



-جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير، علوم تجارية

التخصص: تسويق الخدمات

بـعنوان:

تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي دراسة حالة بريد حاسي مسعود - البطاقة الذهبية نموذجاً

من اعداد الطالبة: بن شتيوي فاطمة الزهراء

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2024/06/08

أمام اللجنة المكونة من السادة:

(أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

أ/صغراوي رفيقة

(أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا و مقرا

أ/ كاهي فطيمة

(أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

أ/طريف يمينة

السنة الجامعية: 2024/2023



-جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير، علوم تجارية

التخصص: تسويق الخدمات

بـعـنـوان:

تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي دراسة حالة بريد حاسي مسعود - البطاقة الذهبية نموذجاً

من اعداد الطالبة: بن شتيوي فاطمة الزهراء

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2024/06/08

أمام اللجنة المكونة من السادة:

(أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

أ/صغراوي رفيقة

(أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا و مقررا

أ/ كاهي فطيمة

(أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

أ/طريف يمينة

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{وقل رب زدني علما}



الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء
و المرسلين محمد صلى الله عليه وسلم .
بكل الحب و الحنان أهدي ثمرة جهدي متواضع الى :
من أوصانا بهم الرحمن حين قال : و اخفض لهما جناح الذل من الرحمة
وقل ربي أرحمهما كما ربياني صغيرا .
رفيقة دربي و أنيسة قلبي أمي الحبيبة و الغالية منبع الحنان حفظها الله
ورعاها كانت خير سند لي في مشواري دراسي جامعي لنيل شهادة ماستر .
الى أبي الحبيب و الغالي على قلبي رحمة الله عليه .
الى أخوتي أحبتي: محمد مبروك ، صفوان ، يوسف ، إبراهيم الخليل ، عبد الله
و زوجاتهم و أبنائهم و بناتهم كل باسمه .
الى أختي حبيبة على قلبي : حليلة السعدية .
الى جميع عائلتي : بن شتيوي ، و دفاف ، و كل الأهل و الأقارب .
الى صديقتي التي رافقتني في عملي وأشكرها جزيل الشكر : أسماء جودي .
الى جميع زملاء الدراسة دفعة ماستر تسويق خدمات: 2024/2023
الى كل من دعمني في مشواري علمي وكل من يعرفني من قريب أو بعيد ويكن لي
الاحترام و التقدير .

فاطمة الزهراء

فاطمة الزهراء

الشكر

الحمد لله عز وجل الذي أنعم على بنور العقل ووهبني الايمان والقوة والإرادة لإتمام هذا العمل المتواضع بكل جهد وحب واهتمام.

أتوجه بجزيل الشكر وعظيم التقدير والامتنان لكل من ساعدني في انجاز هذه المذكرة

" مذكرة تخرج ماستر تسويق خدمات 2024»، وأخص بالذكر:

الأستاذة المشرفة: **كاهي فطيمة** التي أنارت دربي في هذه الدراسة من خلال توجيهاتها المستمرة في كل مرحلة من مراحل انجاز المذكرة.

الأساتذة الكرام: **بن تفات عبد الحق، خروي يوسف، خويلدات صالح، بن جروة عبد الحكيم** والأستاذ: **حجاج محمد الهاشمي** رئيس قسم العلوم التجارية، شطبية، قريشي، دلهوم.

الى كل الطاقم الإداري وكل من ساهم في تحصيلي الدراسي من قريب أو بعيد.

الى الأستاذ: **بن شتيوي صفوان** الذي ساندني في مشاوري الدراسي وأخي الصغير عبد الله

الذي كان يساعدني في انجاز هذه المذكرة والى الزميلين كمال ومحمد بمديرية البريد ورقلة.

الى كل من وقف معي وساندني في مشاوري الجامعي في العلن أو في الخفاء حفظكم الله جميعا.

بارك الله فيكم

فاطمة الزهراء

فاطمة الزهراء



الملخص:

هدفت الدراسة الى التعرف بشكل دقيق على تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي، بالإضافة الى دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الموضوع، كما تم الاعتماد في الدراسة الميدانية على المقابلة بطرح العديد من الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة وتم الإجابة عليها، ووثائق الرسمية، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبيان الكتروني على عينة من زبائن بريد حاسي مسعود المتعاملين بالبطاقة الذهبية تم استرجاع 100 عينة صالحة للدراسة، وتمت معالجة الاستبيان باستخدام عدة أساليب إحصائية عن طريق برنامج SPSS لمعرفة النتائج المتوصل اليها واختبار صحة الفرضيات، حيث خلصت الدراسة الى أنه لا يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني (جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني - سهولة الاستخدام - الوقت) والقرار الشرائي، أي أن محددات الدفع الالكتروني المتغير المستقل لا تؤثر على القرار الشرائي المتغير التابع.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الالكتروني-قرار الشرائي-البطاقة الذهبية.

Abstract:

The study aimed to accurately identify the Algeria Post Corporation's adoption of electronic payment methods and its impact on the purchasing decision.

In addition to studying the relationship between the study variables, the descriptive analytical method was used to study the subject, and the study was also adopted

The field conducted the interview by asking many questions related to the subject of the study and they were answered, along with official documents. In order to achieve the objectives of the study, an electronic questionnaire was distributed to a sample of Hassi Messaoud postal customers who deal with the gold card. 100 samples suitable for study were retrieved, and the questionnaire was processed using several statistical methods. Using the SPSS program to know the results obtained and test the validity of the hypotheses, the study concluded that there is no statistically significant positive effect between the determinants of electronic payment methods (quality electronic payment methods services - ease of use - time) and the purchasing decision, that is, the determinants of electronic payment are the independent variable

The dependent variable does not affect the purchasing decision.

