد للزبائن وذلك بنسبة 63.1% كأعلى نسبة تليها تقليل الإعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية بنسبة 24.6% وصولاً إلى أقل نسبة والتي قدرت بـ 12.3% التي تعود على تفادي التعرض للسرقة والتزوير.

نستنتج من ذلك ان وسائل الدفع الإلكترونية تحقق لحاملها العديد من المزايا أهمها توفير الوقت والجهد فهي بذلك تمنح سهولة ويسر الإستخدام كما تمنح الأمان لحاملها بتفادي السرقة والتزوير وذلك من خلال التقليل من الاعتماد على النقود الورقية والشيكات التقليدية.

الجدول رقم 13: آراء الزبائن حول إمكانية تسهيل نظام الدفع الإلكتروني للمعاملات التجارية والمالية

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
80%	52	دائما
20%	13	أحيانا
100%	65	نادرا



الشكل 13: آراء الزبائن حول إمكانية تسهيل نظام الدفع الإلكتروني للمعاملات التجارية والمالية

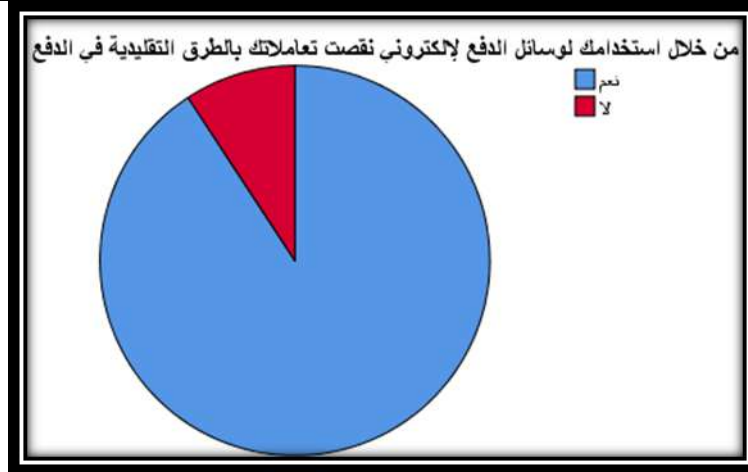
يتضح من خلال الجدول رقم 13 أن نظام الدفع الإلكتروني دائما مايسهل المعاملات التجارية والمالية بتكرار 52 مرة أي مايعادل 80% تليها أحيانا بتكرار 13 مرة أي مايعادل 20% أما في خيار نادرا فكانت النسبة معدومة.

ومن هنا نستنتج أن لنظام الدفع الإلكتروني في عصرنا الحالي أهمية كبيرة فقد ساهم في احداث تحول كبير في اشكال العمل المصرفي اذ انه يتسم بالطبيعة الدولية أي انه نظام مقبول في جميع الدول يستخدم لتسوية المعاملات الإلكترونية وتسهيلها فهو نظام وساطة مهمته تسهيل التداول وتمكين إجراء الصفقات بسهولة، أما النسبة الثانية فقد ترجع إجاباتهم الى ان الأشخاص لايزالون يعتمدون على الطرق التقليدية في الدفع ولا يرون التأثير أو التغيير الذي يحدثه نظام الدفع أو لم يسهل في معاملاتهم لدرجة كبيرة، أما خيالا

نادرا فكانت الإجابة فيه معدومة هذا مايدل على أن نظام الدفع يسهل المعاملات التجارية والمالية بشكل أو بآخر.

الجدول رقم (14) يوضح آراء الزبائن حول ما إذا نقصت تعاملاتهم بالطرق التقليدية في الدفع عند إستعمالهم للطرق الحديثة

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
90.8%	59	نعم
9.2%	6	لا
100%	65	المجموع



الشكل 14: يوضح آراء الزبائن حول ما إذا نقصت تعاملاتهم بالطرق التقليدية في الدفع عند إستعمالهم للطرق الحديثة

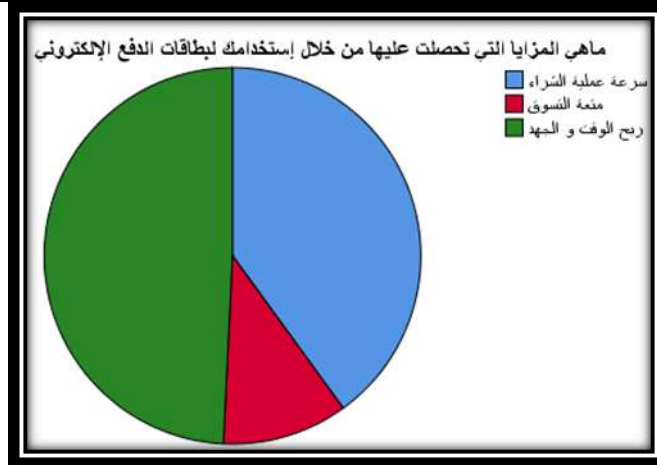
يتضح من خلال الجدول رقم 14 أنه من خلال إستخدام الزبائن لوسائل الدفع الإلكترونية قلت تعاملاتهم بالدفع بالطرق التقليدية بنسبة 90.8% تليها الزبائن اللذين لم تؤثر تعاملاتهم بالطرق الحديثة على التقليدية منها بنسبة 7.7%.

ومن هنا نستنتج أن لوسائل الدفع الإلكترونية تأثير كبير لدى الأشخاص اللذين يستخدمونها ويجدون إستحسانا من وراء إستخدامها وهذا مايدل على نجاعة مثل هذه الوسائل والطرق الحديثة في الدفع التي تستطيع أن تحل محل الوسائل التقليدية وتقضي عليها بحيث أصبحت لديها أهمية بالغة على المستوى المالي والإستثمار العالمي خاصة عند بروز التجارة الإلكترونية وهذا مافتح باب واسع أمام تغيير الأموال من أوراق

الى وقائع افتراضية غير ملموسة.

الجدول رقم 15: المزايا المتحصل عليها من خلال إستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
40%	26	سرعة عملية الشراء
10.8%	7	متعة التسوق
46.2%	32	ريح الوقت و الجهد
100%	65	المجموع



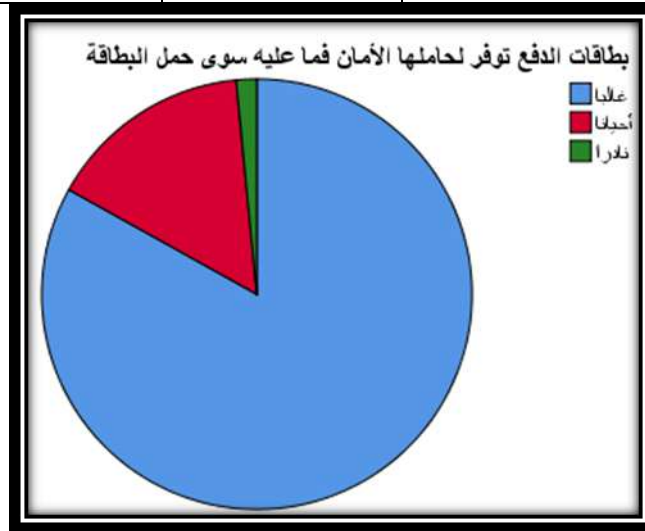
الشكل 15: المزايا المتحصل عليها من خلال إستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني

يتضح من خلال الجدول رقم 15 ان الميزة المتحصل عليها من خلال استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في المرتبة الأولى هي ربح الوقت والجهد بتكرار 32 مرة أي مايعادل 49.2% تليها سرعة عملية الشراء بتكرار 26 مرة أي مايعادل 40% وصولا الى متعة التسوق بنسبة 10.8%.

من هنا نستنتج ان الأشخاص ينتقون مثل هذه التقنيات لغرض ربح الوقت والجهد بالدرجة الأولى نظرا للتقدم التكنولوجي الذي نشهده فهو بذلك قد غير الموازين وأصبحنا نعيش في عصر السرعة وأصبح الفرد يهدف الى تحقيق السرعة في تنفيذ العمليات المالية وأصبحت لسرعة نقل المعلومات الأهمية البالغة في الحياة الاقتصادية، فعند إنتهاء الزبون من التسوق ويتوجه للدفع يشعر بالأريحية لحصوله على ميزة ربح الوقت وسرعة عملية الشراع مع إضفاء متعة للتسوق.

الجدول رقم 16: بطاقة الدفع توفر لحاملها لأمان فما عليه سوى حمل البطاقة

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
83.1%	54	غالبا
15.4%	10	أحيانا
1.5%	1	نادرا
100%	65	المجموع



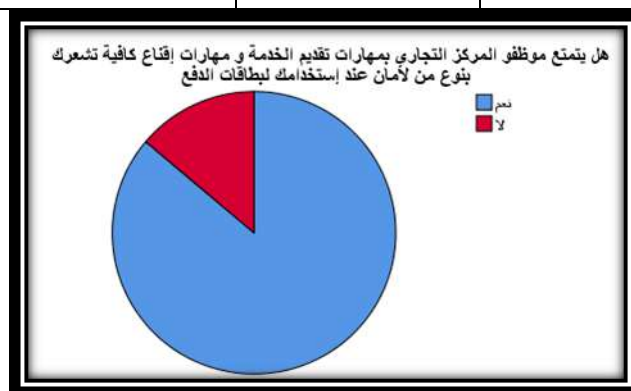
الشكل 16: بطاقة الدفع توفر لحاملها لأمان فما عليه سوى حمل البطاقة

يتضح من خلال الجدول رقم 16 أن بطاقة الدفع غالبا ماتوفر لحاملها الأمان وذلك بنسبة 83.1% تليها أحيانا بنسبة 15.4% وصولا الى أقل نسبة وهي نادرا ب 1.5%.

نستنتج من هنا أن إستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني من طرف الأشخاص تمنح الشعور بالراحة والأمان فبذل حمل مبالغ كبيرة والتجول بها في الأسواق والأماكن العامة يمكن تعويضها ببطاقة مغناطيسية صغيرة الحجم بنقود إلكترونية وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنها محفوظة بشكل إلكتروني هذا ما يمنح مرونة للأشخاص أثناء التعامل.

الجدول رقم 17: يوضح آراء الزبائن في اكتساب موظفو المركز التجاري بمهارات تقديم الخدمة ومهارات اقناع كافية تشعرهم بالأمان عند استخدامهم لبطاقات الدفع

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
86.2%	56	نعم
13.8%	9	لا
100%	65	المجموع



الشكل 17: يوضح آراء الزبائن في اكتساب موظفو المركز التجاري بمهارات تقديم

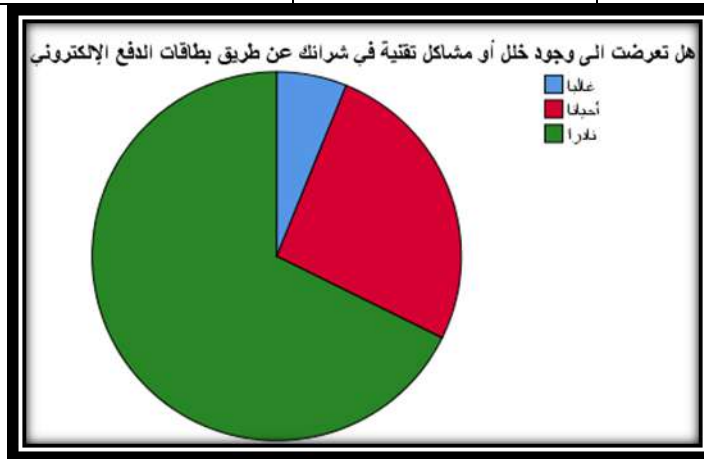
الخدمة ومهارات اقناع كافية تشعرهم بالأمان عند استخدامهم لبطاقات الدفع

يتضح من خلال الجدول رقم 17 أن موظفو المركز التجاري يتمتعون بمهارات تقديم للخدمة ومهارات إقناع كافية تشعر الزبائن بالأمان عند إستعمالهم لبطاقات الدفع بتكرار 56 مرة أي مايعادل 86.2% ومن يرون عكس ذلك قدرت نسبتهم ب.13.8%.

ومن هنا نستنتج أن موظفو المركز التجاري يؤدون عملهم بالشكل المطلوب وبكفاءة ومصدافية عالية هذا ما يعود بالإيجاب على الزبون وبالتالي يمنح بطاقته للدفع بدون تخوف من الوقوع في أخطاء أو نقص في أمواله وهذا مايدفع بالأشخاص الغير مستمعلين للبطاقة بأن يقبلو على إستعمالها مستقبلا لأن الشعور بالأمان والمصدافية في التعامل يعتبر الدافع الأساسي لتوسيع نطاق مثل هذه المبادلات.

الجدول رقم 18: آراء الزبائن حول ما إذا تعرضو الى وجود مشاكل تقنية أو خلل في شرائهم عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
6.2%	4	غالبا
26.2%	17	أحيانا
67.7%	44	نادرا
100%	65	المجموع



الشكل 18: آراء الزبائن حول ما إذا تعرضو الى وجود مشاكل تقنية أو خلل في شرائهم عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني

يتضح من خلال الجدول رقم 18 أن الزبائن نادرا ما يتعرضون لوجود خلل أو مشاكل تقنية من خلال تعاملاتهم ببطاقات الدفع وذلك بنسبة 67.7% تليها أحيانا بنسبة 26.2% وصولا إلى أقل نسبة وهي دائما ب 6.2%.

وهذا ما يدل على أن خدمات الدفع الإلكتروني في المركز التجاري ترقى الى المستوى المطلوب ولكن مع ذلك فهناك أشخاص تعرضو لأخطاء في العمليات من طرف الموزعات فقد صادفوا هذه الموزعات الأوتوماتيكية معطلة عند الحاجة الى إستعمالها، لكن تبقى النسبة الأكبر للأشخاص اللذين يقتنون لوازمهم بدون أي عائق تقني أو ماشبه ذلك.

الجدول رقم 19: مدى رضا الزبائن عن خدمة الدفع المتوفرة في المركز التجاري

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
75.4%	49	نعم
24.6%	16	إلى حد ما
100%	65	المجموع

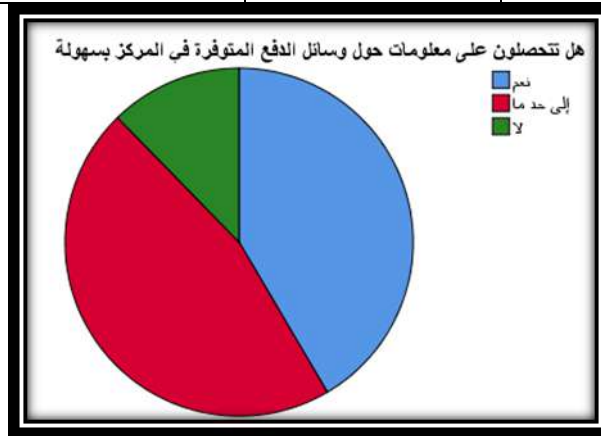


الشكل 19: مدى رضا الزبائن عن خدمة الدفع المتوفرة في المركز التجاري

يتضح من خلال الجدول رقم 19 أن أغلبية زبائن المركز التجاري راضيين عن خدمة الدفع الإلكتروني المقدمة لهم بتكرار 49 مرة أي ما يعادل 75.4% وإلى حد ما بنسبة 24.6% بينما خيار لا فكانت النسبة فيه معدومة، هذا ما يفسر أن المؤسسة تعمل على تطوير العلاقة بينها وبين زبائنها وتحقيق الرضا لديهم وكسب ولائهم لأن هدف المؤسسة الأساسي يجب أن يبنى على رضا الزبون وليس فقط زيادة الربحية لأن رضا الزبون هو الذي سيقود إلى الربح.