Keywords: electronic payment methods - purchasing decision - gold card.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
IV	الإهداء
V	الشكر
VI	الملخص
VIII-VII	قائمة المحتويات
IX	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
XI	قائمة الملاحق
XII	قائمة الاختصارات والرموز
أ-ب-ت-ث-ج	مقدمة
1	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مفاهيم الأساسية لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي
3	المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني
7	المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني، ومزاياه وعيوبه
17	المطلب الثالث: ماهية القرار الشرائي
19	المطلب الرابع: أنواع القرار الشرائي، ومراحل اتخاذه، وأهم العوامل المؤثرة فيه
22	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
22	المطلب الأول: الدراسات السابقة المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني
25	المطلب الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بالقرار الشرائي
26	المطلب الثالث: الدراسات السابقة المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي
30	المطلب الرابع: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
32	خلاصة الفصل
33	الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني و أثره على القرار الشرائي
34	تمهيد
35	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
35	المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة
40	المطلب الثاني: أدوات تحليل الاحصائية
42	المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج

42	المطلب الأول: عرض نتائج الاستبيان و تحليلها
53	المطلب الثاني: النتائج و المناقشة
67	خلاصة الفصل
69	خاتمة
72	المراجع
76	الملاحق
85	الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان الجداول	رقم الجدول
12	رسوم وأسعار الاستعمال	1-2
13	العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية	2-2
13	عمليات الخدمة البنكية الذاتية المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية	3-2
42	معامل صدق وثبات محاور الإستبيان	1-1
42	نتائج متغيرات عينة الدراسة	1-2
46	توزيع عينة الدراسة حسب التعامل بالبطاقة	2-2
47	توزيع عينة الدراسة حسب إجراء التعاملات بوسائل الدفع الإلكتروني	3-2
47	إتجاهات آراء العينة حول بعد جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني	1-3
49	آراء العينة حول سهولة إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني	2-3
50	آراء العينة حول توفير الوقت	3-3
52	اراء العينة حول القرار الشرائي	4-3
54	مستوى إدراك الزبائن محل الدراسة لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني	1-1
55	مستوى إقبال الزبائن على القرار الشرائي	1-2
56	نتائج اختبار معامل بيرسون لقياس الارتباط الايجابي بين وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي	1-3
57	اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test	1-4
57	اختبار تحليل التباين الأحادي لمتغير السن One way Anova	2-4
58	اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير المستوى التعليمي	3-4
59	اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير الوظيفة	4-4
60	اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا	5-4
60	اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير تقوم بإجراء أغلب عمليات البطاقة الذهبية هل أم لا	6-4
61	الإحصاءات الوصفية للقرار الشرائي و وسائل الدفع الإلكتروني	1-5
62	النماذج المقترحة للأثر الإيجابي لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني	2-5
62	تحليل التباين لقياس التأثير الإيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي	3-5
63	أثر وسائل الدفع الإلكتروني على القرار الشرائي	4-5

قائمة الأشكال

رقم صفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
9	البطاقة الذهبية	1-2
43	الدائرة النسبية لمتغير الجنس	1-2
44	الدائرة النسبية لمتغير السن	2-2
44	الأعمدة البيانية لمتغير المستوى التعليمي	3-2
45	الأعمدة البيانية لمتغير الوظيفة	4-2
46	الأعمدة البيانية لمتغير التعامل بالبطاقة	5-2
54	الأعمدة البيانية لمستوى إدراك عينة الدراسة لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني	1-1
55	الأعمدة التكرارية لاتجاه القرار الشرائي	1-2

قائمة الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم
76	الأساتذة المحكمين	01
77	الاستبيان	02
81	مخرجات spss	03

قائمة الاختصارات والرموز

الاختصار/الرمز	الدلالة
ATM	أجهزة السحب الآلي
TPE	نمايات(جهاز) الدفع الالكتروني
EMV	لمعيار الأمان الدولي
POS	الة الكترونية
CVV	رمز البطاقة لإثباتي
PIN"	رمز التعريف الشخص
OTP	المفتاح وحيد الاستعمال
PINPAD	جهاز ادخال الرقم السري
RIP	اعداد كشف التعريف البريدي
spss	برنامج تحليل الاحصائي
BADR	بنك الفلاحة والتنمية الريفية
ARDL	اختبار التكامل المشترك
PREMIUM	الطلب والتوصيل السريع
pay	خدمة بريد
ECCP	خدمات تطبيق
QR Code	مز الاستجابة السريع
SMS	رسالة نصية
Independent simples T-test	اختبار فرق المتوسطين
R	معامل الارتباط بيرسون
One way Anova	تحليل التباين الأحادي
Anova	تحليل التباين



توطئة:

إن توجه الجزائر نحو تبني خدمة الدفع الإلكتروني يعتبر من الأولويات التي سطرتها السلطات العمومية بالنظر إلى التدابير المتخذة من قبلها والرامية لعصرنة وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر بما يخدم الاقتصاد الوطني والمواطن على حد سواء.

تعد مؤسسة بريد الجزائر كغيرها من المؤسسات التي عرفت تطورا كبيرا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سعيا لتطوير وسائل الدفع الإلكتروني لكسب رضا زبائنها ومسايرة التطورات التقنية في مجال نشاطها. حيث وضعت مؤسسة بريد الجزائر مسألة رقمنة الخدمات في صلب استراتيجياتها من خلال برامج تطوير وعصرنة الخدمات المالية البريدية، وكذا الخدمات النقدية والخدمات المتنوعة التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر لشرائح واسعة من المجتمع.

ففي مجال الخدمات النقدية، جندت المؤسسة وسائل مادية وبشرية وتقنية معتبرة لتطوير وعصرنة هذه الخدمات لاسيما: اقتناء منصة نقدية وفق معايير ومقاييس دولية بهدف تسيير مختلف العمليات الرقمية، توفير البطاقات الذهبية من خلال تركيبها، وتشخيصها محليا، وتوزيعها لشريحة واسعة من الزبائن فاقت 13 مليون بطاقة ذهبية، توفير خدمات نقدية عبر موزعات الآلية، والدفع الإلكتروني من خلال نهائيات الدفع الإلكتروني أو خدمة بريد باي، أو بريد موب، وغيرها من الخدمات.