المحور الثاني: العراقيل التي أخرجت تعميم فكرة الدفع الإلكتروني في الجزائر
الجدول رقم 20: مدى سهولة الحصول على معلومات حول وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
41.5%	27	نعم
46.2%	30	إلى حد ما
12.3%	8	لا
100%	65	المجموع



الشكل 20: مدى سهولة الحصول على معلومات حول وسائل الدفع الإلكتروني

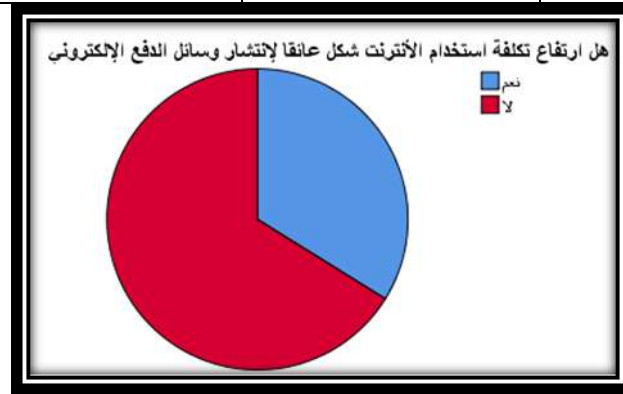
المتوفرة

يتضح من خلال الجدول رقم 20 أن زبائن المركز التجاري أحيانا ما يتحصلون على معلومات حول وسائل الدفع بسهولة حيث أن أغلبية زبائن العينة أجابو ب إلى حد ما وذلك بنسبة 46.2% ونسبة 41.5% للذين يتحصلون على معلومات بسهولة ونسبة أقل بكثير ترى العكس قدرت ب 12.3%.

وربما يرجع هذا الى وجود نقص في فهم حاجات الزبون وعلى الموظف في هذه الحالة أن يحيط زبونه علما بكل مايجري في عملية الدفع من معلومات وآليات يقوم بها وأن العملية سهلة وآمنة وبالتالي إزاحة الغموض بين الزبون والموظف في الدفع أمر أساسي وجب توفره لسير العملية بنجاح.

الجدول رقم 21: تكلفة الإنترنت ومدى تأثيرها على انتشار وسائل الدفع الإلكتروني

العبارات	التكرار	النسبة المئوية
لا	22	33.8%
نعم	43	66.2%
المجموع	65	100%



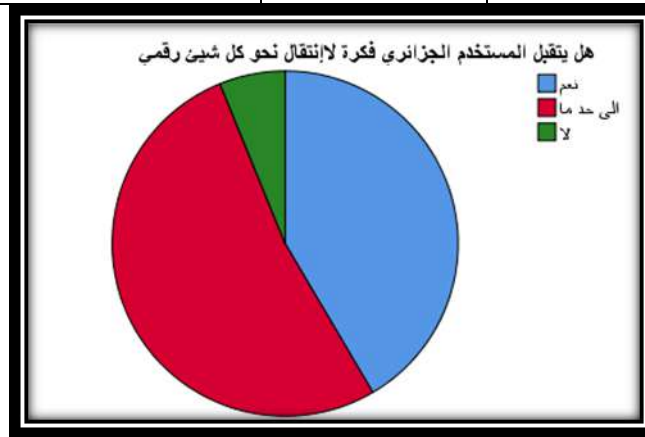
الشكل 21: تكلفة الإنترنت ومدى تأثيرها على انتشار وسائل الدفع الإلكتروني

يتضح من خلال الجدول رقم 21 أن أغلبية أفراد العينة يرون أن تكلفة الإنترنت لا تشكل عائقاً أبداً لانتشار وسائل الدفع الإلكتروني وذلك بنسبة 66.2% بينما الأشخاص اللذين يرون عكس ذلك فقد قدرت نسبتهم ب 33.8%.

ومن هنا نستنتج أن تكلفة الإنترنت مناسبة وليست باهظة لمعظم الأشخاص فهي لا تعدد سبباً من أسباب تعرقل مثل هذه الوسائل في الجزائر خاصة في عصرنا الحالي فهي أصبحت تستهلك بشكل يومي وأصبحت ضرورة من ضروريات الحياة العلمية والعملية والاجتماعية كذلك... بينما الأشخاص اللذين يرون أن تكلفة الإنترنت شكل عائق لانتشار مثل هذه الوسائل فقد يرجع هذا لمدخولهم المادي أو عدم قدرتهم على تسديد فواتير الإنترنت بشكل دوري إضافة الى مشكلة تدفق شبكة الإنترنت.

الجدول رقم 22: مدى تقبل المستخدم الجزائري لفكرة الإنتقال نحو الرقمنة

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
41%	27	نعم
52.3%	34	الى حد ما
6.2%	4	لا
100%	65	المجموع

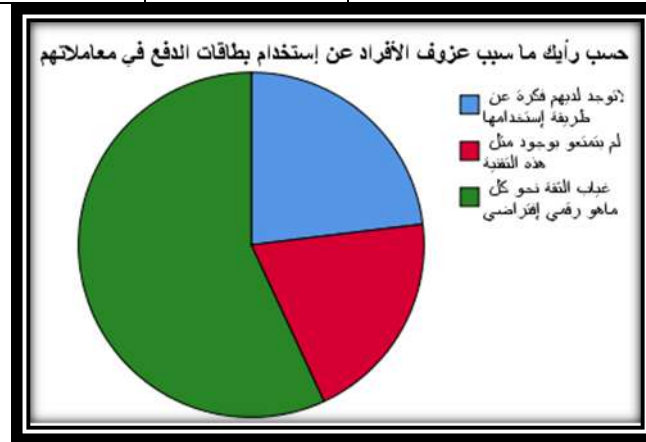


الشكل 22: مدى تقبل المستخدم الجزائري لفكرة الإنتقال نحو الرقمنة

يتضح من خلال الجدول رقم 22 أن المستخدم الجزائري يتقبل فكرة الإنتقال نحو كل شىء رقمي الى حد ما بنسبة 52.3% تليها نعم بنسبة 41.2% وصولا الى أقل نسبة هي لا ب 6.2%. وهذا مايفسر أن فكرة الإنتقال نحو كل شىء رقمي فكرة مقبولة في ذهنية المستخدم الجزائري لكن وجب العمل عليها أكثر لتحظى بقبول أكبر لهذا وجب على المؤسسات والشركات والبنوك وغيرهم أن يمنحو لزيائهم إمكانية الإستفسار والإستعلام عن الخدمات الحديثة الرقمية المتاحة هذا ما سيجعل الفرد يخضع للمعاملات الرقمية بدون تردد أو تخوف وبالتالي يتقبل فكرة الانتقال نحو كل شىء رقمي.

الجدول 23: سبب عزوف الأفراد عن استخدام بطاقات الدفع في معاملاتهم

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
23.1%	15	لا توجد لديهم فكرة عن طريقة إستخدامها
20%	13	لم يتمتعوا بوجود مثل هذه التقنية
56.9%	37	غياب الثقة نحو كل ماهو رقمي إفتراضي
100%	65	المجموع

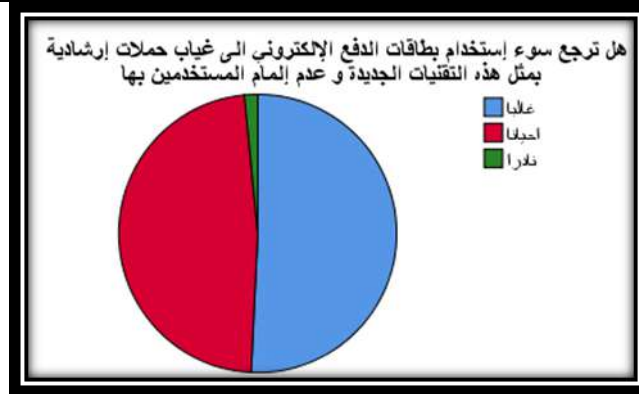


الشكل 23: سبب عزوف الأفراد عن استخدام بطاقات الدفع في معاملاتهم

يتضح من خلال الجدول رقم 23 أن السبب الأساسي لعزوف الأفراد عن استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في معاملاتهم راجع الى غياب الثقة نحو كل ماهو رقمي إفتراضي وذلك بنسبة 56.9% تليها نسبة 23.1% للأشخاص الذين لا توجد لديهم فكرة عن طريقة إستخدامها وصولا الى الأفراد الذين لم يتمتعوا بوجود مثل هذه التقنية بنسبة 20%؛ وربما يعود هذا الشعور السلبي إتجاه وسائل الدفع الحديثة و العالم الرقمي الإفتراضي الى الأخبار والصورة المأخوذة عن الجرائم الإلكترونية والممارسات المنتشرة في شبكة الانترنت كالقرصنة وسرقت الحسابات... صف الى ذلك من لا يجيدون التعامل بمثل هذه الوسائل وهذا راجع الى سوء التثقيف في هذا المجال وعدم إلمام المستخدمين بالمعلومات الكافية.

الجدول رقم 24: مدى تأثير غياب الحملات الإرشادية بمثل هذه التقنيات الجديدة وتأثيرها على استخدام الأفراد لها

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
50.8%	33	غالبا
47.7%	31	أحيانا
1.5%	1	نادرا
100%	65	المجموع



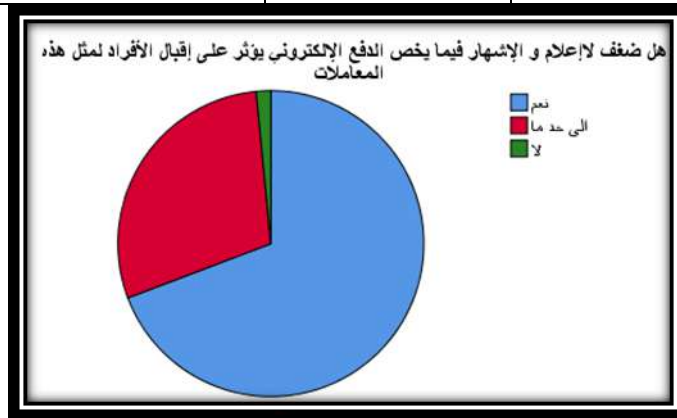
الشكل 24: مدى تأثير غياب الحملات الإرشادية بمثل هذه التقنيات الجديدة وتأثيرها على استخدام الأفراد لها

يتضح من خلال الجدول رقم 24 أن سوء استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني راجع الى غياب حملات إرشادية بمثل هذه التقنيات وعدم إلمام المستخدمين بها بنسبة 50.8% في حين يرى آخرون انه أحيانا مايرجع سوء استخدام بطاقات الدفع لغياب حملات إرشادية بنسبة 47.7% وصولا الى أقل نسبة وهي نادرا ب 1.5%.

ومن هنا يتضح الدور الكبير للحملات الإرشادية ومدى تأثيرها على تغيير سلوك الأفراد والدور الذي تلعبه في تغيير عادات الأفراد و تغيير عادات وطرق شرائهم من التقليدية الى الحديثة، من الدفع نقدا الى الدفع ببطاقة مغناطيسية فنقص الثقافة المعلوماتية في هذا المجال يبعد الأفراد عن مثل هذه المبادلات المالية ويخلق تخوف ورهبة منها.

الجدول رقم 25: تأثير كل من الإعلام والإشهار على إقبال الأفراد الإستخدام وسائل الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
69.2%	45	نعم
29.2%	19	الى حد ما
1.5%	1	لا
100%	65	المجموع



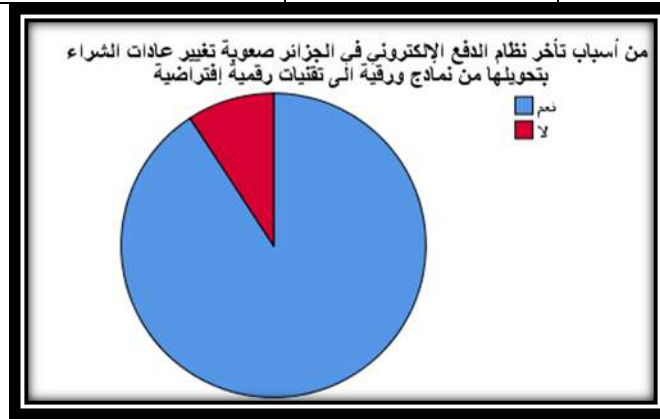
الشكل 25: تأثير كل من الإعلام والإشهار على إقبال الأفراد الإستخدام وسائل الدفع الإلكتروني

الإلكتروني

يوضح الجدول رقم 25 أن 69.2% من الأفراد يرون أن ضعف الإعلام والإشهار فيما يخص الدفع الإلكتروني يؤثر على إقبال الأفراد لمتل هذه المعاملات في حين نجد أن 29.2% من الأفراد يجدونه يؤثر الى حد ما فقط و 1.5% يرون أن ضعف الإشهار لا يؤثر على الإقبال لمتل هذه المعاملات؛ ومن هنا يظهر الدور الكبير للإشهار والإعلام في المساهمة في تعميم إنتشار فكرة الدفع الإلكتروني فمن الضروري تسليط الضوء على تكثيف حملات أشهارية وتحسيسية واسعة لإقناع المواطنين والزبائن بضرورة إعتقاد البطاقة الإلكترونية في الدفع وتزويدهم بالمعلومات الكافية عنها وكذا طريقة إستخدامها الصحيحة.

الجدول رقم 26: من أسباب تأخر تطبيق نظام الدفع في الجزائر صعوبة تغيير عادات الشراء بتحويلها من نماذج ورقية الى تقنيات رقمية إفتراضية

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
90.8%	59	نعم
9.2%	6	لا
100%	65	المجموع



الشكل 26: أسباب تأخر تطبيق نظام الدفع في الجزائر صعوبة تغيير عادات الشراء

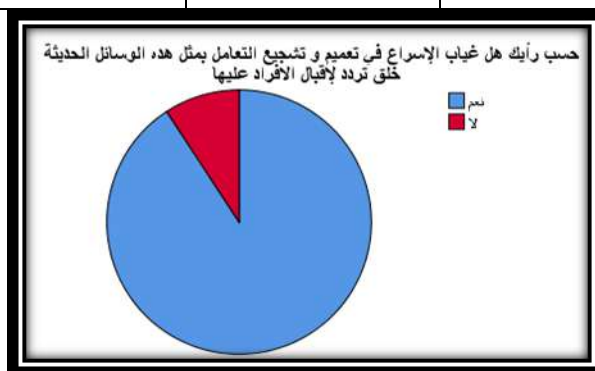
بتحويلها من نماذج ورقية الى تقنيات رقمية إفتراضية

يتضح من خلال الجدول رقم 26 أنه من أسباب تأخر نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر هو صعوبة تغيير عادات الشراء بتحويلها من نماذج ورقية الى تقنيات رقمية إفتراضية وذلك بنسبة 90.8% ومن يرون عكس ذلك فقد قدرت نسبتهم ب 9.2%.

وهذا يرجع بالأساس الى ضعف الثقافة المعلوماتية عند المواطن الجزائري ووجود تفاوت وفروقات بين الأشخاص فمنهم من يتقبل تغيير عادات شرائه ويعتمد على الحديثة منها بكل يسر وأريحية وهذا راجع الى ثقافته في هذا المجال وعدم خوفه من التقنيات الجديدة ويوجد من هو عكس ذلك، ومن خلال توزيعي للإستمارة إستفسرت من بعض المواطنين عن سبب تخوفهم من التقنيات الرقمية في الدفع فكانت إجاباتهم أنها معاملات إفتراضية غير ملموسة لا يمكن تصديقها أو الإعتماد عنها وقد يتعرضون للسرقة عند إستعمالها دون علمهم.

الجدول رقم 27: آراء الأشخاص حول ما إذا يؤثر غياب الإسراع في تعميم مثل هذه الوسائل على إقبال الأفراد عليها

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
90.8%	59	نعم
9.2%	6	لا
100%	65	المجموع



الشكل 27: آراء الأشخاص حول ما إذا يؤثر غياب الإسراع في تعميم مثل هذه

الوسائل على إقبال الأفراد عليها

يتضح من خلال الجدول رقم 27 أن 90.8% من الأفراد يرون أن غياب الإسراع في تعميم وتشجيع التعامل بمثل هذه الوسائل الحديثة خلق تردد لإقبال الأفراد عليها بينما هناك أقلية ترى عكس ذلك قدرت نسبتها ب 9.2%.

وهذا ما يوضح الزامية تسريع وتعميم فكرة الدفع الإلكتروني من خلال توسيع نطاقها في شتى المجالات وعلى جميع الأصعدة وذلك من أجل تعزيز ثقافة الدفع الإلكتروني للتقليل من تداول السيولة النقدية وتغيير أنماط الشراء كما يجب على السلطات وضع أولويات تستهدف فيها تسريع نشر وتعميم الوسائل الحديثة.