1- الإشكالية الرئيسية:

في ظل تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني، ولمعرفة الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في التأثير على القرار الشرائي للزبون، تمت صياغة إشكالية البحث كالتالي:

هل هناك تأثير لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني -سهولة الاستخدام - توفير الوقت) على القرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر؟

2- الأسئلة الفرعية: من خلال هذه الإشكالية يمكننا طرح الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما مدى إدراك عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة الخدمات ووسائل الدفع-سهولة الاستخدام - توفير الوقت)؟

2- ما مستوى إقبال زبائن مؤسسة بريد الجزائر على زيادة المشتريات في ظل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني؟

3- هل توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين محددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة الخدمات ووسائل الدفع الإلكتروني -سهولة الاستخدام-توفير الوقت)، والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر؟

4- هل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس-السن-المستوى التعليمي-الوظيفة-هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا- هل تجري

أغلب تعاملاتك المالية بالبطاقة الذهبية)؟

3-الفرضيات: للإجابة عن الأسئلة الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين محددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة الخدمات ووسائل الدفع الإلكتروني -سهولة الاستخدام-توفير الوقت)، والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.

الفرضيات الفرعية: تتفرع عن فرضية رئيسية فرضيات الفرعية التالية:

- 1- يوجد إدراك عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر اتجاه محددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة الخدمات ووسائل الدفع الإلكتروني -سهولة الاستخدام-توفير الوقت).
- 2- في ظل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني هناك مستوى اقبال عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر.
- 3- توجد علاقة ارتباط إيجابية بين محددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة خدمات ووسائل الدفع الإلكتروني -سهولة الاستخدام-توفير الوقت)، والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.
- 4- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس-السن-المستوى التعليمي-الوظيفة-هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا- هل تجري أغلب تعاملاتك المالية بالبطاقة الذهبية).

4-مبررات اختيار الموضوع:

1-مبررات موضوعية: تتمثل في:

- 1- علاقة موضوع الدراسة بمجال التخصص "التسويق"، حيث يعتبر من المواضيع المواكبة للتطور الاقتصادي والتوجه العالمي.
 - 2- الأهمية الكبيرة لوسائل الدفع الإلكتروني في وقتنا الحالي.
 - 3- الرغبة في التعرف أكثر على بطاقة الدفع الإلكترونية "البطاقة الذهبية".
- 2- مبررات شخصية:
- الاهتمام الشخصي وميول الباحث للموضوع، وزيادة الوتيرة المعرفية يعتبر دافع الأساسي لاختيار الموضوع.

5- أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني.
- 2- التعرف على البطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية".
- 3- التعرف على مدى تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على القرار الشرائي لزبائن بريد الجزائر.
- 4- إبراز أهمية بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية"، وضرورة الاهتمام بتطويرها.

6- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذا البحث من المكانة التي تحتلها وسائل الدفع الإلكتروني في وقتنا الحالي و التي أصبحت ضرورية لتسوية مختلف المعاملات المالية في ظل التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال ، و كذا معرفة مدى تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على القرار الشرائي لزبائن بريد الجزائر ، و الخدمات الإلكترونية التي تقدمها بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية التابعة لمؤسسة بريد الجزائر، مما يستوجب على المصارف و المؤسسات الجزائرية مواكبة هذه المستجدات و العمل على إقامة نظام دفع إلكتروني فعال كحتمية للرفع من مستوى الخدمات المقدمة .

7- حدود الدراسة:

الزمانية: من: 2024/02/01 الى: 2024/05/10

البشرية: عينة من زبائن بريد الجزائر في منطقة حاسي مسعود ولاية ورقلة

الموضوعية: تم التركيز في دراستنا على وسائل الدفع الإلكتروني كمتغير مستقل والقرار الشرائي كمتغير تابع.

8- المنهج المتبع والأدوات المستخدمة:

من أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الموضوع، أما الفصل الثاني تم الاعتماد على دراسة استطلاعية من خلال: مقابلة التي تمت في مديرية

الوحدة الولائية للبريد بولاية ورقلة، والاستبيان ومعالجته الإحصائية عن طريق برنامج **spss**.

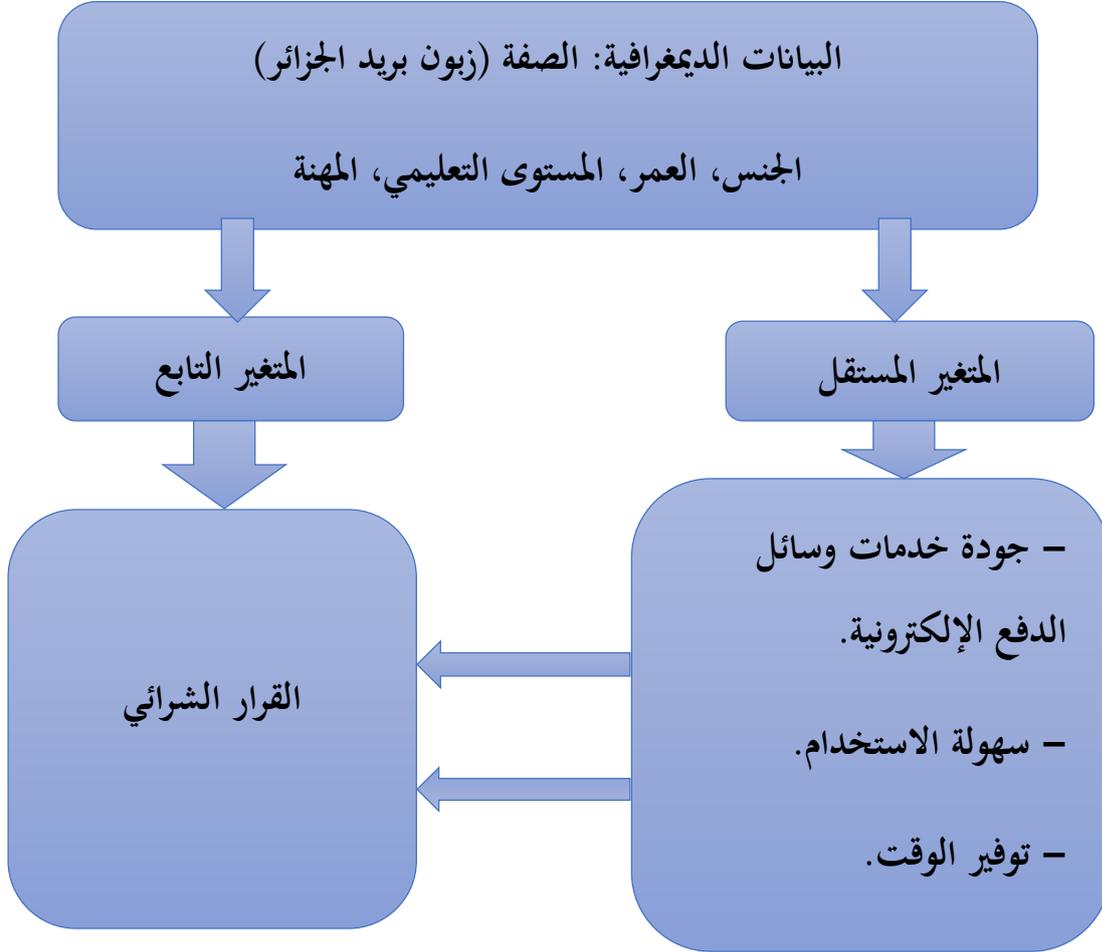
9- مرجعية البحث: تتمثل في:

الكتب، المقالات، المذكرات السابقة في الموضوع، وبعض المواقع الإلكترونية التي لها علاقة واهتمام بالموضوع.

10- صعوبات الدراسة:

- 1- صعوبة في فرز المعطيات كون موضوع جد مطروح.
- 2- صعوبة في ضبط الموضوع، وتحديد مكان الدراسة.
- 3- صعوبة استهداف عينة الدراسة للوصول الى نتائج دقيقة.
- 4- عنصر الوقت: بحيث لم أستطع إعطاء الموضوع حقه، ومعالجة أهم الجوانب فيه.
- 5- صعوبة الحصول على رد تحكيم الاستبيان عن طريق الإيميل.

نموذج الدراسة:



مصدر النموذج: من اعداد الطالبة اعتمادا على الدراسات السابقة

هيكل الدراسة: ينقسم الى فصلين

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي

ينقسم الى مبحثين المبحث الأول مفاهيم الأساسية لوسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي يندرج تحته مطالبين

الأول والثاني كل ما يخص وسائل الدفع الالكتروني والمطلبين الأخيرين القرار الشرائي والمبحث الثاني يتعلق

بالدراسات السابقة، أما الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار

الشرائي وينقسم الى مبحثين الأول الطريقة والأدوات المستخدمة والثاني تحليل ومناقشة النتائج.

الفصل الأول: الإطار

المفاهيمي لوسائل

الدفع الإلكتروني

والقرار الشرائي

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

تمهيد:

ظهرت وسائل الدفع الإلكتروني نتيجة للتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وكحل للمشاكل والعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية أصبح من ضروري اعتماد هذه الوسائل الحديثة لتسهيل كافة الإجراءات المتعلقة بالأمور المالية، وبمعرفة الزبائن لأدوات الدفع الإلكتروني، والتعامل بها، وتحقيق جميع متطلباتهم.

وعليه نتطرق لمعرفة أهم وسائل الدفع الإلكتروني من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: مفاهيم الأساسية حول وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

المبحث الأول: مفاهيم الأساسية حول وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

من خلال هذا المبحث سوف نتطرق لبعض المفاهيم العامة لوسائل الدفع الإلكتروني، وخصائصها، وأهميتها، وكذا التعرف على أنواع وسائل الدفع الإلكتروني من بينها نذكر البطاقة الذهبية محل الدراسة، والتعرف على مزايا وعيوب وسائل الدفع، كما نتعرف على بعض المفاهيم الأخرى التي تخص القرار الشرائي للزبون.

المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني

يقوم الأفراد يوميا بالعديد من المعاملات الاقتصادية والتجارية كإقتناء بعض السلع والخدمات، مما يستلزم عليهم دفع أثمانها بالنقود، التي تطورت بفضل التقدم التكنولوجي الذي شهده العالم الى وسائل أخرى بغية تحقيق التكامل بين مختلف حلقات الأنشطة الاقتصادية.

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني: قبل التطرق لتعريف وسائل الدفع الإلكتروني لابد من التعرف على وسائل الدفع بشكل عام.

1-1 تعريف وسائل الدفع:

- يعرف الطاهر لطرش وسائل الدفع على أنها: تلك الأداة المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وتسديد الديون، كما تدخل في زمرة وسائل الدفع الى جانب النقود القانونية تلك السندات التجارية، وسندات القرض التي يدخلها حاملها في التداول عندما يؤدون أعمالهم.

- كما يعرفها D'hoir Lau prêtre Catherine على أنها: وسائل تسمح بتحويل الأموال لكل شخص مهما كان السند المستعمل، سواء سند بنكي كالشيكات خاصة بطاقة الدفع، سند لأمر أو تحويلات بنكية¹.

1-2 تعريف وسائل الدفع الإلكتروني: هناك العديد من التعريفات نذكر أهمها:

- تعرف وسائل الدفع الإلكترونية على أنها: هي الدورة الإلكترونية والسريعة لنقل الأموال من المشتري الى البائع عبر المؤسسات المالية وبأقل التكاليف الممكنة².

- عرفت بأنها: وسيلة لتحويل الأموال وفق تقنية الكترونية مما يسهل عملية التبادل بطريقة امنة وسريعة، وبأقل التكاليف الممكنة³

- هي وسائل الدفع الحديثة تنفذ فيها المعاملات بنظام دفع الكتروني ويعني بها: " تلك وسائل الدفع الإلكتروني التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الإلكترونية، والشيكات الإلكترونية⁴.

¹ كواشي حنان، واقع وأفاق تعميم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة (2016-2021)، أطروحة دكتوراه ل م د كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2021-2022، ص: 3.

² بوخاري فاطمة، تحديات وضرورة تحسين وسائل الدفع الإلكتروني لأداء البنوك في ظل جائحة كورونا -دراسة حالة الجزائر- مجلة جديد الاقتصاد، المجلد 16، العدد1(2021)، ص: 185.

³ قيمش خولة وبلعة جويده، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات، المجلد 5، العدد 1، ديسمبر 2021، ص: 83.

⁴ عبد الكريم خليف ومحمد إسحاق حاجي، دور وسائل الدفع الإلكتروني في التخفيف من أزمة السيولة المالية "دراسة حالة عينية من مستعملي البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بورقلة"، مذكرة ماستر أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2022/2021، ص 16.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

- تعرف على أنها: الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد، عبر الشبكات العمومية للاتصالات.
- كما تعرف على أنها: أنظمة الدفع التي تتم إلكترونياً بدلا من ورق الكشف أو البيانات، ويمكن الشخص من محاسبة فواتيره إلكترونياً، أو القيام بتحويل النقود إلكترونياً عبر حسابه البنكي الخاص¹.
- يرى كل من جعفر وخلف بأنها: الوسائل التي تقوم المؤسسات المالية بإصدارها للعملاء، تكون قابلة لتخزين قيم وحدات نقدية إلكترونية، مقابل دفع قيمتها للمصدر بصورة معجلة أو مؤجلة، لكي يستخدمها العملاء في تنفيذ ودفع عملياتهم المالية من خلال مجموعة من الوسائل التقنية المعدة من قبل المصدر².
- عرف الباحثون وسائل الدفع الإلكترونية على أنها: منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها المؤسسات المالية والمصرفية بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الإلكترونية الآمنة، وتعمل هذه المنظومة تحت مظلة من القواعد والقوانين التي تضمن سرية تأمين وحماية إجراءات الشراء وضمان وصول الخدمة³.
- نظام الدفع الإلكتروني هو مجموعة تحويلات الأنظمة التي تضمن الأدوات والإجراءات المصرفية، عادة ما تكون بين البنوك تداول الأموال من الأموال⁴.
- نظام الدفع الإلكتروني هو صورة من طرق الدفع التقليدي ولكن بشكل الطريقة المتطورة التي نستخدمها في حياتنا اليومية والفرق بينهما أنه الإلكتروني فأنظمة الدفع جميعها تعمل إلكترونياً⁵.
- من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن وسائل الدفع الإلكتروني هي تلك الوسائل التي تصدرها المصارف والمؤسسات المالية لتحويل الأموال إلكترونياً وتمثل في: الشيك الإلكتروني، البطاقة الكلاسيكية، البطاقة الذكية، البطاقة الذهبية،..... الخ.

الفرع الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بالخصائص التالية⁶:

- يتسم نظام الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

¹ عريوة محاد ومحمدخاوي، واقع وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد: 2017/04، ص: 141.

² عبد العزيز صحراوي وفائزة لعرف، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوفاية من جائحة كورونا covid-19 بطاقة الدفع الإلكتروني (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجاً، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد: 13، العدد: 03(2020)، ص: 111.

³ طالي سميرة وبن عبد العزيز سمير، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية -دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 11- العدد 03 (مارس 2023)، ص: 263.

⁴ Mohamed Amine BENLAKEHAL, **The Relationship of Applying Electronic Payment Systems to Improving Banks Services Quality's from the Viewpoint of Bank's Employees: A Case Study of Commercial Banks in Algeria**, Al-Bashaer Economic Journal, Volume VII, n°02 (August 2021), p:851.

⁵ Salaheddine Cheriet, Hadjira Ghanem, **The role of Electronic Payment Systems in the development of the Algerian Banking system**, Roa Itikissadia Review ISSN 2253-0088 08 (02)/2018, p:214

⁶ جودي نبيل وصبيحي زكرياء، دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية -دراسة حالة بنك السلام فرع ورقلة، "مذكرة ماستر أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2022/2021، ص: 8.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بما ذاكرة رقمية أو ذاكرة رئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- بالإضافة الى خصائص أخرى منها¹:
- تشكل بطاقة فائدة لجميع الأطراف: فالحامل يستطيع أن يقوم بشراء حاجياته ودفع ثمنها حسب ظروفه، والتاجر يستوفي ثمن بضاعته وتحويل الى حسابه بالبنك مصدر البطاقة دون عناء، والجهة المصدرة تحقق فائدة تتمثل في الحصول على عمولة من التاجر مقابل التعجيل بثمن المشتريات وفائدة من الزبون مقابل الائتمان الممنوح له.
- التعامل بالبطاقة يلزمه وجود أجهزة الكترونية مساعدة: حيث تحمل البطاقة شريطا مغنطا وفي بعض الحالات شريحة الكترونية مما يستلزم وجود أجهزة وتقنيات الكترونية، حيث يمكن قراءة بيانات هذه البطاقات مثل: أجهزة السحب الآلي (ATM) ونهايات الدفع الإلكتروني (TPE).
- كما تتميز أيضا بالخصائص التالية²:
- أدوات الدفع الإلكتروني تحمل قيم مخزنة الكترونيا، فهي عبارة عن بيانات مشفرة توضع على رسائل الكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر.
- تتميز هذه البطاقات بعدم التجانس، حيث يقوم كل مصدر بإصدار بطاقات مختلفة القيمة وأسس وشروط ومحددات التعامل بها في الإطار المسموح.
- تعد سهولة الاستخدام نظرا لصغر حجمها وخفتها، رغم ذلك تتميز بإمكانية تعرضها للأخطار ووقوع الأخطاء البشرية والتكنولوجيا.
- بالإضافة الى كل خصائص المذكورة سابقا يشترط وجود أنظمة دفع الكترونية لتوفير بنية التحتية اللازمة لتسهيل الدفع الإلكتروني من بينها نذكر³:
- 1- السرية: ويتم من خلالها الاحتفاظ بالمعلومات امنة.
 - 2- الأمان: تأكد من عدم إمكانية الاحتيال داخل النظام.
 - 3- التوفر: يجب أن يكون نظام متاحا خلال ساعات العمل المذكورة.
 - 4- فعالة من حيث التكلفة: تكون مماثلة للقواعد وفقا للسلطة.
 - 5- القدرة على التكامل: ضمان العمل مع جميع الأنظمة الأخرى.

¹ سبغ فايزة وبن يعقوب الطاهر، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الالكترونية -دراسة استطلاعية في مدينة البويرة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1 -الجزائر، المجلد 20، العدد01، ديسمبر2020، ص: 407.