الجدول رقم 28: أهم المعوقات التي تقف أمام فكرة تعميم الدفع الإلكتروني من طرف المستهلك الجزائري

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
49.8%	32	عدم توفير وسائل الدفع
15.4%	10	الخوف من التعرض للسرقة
35.4%	23	عامل مرتبط بثقافة المستهلك عدم الثقة في مثل هذه المبدلات
100%	65	المجموع



الشكل 28: أهم المعوقات التي تقف أمام فكرة تعميم الدفع الإلكتروني من طرف

المستهلك الجزائري

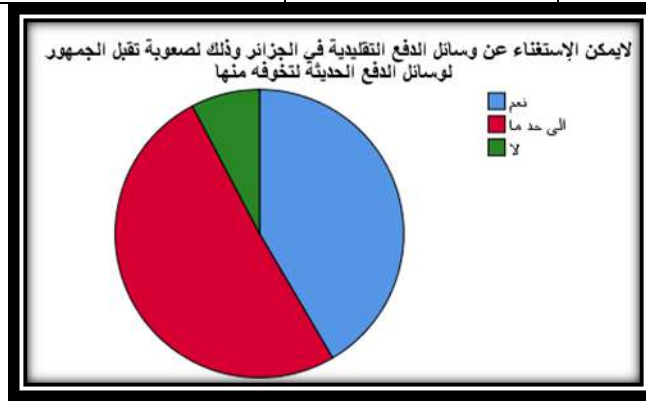
يتضح من خلال الجدول رقم 28 أن عدم توفير وسائل الدفع يعد من أكبر المعوقات التي تقف أمام فكرة تعميم الدفع الإلكتروني من طرف المستهلك الجزائري وذلك بنسبة 49.2% يليها عائق مرتبط بثقافة المستهلك وعدم الثقة في مثل هذه المبدلات بنسبة 35.4% وصولا الى أقل نسبة قدرت ب 15.4% تعود الى الخوف من التعرض للسرقة والقرصنة.

ومن هنا نستنتج أن غياب توفير وسائل الدفع يشكل حاجزا كبيرا امام تعميم الدفع الإلكتروني حيث أن مجموعة من زبائن المركز التجاري أشادوا بالقول أنهم يريدون أن تتوفر وسائل الدفع على مستوى جميع المحلات و المراكز التجارية و الأسواق وأن هناك زبائن يتسوقون في المركز التجاري عسيلة فقط من أجل

الدفع بالبطاقة الإلكترونية لتسهيل التسوق وتوفير الوقت والجهد.

الجدول رقم 29: عدم إمكانية الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية في الجزائر لصعوبة تقبل الجمهور لوسائل الدفع الحديثة لتخوفه منها

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
41.5%	27	نعم
50.8%	33	الى حد ما
7.7%	5	لا
100%	65	المجموع



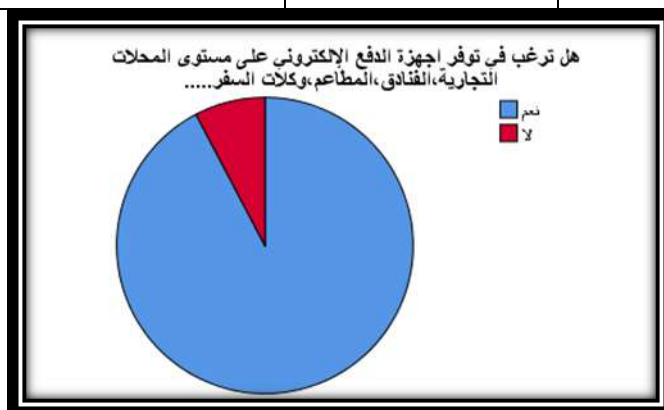
الشكل 29: عدم إمكانية الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية في الجزائر لصعوبة تقبل الجمهور لوسائل الدفع الحديثة لتخوفه منها

يتضح من خلال الجدول رقم 29 أن أغلبية الأفراد يرون أنه لا يمكن الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية وإستبدالها بالحديثة الى حد ما بنسبة 50.8% تليها نعم بنسبة 41.5% وصولا الى أقل نسبة وهي الخيار لا بنسبة 7.7%.

وهذا مايفسر أن إنتشار مثل هذه الوسائل تعود الى الفرد نفسه فهو من يحدد ما إذا يمكنه أن يستغني عن التقليدية ويلجئ للحديثة منها وذلك من خلال بحثه في هذا المجال ومحاولة فهمه لمثل هذه التقنيات الجديدة للتعامل بها وكسر هاجس الخوف منها.

الجدول رقم 30: رغبة الأفراد في توفير أجهزة الدفع الإلكتروني على مستوى المحلات التجارية، الفنادق، المطاعم، وكالات السفر...

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
92.3%	60	نعم
7.7%	5	لا
100%	65	المجموع

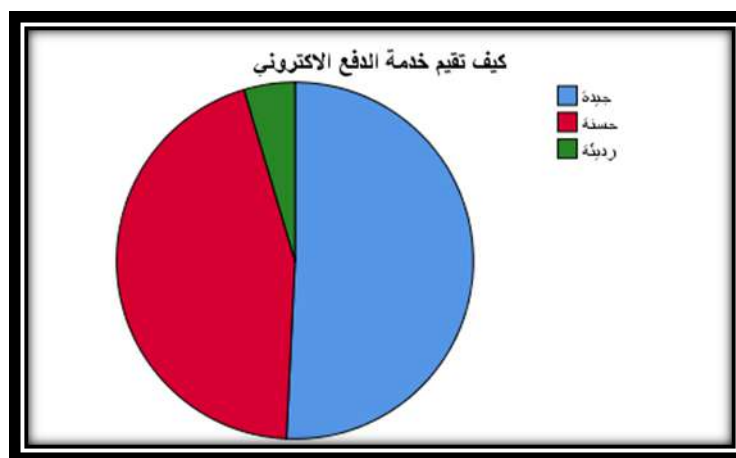


الشكل 30: رغبة الأفراد في توفير أجهزة الدفع الإلكتروني على مستوى المحلات التجارية، الفنادق، المطاعم، وكالات السفر...

يتضح من خلال الجدول رقم 30 أن أغلبية الأفراد يرغبون في وجود وتوفير أجهزة الدفع الإلكترونية وذلك بنسبة 92.3% تليها فئة قليلة جدا أجابو ب لا قدرت ب 7.7%. هذا مايفسر أن هناك وعي بأهمية هذه الوسيلة في الحياة العامة للفرد وأنها مستقبلا ستجد رواجاً وانتشاراً واسعاً مما عليه الآن.

الجدول رقم 31: تقييم خدمة الدفع إلكترونيا

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
50.8%	33	جيدة
44.6%	29	حسنة
4.6%	3	رديئة
100%	65	المجموع



الشكل 31: تقييم خدمة الدفع إلكترونيا

يتضح من خلال الجدول رقم 31 أن أغلبية الأفراد يرون بأن خدمة الدفع إلكترونيا جيدة وذلك بنسبة 50.8% تليها من يرونها حسنة بنسبة 44.6% وصولا إلى أقل فئة وهي من تقيمها بالردائة وذلك بنسبة 4.6%.

وهذا ما يفسر نجاعت هذه الخدمة بإعتبارها ملائمة للصفقات التجارية نظرا لسرعتها وميزاتها العديدة فهي بذلك تلقى إستحسانا بالنسبة لمستخدميها.

3- إستنتاجات الدراسة:

- ✓ من خلال الدراسة الميدانية والتعرض للإستبيان وتحليله توصلت إلى الإستنتاجات التالية:
- ✓ الأغلبية القصوى كانت من نصيب متغير الذكور بنسبة 76.9% ثم يليه متغير الإناث بنسبة 23.1%.
- ✓ النسبة الأكبر من نصيب الفئة العمرية 31-40 بنسبة 40% ثم يليها الفئة العمرية 41-50 بنسبة 33.8% ثم تأتي الفئة العمرية 20-30 بنسبة 16.9% ثم فئة 51-60 بنسبة 7.7% وتليها في الأخير الفئة العمرية 61 سنة فأكثر بنسبة 1.5%.
- ✓ النسبة الأكبر للجامعيين بنسبة 73.8% ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 23.1% وبعدها نجد كل من المتوسط والإبتدائي بنسبة 1%.
- ✓ النسبة الغالبة من نصيب قطاع الوظيف العمومي بنسبة 66.2% ثم يليها موظفو القطاع الخاص بنسبة 18.5% ثم كل من أصحاب الأعمال الحرة والمتقاعدون بنسبة 6.2%، وفي الأخير نجد البطالين بنسبة 3.1%.
- ✓ ان اغلبية زبائن المركز التجاري عسيلة يرون ان الخدمات الخاصة بالدفع في المركز التجاري حديثة بنسبة 76.9% تليها نسبة الأشخاص اللذين يرون الخدمات ذات ميزة متطورة وسريعة بنسبة 20% وصولا الى من يرونها تقليدية وذلك بنسبة 3.1%.
- ✓ أن أغلبية زبائن المركز التجاري عسيلة على دراية بتوفير المؤسسة لخدمة الدفع الإلكتروني وذلك بنسبة 96.9% تليها أقلية الأشخاص الذين يجهلون بوجود خدمة الدفع إلكترونيا بنسبة 3.1%.
- ✓ أن زبائن المركز التجاري غالبا ما يستخدمون بطاقتهم في الدفع وذلك بنسبة 63.1% تليها أحيانا بنسبة 33.8% وصولا الى الزبائن الذين نادرا مايستخدمون بطاقات الدفع في معاملاتهم و ذلك بنسبة 3.1% وهم الأقل نسبة من غيرهم.
- ✓ أن الزبائن يفضلون الدفع بالبطاقة الإلكترونية عند الشراء بنسبة 80% تليها الدفع المباشر بنسبة

20%.

✓ أن أغلبية الزبائن يستخدمون بطاقتهم في الدفع من حوالي سنة الى سنتين بنسبة 58.5%، تليها من 3 الى 6 سنوات بنسبة 32.3% وصولا الى اقل نسبة وهي 9.2% للأشخاص اللذين يتعاملون بالبطاقة من حوالي 6 أشهر.

✓ أن الزبائن يلجؤون لإستخدام الوسائل الجديدة في الدفع لسهولة التعامل بها بنسبة 90.8% تليها من يلجؤون إليها لنوعية الخدمات المقدمة في هذا المجال بنسبة 9.2%.

✓ أن الوسيلة الأكثر استخداما للدفع هي البطاقات البريدية (البطاقة الذهبية) بنسبة 86.2% تليها البطاقات البنكية بنسبة 13.8%.

✓ أن وسائل الدفع الإلكترونية المتوفرة في المركز التجاري تسمح بتوفير الوقت والجهد للزبائن وذلك بنسبة 63.1% كأعلى نسبة تليها تقليل الإعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية بنسبة 24.6% وصولا الى اقل نسبة والتي قدرت ب 12.3% التي تعود على تقادي التعرض للسرقة والتزوير.

✓ أن نظام الدفع الالكتروني دائما مايسهل المعاملات التجارية والمالية بنسبة 80% تليها أحيانا بنسبة 20% أما في خيار نادرا فكانت النسبة معدومة.

✓ أنه من خلال إستخدام الزبائن لوسائل الدفع الإلكترونية قلت تعاملاتهم بالدفع بالطرق التقليدية بنسبة 90.8% تليها الزبائن اللذين لم تؤثر تعاملاتهم بالطرق الحديثة على التقليدية منها بنسبة 7.7%.

✓ أن الميزة المتحصل عليها من خلال استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في المرتبة الأولى هي ربح الوقت والجهد بنسبة 49.2% تليها سرعة عملية الشراء بنسبة 40% وصولا الى متعة التسوق بنسبة 10.8%.

✓ أن بطاقة الدفع غالبا ماتوفر لحاملها الأمان وذلك بنسبة 83.1% تليها أحيانا بنسبة 15.4% وصولا الى أقل نسبة وهي نادرا ب 1.5%.

✓ أن موظفو المركز التجاري يتمتعون بمهارات تقديم للخدمة ومهارات إقناع كافية تشعر الزبائن بالأمان عند إستعمالهم لبطاقات الدفع بنسبة 86.2% ومن يرون عكس ذلك قدرت نسبتهم

ب. 13.8%.

- ✓ أن الزبائن نادرا ما يتعرضون لوجود خلل أو مشاكل تقنية من خلال تعاملاتهم ببطاقات الدفع وذلك بنسبة 67.7% تليها أحيانا بنسبة 26.2% وصولا إلى أقل نسبة وهي دائما ب 6.2%.
- ✓ أن أغلبية زبائن المركز التجاري راضيين عن خدمة الدفع الإلكتروني المقدمة لهم بنسبة 75.4% والى حد ما بنسبة 24.6% بينما خيار لا فكانت النسبة فيه معدومة.
- ✓ أن زبائن المركز التجاري أحيانا ما يتحصلون على معلومات حول وسائل الدفع بسهولة حيث أن أغلبية زبائن العينة أجابو ب إلى حد ما وذلك بنسبة 46.2% ونسبة 41.5% للذين يتحصلون على معلومات بسهولة ونسبة أقل بكثير ترى العكس قدرت ب 12.3%.
- ✓ أن تكلفة الأنترنت لا تشكل عائقا أبدا لإنتشار وسائل الدفع الإلكتروني وذلك بنسبة 66.2% بينما الأشخاص اللذين يرون عكس ذلك فقد قدرت نسبتهم ب 33.8%.
- ✓ أن المستخدم الجزائري يتقبل فكرة الإنتقال نحو كل شى رقمي الى حد ما بنسبة 52.3% تليها نعم بنسبة 41.2% وصولا الى أقل نسبة هي لا ب 6.2%.
- ✓ أن السبب الأساسي لعزوف الأفراد عن إستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في معاملاتهم راجع الى غياب الثقة نحو كل ما هو رقمي إفتراضي وذلك بنسبة 56.9% تليها نسبة 23.1% للأشخاص اللذين لا توجد لديهم فكرة عن طريقة إستخدامها وصولا الى الأفراد اللذين لم يتمتعو بوجود مثل هذه التقنية بنسبة 20%.
- ✓ أن سوء إستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني راجع الى غياب حملات إرشادية بمثل هذه التقنيات وعدم إلمام المستخدمين بها بنسبة 50.8% في حين يرى آخرون انه أحيانا ما يرجع سوء إستخدام بطاقات الدفع لغياب حملات إرشادية بنسبة 47.7% وصولا الى أقل نسبة وهي نادرا ب 1.5%.
- ✓ أن 69.2% من الأفراد يرون أن ضعف الإعلام والإشهار فيما يخص الدفع الإلكتروني يؤثر على إقبال الأفراد لمثل هذه المعاملات في حين نجد أن 29.2% من الأفراد يجدونه يؤثر الى حد ما فقط و 1.5% يرون أن ضعف الإشهار لا يؤثر على الإقبال لمثل هذه المعاملات.
- ✓ أنه من أسباب تأخر نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر هو صعوبة تغيير عادات الشراء بتحويلها من نماذج ورقية الى تقنيات رقمية إفتراضية وذلك بنسبة 90.8% ومن يرون عكس ذلك فقد قدرت

نسبتهم ب 9.2%.

- ✓ أن 90.8% من الأفراد يرون أن غياب الإسراع في تعميم وتشجيع التعامل بمثل هذه الوسائل الحديثة خلق تردد لإقبال الأفراد عليها بينما هناك أقلية ترى عكس ذلك قدرت نسبتها ب 9.2%.
- ✓ أن عدم توفير وسائل الدفع يعد من أكبر المعوقات التي تقف أمام فكرة تعميم الدفع الإلكتروني من طرف المستهلك الجزائري وذلك بنسبة 49.2% يليها عائق مرتبط بثقافة المستهلك وعدم الثقة في مثل هذه المبادلات بنسبة 35.4% وصولا الى أقل نسبة قدرت ب 15.4% تعود الى الخوف من التعرض للسرقة والقرصنة.
- ✓ أن أغلبية الأفراد يرون أنه لا يمكن الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية وإستبدالها بالحديثة الى حد ما بنسبة 50.8% تليها نعم بنسبة 41.5% وصولا الى أقل نسبة وهي الخيار لا بنسبة 7.7%.
- ✓ أن أغلبية الأفراد يرغبون في وجود وتوفر أجهزة الدفع الإلكترونية وذلك بنسبة 92.3% تليها فئة قليلة جدا أجابو ب لا قدرت ب 7.7%.
- ✓ أن أغلبية الأفراد يرون بأن خدمة الدفع إلكترونيا جيدة وذلك بنسبة 50.8% تليها من يرونها حسنة بنسبة 44.6% وصولا إلى أقل فئة وهي من تقيّمها بالردائة وذلك بنسبة 4.6%.