² زحوني نور الدين وزمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: أليات التعامل والمخاطر في ظل عصرة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعمولة، المجلد 01، العدد (1)، 2018، ص- ص: 251- 252.

³ Mohamed Amine BENLAKEHAL, Reference previously mentioned, p-p:851-852.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

الفرع الثالث: أهمية وسائل الدفع الإلكترونية

تتجسد أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في النقاط التالية¹:

- 1- اختصار المسافات الجغرافية.
- 2- تخفيض النفقات التي كانت تتحملها البنوك جراء تقديمها للخدمة بالوسائل التقليدية
- 3- مواكبة مستجدات العمل البنكي العالمي.
- 4- التعريف بالبنوك والترويج لخدماته
- 5- القضاء على مشكلة الأوراق النقدية المزورة وحماية الزبائن من عمليات السرقة.
- 6- حماية المؤسسات الكبرى من أخطاء الموظفين التي تكلف بعض الشركات خسائر كبيرة.

بالإضافة الى نقاط السابقة نذكر ما يلي²:

- أ- عدم حاجة حاملها الى ترك ضمان نقدي في حال العمليات التجارية التي تحتاج الى ضمان مثل: الحجز في الفنادق أو عند وكلاء السيارات.
- ب- تفادي مشكل التصريح بالعملات عند السفر كل مرة نتيجة محدودية كمية الأموال المسموح بنقلها.
- ج- يمكن تحويلها من وإلى أي مكان في العالم، وفي أي وقت عن طريق الانترنت أو الشبكات الأخرى بتكاليف زهيدة.
- د- التقليل من تكاليف نقل النقود وعدها وتداولها بهذه الطريقة يمكن تفادي هاته المخاطر بالنسبة لمصدرها وتقليل التكاليف وتدنية المخاطر.
- هـ- إمكانية تتبع كل العمليات التي تمت، حيث أن التعامل بالبطاقة يمكن الكشف عنه بسرعة عن طريق تتبع الدافع والساحب الزمان والمكان إذا كان المصدر يملك قوة اتصال وشبكية معلومات قوية.
- و- تفادي ضغط الزبائن حول الشبايك لأجل الدفع أو السحب.

ونستخلص من كل هذا أنه تكمن أهميتها من خلال ابتكار وسائل الدفع تتوافق مع طبيعة التجارة الخارجية، واستخدام

وسائل دفع من خلال شبكة اللاسلكية عبر الحاسوب³.

¹ قيمش خولة وبلعة جويده، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 84-85.

² زخوفي نور الدين، وزمالة عمر مرجع سبق ذكره، ص-ص: 255-256.

³ Salaheddine Cheriet, Hadjira Ghanem, Reference previously mentioned, p :215

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني، ومزاياه، وعيوبه

بعدما تطرقنا في الفصل الأول الى تعريف أنواع وسائل الدفع الإلكتروني وخصائصها وأهميتها نتطرق في المطلب الثاني الى التعرف على أنواع وسائل الدفع الإلكتروني وأهم مزاياها وعيوبها.

الفرع الأول: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

قبل الخوض في أنواع وسائل الدفع، تجدر الإشارة الى أنها تنقسم الى نوعين: وسائل الدفع الإلكترونية مطورة ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة.

- بالنسبة لوسائل الدفع الإلكترونية المطورة : هي عبارة عن وسائل لا تختلف عن مثلتها التقليدية ، سوى أنه يتم معالجتها الكترونياً ، فبدل أن كانت تعالج بالدعائم الورقية أصبحت تعالج الكترونياً ، و من أمثلتها الأوراق التجارية الإلكترونية (الكمبيالات الإلكترونية ، السند لأمر الكتروني ، الشيك الإلكتروني ... الخ) ، أما بالنسبة للوسائل الحديثة: فهي عبارة عن وسائل تغيرت طريقة معالجتها و تداولها ، حيث أدى التطور التكنولوجي و احتياجات التجارة الإلكترونية الى اختراع وسائل جديدة ، فظهر ما يسمى ببطاقات الدفع الإلكترونية ، و النقود الإلكترونية ، ودراستنا هذه تركز على بطاقات الدفع الإلكترونية فقط باعتبار النقود الإلكترونية غير معتمدة في الجزائر .

أولاً- تعريف بطاقات الدفع الإلكترونية: جاء في تعريفها بأنها: عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية والتي تسمح لحاملها بتسديد ثمن المشتريات أو سحب الأموال من الماكينات الإلكترونية.

وجاء في تعريف اخر بأنها: بطاقة مصنعة على شكل معين، وفق نموذج تحدده الجهة المصدرة لشخص محدد، تكون مقبولة لدى فئة معينة، يستعاض عنها في الوفاء بدل النقود، وفق الية عمل محددة بموجب عقود مبرمة بين أطرافها.

من خلال التعريفين السابقين يتضح:

- ✓ أن بطاقات الدفع الإلكتروني يقوم بإصدارها البنوك أو المؤسسات المالية، وهي ليست حكراً على البنوك فقط بل خلافاً لما هو متوقع لم تكن نشأتها مصرفية وإنما أول من أنشأها كانت مؤسسات غير مصرفية.
- ✓ بطاقات الدفع الإلكترونية تستخدم كأداة لدفع ثمن المشتريات من السلع والخدمات، وكذلك تستخدم كأداة للسحب من ماكينات الصراف الآلي، فكل أداة دفع هي أداة سحب، والعكس ليس صحيحاً، فهناك بطاقات تستخدم للسحب فقط كبطاقات الصراف الآلي¹.

¹ عبد العزيز صحراوي وفائزة لعرف، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 111- 112

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

ثانيا- أنواع وسائل الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر:

تتمثل وسائل الدفع الإلكتروني المطبقة في بريد الجزائر فيما يلي:

أ: بطاقة السحب الإلكترونية (البطاقة الكلاسيكية): هي بطاقة بلاستيكية بها شريحة مغناطيسية تحمل جميع

المعلومات المتعلقة بالعميل، تمكن العميل من القيام بـ:

- اجراء عمليات سحب الأموال على مستوى الموزعات الآلية الخاصة ببريد الجزائر والبنوك والمؤسسات المالية المنخرطة في شبكة النقل الآلي.