4- النتائج العامة:

- ✓ بعد الدراسة الميدانية التي أجريت على مستوى المركز التجاري عسيلة وذلك بهدف الوصول الى بعض الحلول وإجابات حول إستخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الإلكتروني ومن خلال هذا الطرح توصلت الى النتائج العامة التالية:
- ✓ المركز التجاري عسيلة يعتمد على الوسائل الحديثة في الدفع، فهو بذلك يمنح زبائنه ميزة الخيار في الدفع بالوسيلة التي يريدها وفق مايساعده وما يلبي إحتياجاته.
- ✓ كما توصلت الدراسة أن زبائن المركز التجاري دائما مايفضلون الدفع بالبطاقة الإلكترونية بدلا من الدفع بالطريقة التقليدية، وهذا ما يدل على نجاح المؤسسة في تقديم مثل هذه الخدمات بالشكل المطلوب فهي توفر لهم مرونة أكبر وجهد أقل.
- ✓ كما توصلت الدراسة أن البطاقة الذهبية هي الوسيلة المفضلة في الدفع لدى زبائن المركز التجاري -عسيلة- ويرجع ذلك لسهولة إستخدامها وسهولة حصولهم عليها.

- ✓ كما توصلت الدراسة أن وسائل الدفع الإلكتروني تحقق مزايا عديدة لحاملها من أبرزها توفير الوقت والجهد كونها سهلة الإستخدام، ضف الى ذلك منح الشعور بالعصرية والتقدم مع إضفاء متعة التسوق.
- ✓ كما توصلت الدراسة أن إستخدام الوسائل الحديثة في الدفع يمنح الفرد الشعور بالأمان والراحة فهو يقلص من حمل مبالغ كبيرة وتعويضها بنقود إلكترونية تمنح مرونة للأفراد في تعاملاتهم.
- ✓ كما توصلت الدراسة أنه لنظام الدفع الإلكتروني دور كبير في الإرتقاء بالمعاملات التجارية والمالية فهو من يساهم بالدرجة الأولى في إحداث تحولات في أشكال العمل المصرفي والمبادلات المالية والدولية.
- ✓ كما توصلت الدراسة أن وسائل الدفع الحديثة تستطيع أن تحل محل وسائل الدفع التقليدية، نظرا لأنها تحدث تأثير كبير لدى الأشخاص اللذين يستخدمونها ويجدون إستحسانا من وراء إستخدامها فبذلك تقل تعاملاتهم تدريجيا بالوسائل التقليدية في الدفع.
- ✓ كما توصلت الدراسة أنه من بين أبرز المعوقات التي تقف أمام تعميم فكرة الدفع الإلكتروني في الجزائر هي غياب توفير وسائل الدفع.
- ✓ كما توصلت الدراسة أن السبب الرئيسي من وراء تأخر تطبيق نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر هو صعوبة تغيير النمط الإعتيادي في الدفع، بتحويله من نماذج ورقية الى تقنيات رقمية إفتراضية، فالأفراد يفضلون الدفع النقدي الورقي على الدفع الإلكتروني نتيجة لنقص أو غياب الثقافة المالية المصرفية الإلكترونية في مجتمع لا يتعامل بالتقنيات الرقمية في الدفع إلا قليلا.
- ✓ كما توصلت الدراسة أن أغلبية المواطنين يرغبون في توفر أجهزة الدفع على مستوى المحلات التجارية، الفنادق، المطاعم، وكالات السفر وغيرهم... هذا مايبين وعيهم بأهمية هذه الوسيلة في الحياة العامة وكذا إحتماية إنتشارها على نطاق واسع مستقبلا.

خلاصة:

من خلال قيامنا بإجراء الدراسة الميدانية على عينة من زبائن المركز التجاري "عسيلة" تحصلنا على العديد من النتائج كانت في مجملها تشير إلى أن المواطن الجزائري يولي إهتماما لوسائل الدفع الإلكتروني

ويستمتع بإستخدامها دون رهبة وتخوف وهذا راجع لتقبلهم بالتعامل بمثل هذه الوسائل الحديثة في الدفع، وأن الجزائر ستشهد تقدما في مجال الدفع الإلكتروني مستقبلا ما إذا سعت لذلك.

خاتمة:

انطلاقاً من هذه الدراسة التي تتمحور حول إستخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الإلكتروني فقد حاولت إبراز دور هذه الوسائل الحديثة في الإرتقاء بالمعاملات التجارية والمالية في الجزائر وكذلك تسليط الضوء على المواطن الجزائري وتعاملاته مع هذه الوسائل الحديثة التي ستصبح ضرورة يفرضها علينا الواقع المعاش، ومن خلال النتائج المتوصل اليها نجد أن المواطن الجزائري أصبح متقبلاً للتعامل بمثل هذه التقنيات الحديثة في الدفع على عكس السابق ولهذا يمكن القول بأن الجزائر بدأت تتبع الخطوات الصحيحة نحو تطوير وتحديث وسائل الدفع، لكن الأمر لن ينتهي هنا بل عليها القيام بمزيد من الدراسات في هذا المجال آخذة بعين الإعتبار تجربة الدول المجاورة وحتى المتقدمة من أجل تجنب المشاكل التي قد تعرقلها وأن تعمل على توفير وسائل الدفع في شتى الأماكن وعلى جميع الأصعدة، كما يجب عدم التوقف عن البطاقات فحسب لنقول أن هذا النظام يطبق وسائل الدفع الإلكترونية بل لا بد من خوض تجربة الوسائل الأخرى كالنقود الإلكترونية و الشيكات الإلكترونية وغيرها نظراً لأهميتها خاصة في عالم التجارة الإلكترونية مما سيساعد الجزائر على ممارسة التجارة الإلكترونية، عندما تبدأ في الاهتمام لهذا النوع من التجارة العالمية.

التوصيات والإقتراحات:

- الإسراع في تنفيذ برامج عصرنه نظام الدفع ووسائل الدفع الإلكترونية للإستفادة من المزايا التي تحققها.
- وجوب تعزيز تكنولوجيا الإعلام والإتصال بإستمرار وفق أحدث التقنيات لمواكبة التكنولوجيا الحديثة ولتحقيق النجاحة اللازمة في نقل المعطيات والمعلومات لضمان أمنها .
- العمل على نشر ثقافة المبادلات المالية الإلكترونية بين المواطنين وبيان أهميتها ومزاياها في سرعة إنجاز المعاملات وتلبية إحتياجاتهم.
- على الدولة أن تهتم بتوفير وسائل الدفع الإلكتروني وإتاحتها في كل مكان والعمل على تحسين المنظومة المالية وتدارك التأخر المسجل في هذا المجال.
- العمل على وضع تحفيزات من شأنها دفع المواطنين الى الإعتماد على أسلوب الدفع الإلكتروني بدلا من الدفع النقدي.

- العمل على قياس ومراقبة مستوى الرضا لدى المواطنين المستخدمين لبطاقات الدفع في معاملاتهم من خلال قياسات تقريبية حول ماذا استفادوا من هذه الخدمة أو وجدوا قصور في إستخدامها ومحاولة مواجهت أوجه القصور للمحافظة على المستخدمين الحاليين ومحاولة كسب مستخدمين جدد.
- العمل على القيام بحملات إشهارية وتحسيسية وثقافية واسعة تهدف الى العمل على إقناع المواطنين بضرورة الإعتماد على الوسائل الحديثة في الدفع وتزويدهم بالمعلومات الكافية عنها وإزاحة الغموض والرهبية تجاه هذه المعاملات.

قائمة المصادر و المراجع:

1- المصادر:

القواميس والمعاجم:

- 1) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1978.
- 2) معجم المعاني الجامع، المعاني لكل رسم معنى، عربي عربي.
- 3) محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1989.

2- المراجع:

• أ_ الكتب بالعربية:

- 1) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2003.
- 2) الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السابعة، الجزائر، 2010.
- 3) ديفلر ميلفينو روكيتش ساندر، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، دار الدولية للنشر والتوزيع، 1991.
- 4) رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، جامعة الأزهر، 2007.
- 5) ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي وأسس ومناهجه وأساليبه وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن.
- 6) زياد علي الحرباوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، مدينة غزة، 2010.
- 7) غازي عناية، منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج، الطبعة الأولى، الأردن 2008.
- 8) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الثانية، عالم الكتب القاهرة-مصر، 2004.