- الاطلاع على الرصيد عبر الشبايك الآلية التابعة للبريد الجزائري.

- استخراج كشف الهوية البريدي.

- وقد سعت بريد الجزائر الى تعميم استعمال البطاقة الكلاسيكية، حيث بلغ عدد حاملي هاته البطاقة سنة 2016

ما يعادل 7924142 شخص¹.

ب- البطاقة الذهبية: هي بطاقة دفع أطلقها بريد الجزائر في جانفي 2017، وهي مطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV

(يوروباد- ماستر كارد - يمنح بريد الجزائر بطاقة الدفع الإلكترونية " الذهبية " لزبائنه الذين يملكون حسابات بريدية جارية

بعد تقديمهم طلبا للحصول عليها وتمنح البطاقة للزبون إذا ما قبل بريد الجزائر الطلب المقدم ووافق عليه.

- تعتبر بطاقة الدفع الإلكترونية " الذهبية " ملكية حصرية لبريد الجزائر عند استلام مكتب البريد التابع لمحل إقامة الزبون لبطاقة

الدفع الإلكتروني " الذهبية "، يتم اعلام الزبون بأن بطاقته جاهزة وذلك بواسطة اشعار وصول أو برسالة نصية قصيرة عبر الهاتف

النقال إذا كان هذا الزبون منخرطا في خدمة التبليغ عبر الرسائل النصية القصيرة، البطاقة الذهبية بطاقة شخصية فحسب وعلى

صاحبها أن يتفحصها ويطلب تنشيطها على مستوى مكتب البريد التابع لمحل اقامته، مباشرة بعد استلامها².

- يرسل بريد الجزائر الى مكتب البريد التابع لمحل إقامة الزبون رمزا سريا شخصيا داخل ظرف مؤمن، ويتسلم الزبون صاحب

البطاقة الرمز السري بنفسه من مكتب بريده، يعتبر الرمز السري ضروريا لإجراء مختلف أنواع العمليات عبر كل من الشبايك

البنكية الآلية، أجهزة ادخال رقم التعريف السري، ونهائيات الدفع الإلكتروني.

¹ قيمش خولة وبلعة جوييدة، مرجع سبق ذكره، ص 87.

² عبوة سعاد، دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة، مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية، العدد 06، السنة 2021، ص: 55.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

1- البطاقة الذهبية شكلا:

هي كباقي البطاقات لها بيانات على وجه البطاقة وظهرها Pay

. الشكل (1-1): شكل البطاقة الذهبية



المصدر: Baridinet .poste.dz /edahabia

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

1-1 وجه البطاقة: يحتوي على رمز بريد الجزائر وهي الجهة المصدرة للبطاقة والشريط المغنط مخصص لتخزين البيانات الالكترونية الخاصة بالعميل، الذي يحتاجه الحاسب الالى (الكومبيوتر) للتعرف على حد السحب المحدد، رقم البطاقة، تواريخ المعاملات والرموز الخاصة بها عن طريق الة الكترونية (POS)، وتعني نقطة البيع تقرا بينات الشريط المغنط داخل الشباك البريدي.

- رقم البطاقة المؤلف من 16 رقم بدون حروف يطلب لدى:

1- الاشتراك في خدمات بريد موب (موقع الكتروني).

2- تسجيل التطبيق بريد موب (المحمول)

3- تغير رقم الهاتف النقال (الموقع الالكتروني)

4- الدفع عبر الانترنت (الموقع الالكتروني)

- اسم حامل البطاقة: اسم ولقب الشخص المصرح له باستخدامها.

- الصورة المجسمة ثلاثية الابعاد: الهولوجرام، وهي العلامة المميزة للهيئة الدولية التي تعطي التصريحات للمؤسسات بإصدار البطاقات.

- تاريخ نهاية الصلاحية: يطلب لدى

1- الاشتراك في خدمات بريد موب (موقع الكتروني).

2- تسجيل التطبيق بريد موب (المحمول).

3- تغير رقم الهاتف النقال (الموقع الالكتروني) - الدفع عبر الانترنت (الموقع الالكتروني).

1-2- على ظهر البطاقة:

1- الشريط الأسود: لقراءة بيانات البطاقة خارج الشباك البريدي.

2- رمز البطاقة لإثباتي "CVV": وهو بمثابة الامضاء على الشيك يطلب من الزبون لدى عملية الدفع عبر الانترنت (الموقع الالكتروني).

1-3- الرموز السرية:

رمز التعريف الشخص "PIN": أربعة (04) أرقام سرية تصل للزبون من مرسل رمز التعريف الشخصي PIN Mailer

يطلب استعمالها للتحقق من هويته¹.

¹ مهدي لطيفة، مدى اقبال المستهلك الجزائري على استخدام البطاقة الذهبية في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية بمديرية الوحدة البريدية ولاية بشار نموذجاً سنة 2020، المجلد الثامن، العدد 01، أبريل 2022، ص: 188.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

1- على مستوى الشباك الالي للبنوك.

2- على مستوى جهاز الدفع الالكتروني TPE.

3- على مستوى شباك مكتب البريد.

4-1- المفتاح وحيد الاستعمال OTP: رمز خاص ووحيد يتلقاه الزبون عبر رسالة نصية قصيرة، يطلب منه استعماله بغرض¹:

1- اثبات الهوية لدى طلب البطاقة الذهبية.

2- الاشتراك في خدمات التطبيق بريد موب (الموقع الالكتروني).

3- تسجيل التطبيق بريد موب (المحمول).

4- تغيير رقم الهاتف النقال (الموقع الالكتروني).

5- الدفع عبر الانترنت (الموقع الالكتروني).

2- خدمات البطاقة الذهبية:

تسمح بطاقة الدفع الالكتروني «الذهبية» بإجراء المعاملات التالية في كل أرجاء القطر الجزائري²:

أولا: عند استعمالها عبر الشبايك البنكية الالية:

1- سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية،

2- الخدمة الذاتية البنكية: الاطلاع على رصيد الحساب، طلب اعداد كشف مصغر عن العمليات

ال 10 الأخيرة التي تم اجراءها بواسطة طلب دفتر الصكوك،

3- تحويل الأموال، دفع الأموال، تسديد الفواتير، تعبئة رصيد الهاتف النقال.