- 9) محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
- 10) محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، عمان، 1992.
- 11) موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية الجزائر، 2006.
- 12) محمد منيرالحجاب، نظريات الإتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- 13) ياسين قرناني، قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمة، بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمان عزي، جامعة سطيف2، الجزائر.

• ب_الكتب بالفرنسية:

- 1) Mlle. Elgarrot Fella, Moyens de payment èlectroniques: Etat des lieux et perspectives de développement cas: Natiscis du diplome de master en siences commerciales et financières, septembre 2017.
- 2) Dhior loupretre Catherine, "DROIT DU CREDIT" edition ell PSES, lyon 1999.

3- المذكرات:

- 1) بارش آسيا، وسائل الدفع الإلكترونية ومدى تطبيقاتها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، سنة 2012-2013.
- 2) زهير زاوش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، 2012-2013.
- 3) عابد خليفة، إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة في التعليم العالي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2014-2015.

4) فريدة فلقول، أهمية الدفع الإلكتروني في المصارف، مذكرة مكملة لإستكمال متطلبات الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، 2012-2013.

4- المحاضرات:

- 1) ريم بوش، محاضرات نظريات الإتصال، تخصص إتصال جماهيري والوسائط الجديدة، ماستر1.
- 2) سعدي زينب، المحاضرة الخامسة: نظرية الحتمية التكنولوجية، شعبة علوم الإعلام والإتصال.
- 3) د. محمد عبد مطشر اللامي، محاضرات في المنهج التجريبي.
- 4) هاجر لعروسي، محاضرة نظرية الإعلام والإتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والإتصال، السنة الثالثة، جامعة باجي مختار، عنابة، 2020-2021.

المواقع الإلكترونية:

1) نظرية ماكلوهان، بيت DZ، <https://baytdz.com>، 2022/04/09، على الساعة 15:44.

المجلات:

- 1) د. تواتي نور الدين، ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين أمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد العاشر، مارس، 2013.
- 2) د. حنون نزهة، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإنعكساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، الجزء 1، 2017.



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة إستبيان

إستخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الإلكتروني (دراسة ميدانية لزبائن المركز التجاري عسيلة)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم أختي الكريمة بعد التحية والسلام،

في إطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة تحت عنوان :إستخدام المواطن الجزائري لبطاقات الدفع الإلكتروني دراسة ميدانية لزبائن المركز التجاري عسيلة.

لذا أرجو منكم الإجابة بصدق عن أسئلة إستمارة إستبيان، وأحيطكم علما بأن المعلومات المقدمة من طرفكم لن تستخدم إلا لغرض علمي وستحظى بالسرية التامة وشكرا على حسن تعاونكم.

تحت إشراف الأستاذ:

أ: صانع رابح

من إعداد الطالبة:

* ايمان مسعي محمد

البيانات الشخصية:

1-الجنس: ذكر أنثى

2-السن:

[30-20] [40-31] [50-41]

[60-51] [61 فأكثر]

3 - المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي

جامعي

4- المهنة:

موظف قطاع عام موظف قطاع خاص أعمال حرة
متقاعد بطال

المحور الاول: (وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات التي توفرها للزبائن)

1 - نوعية الخدمات الخاصة بالدفع في المركز التجاري:

تقليدية حديثة متطورة وسريعة

2- هل تعلم بتوفر خدمة الدفع الإلكتروني في المركز التجاري -عسيلة-؟

نعم لا

3 - الى أي مدى تستخدم بطاقات الدفع الإلكتروني في معاملاتك؟

غالبا احيانا نادرا

4 - ماهي طريقة الدفع المفضلة لديك عند الشراء؟

الدفع المباشر الدفع بالبطاقة الإلكترونية

5 - منذ متى وأنت تستخدم بطاقات الدفع الإلكتروني عند الشراء؟

6 أشهر من 1 الى 2 سنة من 3 الى 6 سنوات

6- لماذا تلجأ الى استخدام الوسائل الحديثة في الدفع؟

لنوعية الخدمات الجيدة المقدمة في هذا المجال لسهولة التعامل بها

7 - ماهي وسيلة الدفع التي تقوم باستخدامها؟

البطاقات البنكية CIB البطاقات البريدية (البطاقة الذهبية)

8- وسائل الدفع الإلكترونية المتوفرة في المركز التجاري تسمح بـ :

توفير الوقت والجهد تفادي التعرض للسرقة والتزوير

تقلل من الاعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية وغيرها

9- حسب رأيك هل استخدام نظام الدفع الإلكتروني من شأنه أن يسهل المعاملات التجارية و المالية؟

دائما احيانا نادرا

10- من خلال استخدامك لوسائل الدفع الإلكتروني نقصت تعاملاتك بالطرق التقليدية في الدفع؟

نعم لا

11- ماهي المزايا التي تحصلت عليها من خلال إستخدامك لبطاقات الدفع الإلكتروني؟

سرعة عملية الشراء متعة التسوق ربح الوقت والجهد

12- بطاقة الدفع توفر لحاملها الأمان فما عليه سوى حمل البطاقة؟

غالبا أحيانا نادرا

13- هل يتمتع موظفو المركز التجاري بمهارات تقديم الخدمة ومهارات إقناع كافية تشعرك بنوع من الأمان عند إستخدامك لبطاقات الدفع؟

نعم لا

14- هل تعرضت الى وجود خلل أو مشاكل تقنية في شرائك عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني؟

غالبا احيانا نادرا

15- بإعتبارك زبون هل أنت راضي عن خدمة الدفع المتوفرة في المركز التجاري؟

نعم الى حد ما لا

لمحور الثاني (العراقيل التي أخرت تعميم فكرة الدفع الإلكتروني في الجزائر)

16- هل تتحصلون على معلومات حول وسائل الدفع المتوفرة في المركز بسهولة؟

نعم الى حد ما لا

17- هل ارتفاع تكلفة استخدام الأنترنت شكل عائقا لإنتشار وسائل الدفع الإلكتروني؟

نعم لا

18- هل يتقبل المستخدم الجزائري فكرة الانتقال نحو كل شئ رقمي؟

نعم الى حد ما لا

19- حسب رأيك ما سبب عزوف الأفراد عن استخدام بطاقات الدفع في معاملاتهم؟

لا توجد لديهم فكرة عن طريقة إستخدامها لم يتمتعو بوجود مثل هذه التقنية
غياب الثقة نحو كل ما هو رقمي إفتراضي

20- هل ترجع سوء استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني الى غياب حملات ارشادية بمثل هذه التقنيات الجديدة وعدم إلمام المستخدمين بها؟

غالبا احيانا نادرا

21- هل ضعف الإعلام والإشهار فيما يخص الدفع الإلكتروني يؤثر على إقبال الأفراد لمثل هذه المعاملات؟

نعم الى حد ما لا

22- من أسباب تأخر نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر صعوبة تغيير عادات الشراء بتحويلها من نماذج ورقية الى تقنيات رقمية إفتراضية؟

نعم لا

23- حسب رأيك هل غياب الإسراع في تعميم وتشجيع التعامل بمثل هذه الوسائل الحديثة خلق تردد لإقبال الأفراد عليها؟

نعم لا

24- حسب رأيك ماهي أهم المعوقات التي تقف أمام فكرة تعميم الدفع الإلكتروني من طرف المستهلك الجزائري؟

- عدم توفير وسائل الدفع الخوف من التعرض للسرقة و القرصنة عامل مرتبط بثقافة المستهلك عدم الثقة في مثل هذه المبادلات

25- لايمكن الإستغناء عن وسائل الدفع التقليدية في الجزائر وذلك لصعوبة تقبل الجمهور لوسائل الدفع الحديثة لتخوفه منها؟

- نعم الى حد ما لا

26- هل ترغب في توفر أجهزة الدفع الإلكتروني على مستوى المحلات التجارية، الفنادق، المطاعم، وكالات السفر....؟

- نعم لا

27- كيف تقيم خدمة الدفع إلكترونيا؟

- جيدة حسنة رديئة