ثانيا: عند استعمالها عبر أجهزة ادخال رقم التعريف الشخصي بمكاتب البريد:

1- تحديد هوية الزبون لتمكينه من سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية، سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية

2- الاطلاع على رصيد الحساب.

¹ مهدي لطيفة، مرجع سبق ذكره، ص: 189.

² فيمش خولة وبلعة جويده، مرجع سبق ذكره، ص: 87.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

ثالثا: عند استعمالها عبر نفايات الدفع الإلكتروني بالمتاجر:

- دفع وتسديد قيمة المشتريات و / أو الخدمات، تعبئة رصيد الهاتف النقال.

رابعا: عند استعمالها عبر الهاتف النقال:

1- دفع وتسديد قيمة المشتريات والخدمات، تسديد الفواتير، تعبئة رصيد الهاتف النقال،

2- طلب اعداد كشف مصغر عن العمليات ال 10 الأخيرة التي تم إجراؤها بواسطة البطاقة.

خامسا: عند استعمالها عبر مواقع التجارة الإلكترونية:

- دفع وتسديد قيمة المشتريات و / أو الخدمات، تسديد الفواتير¹.

جدول رقم (1-2): رسوم وأسعار الاستعمال

التعريف المطبقة (دج)	الرسم/السعر
1200.00	خدمة PREMIUM (الطلب والتوصيل السريع)
350.00	صناعة البطاقة، تجديدها واستبدالها
200.00	إعادة إعداد الرقم السري (PIN)
100.00	الشكاوى غير ثابتة الصحة
30.00	الاعتراض المؤقت أو النهائي عن البطاقة
30.00	تجميد البطاقة
10.00	إشعار برسالة قصيرة

المصدر: قيمش خولة وبلعة جويده، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات، المجلد 5، ديسمبر 2021،

ص: 88

الجدول أعلاه يوضح رسوم وأسعار الاستعمال الخاصة بالبطاقة الذهبية لكل خدمة مستعملة (خدمات المقدمة من طرف البريد بواسطة البطاقة) فمثلا: عند طلب خدمة توصيل السريع يكون السعر المطبق 1200.00 دج، لأنه عند تقديم أي خدمة لآبد من تطبيق التعريف خاصة بها لكل خدمة.

¹ قيمش خولة وبلعة جويده، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 87-88.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

جدول رقم (2-2): العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية

التعريف المطبقة	العملية المنجزة
30.00	سحب الأموال عبر الشبايبك البنكية الالية لبريد الجزائر
35.00	سحب الأموال عبر الشبايبك البنكية الالية للبنوك
تسعيرة ثابتة بقيمة 18 دج يضاف اليه: 2 دج عن كل 1000 دج أو كسر 1000 دج وحتى 18.000 دج ما يفوق 18.000 دج، 3 دج عن كل 1000 دج أو كسر 1000 دج وحتى 1000.000 دج ما يفوق 1000.000 دج، 6 دج عن كل 1000 دج أو كسر 1000 دج تضاف للتعريف الخاصة ب 1000.000 دج الاولى	سحب الأموال عبر جهاز ادخال الرقم السري PINPAD
مجانا	الدفع عبر فئات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر
مجانا سعر رسالة النصية SMS	الدفع عبر شبكة الانترنت
10.00 دج + سعر الرسالة النصية SMS	تعبئة رصيد الهاتف النقال
إضافة 12 دج وحتى 10.000 دج، ما يفوق 10.000 دج وكسر 10.000 دج، تضاف 3 دج الى التعريف الخاصة ب 10.000 دج الأولى.	تحويل الأموال

المصدر: قيمش خولة وبلعة جويده، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات، المجلد 5، ديسمبر 2021، ص: 88.

الجدول أعلاه يوضح جميع العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية والتعريف المطبقة لكل عملية منجزة، ونلاحظ من خلال الجدول هناك عميات منجزة بمبالغ محددة من طرف بريد الجزائر وأخرى مجانية من دون تعريف مطبقة.

جدول رقم (2-3): عمليات الخدمة البنكية الذاتية المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية

التعريف المطبقة دج	نوع العملية
10.00	اعداد الكشف الخاص بالعمليات العشر (10) الأخيرة المنجزة على الحساب
10.00	الاطلاع على الرصيد
مجانا	اعداد كشف التعريف البريدي RIP
مجانا	طلب دفتر الصكوك

المصدر: قيمش خولة وبلعة جويده، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات، المجلد 5، ديسمبر 2021، ص: 88.

جدول أعلاه يوضح جميع العمليات الخدمة البنكية الذاتية المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية مع التعريف المطبقة لكل عملية أو خدمة مقدمة مثلا: عند الاطلاع على الرصيد في حساب الشخص المعني لا بد من تطبيق التعريف المقدرة بمبلغ 10.00 دج.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

ج: تطبيق بريدي ويب: و يعرف على أنه : تطبيق بريد ويب يسمح لزبائن بريد الجزائر الاستفادة من باقة متنوعة من الخدمات المالية البريدية عبر البوابة الالكترونية www.poste.dz ، تسمح هذه الخدمة بتنفيذ العمليات بسرعة فائقة وفي أي وقت 7 أيام /7، و 24 ساعة /24.

هي خدمة موجهة حصريا لزبائن بريد الجزائر الحاملين للبطاقة الذهبية تسمح بالاستفادة من الخدمات التالية:

- الاطلاع على حساب البريدي الجاري، تسيير البطاقة الذهبية، تحويل من حساب الى حساب اخر.
- الاطلاع على العمليات المنجزة بالبطاقة، طلب إعادة اصدار الرقم السري الخاص بالبطاقة الذهبية، البرمجة الدورية لتحويل الأموال من حساب بريدي جاري الى حساب بريدي جاري اخر.
- د: تطبيق بريدي موب:** ويمكن تعريفه على أنه: هي عملية تطبيقية على الهاتف النقال، تضع تحت تصرف الزبائن الخدمات النقدية والمالية لبريد الجزائر، وبالتالي فهي تساهم في تحسين الاستخدام الأكفأ للوقت، والتسيير الاحسن للحساب البريدي الجاري وللمعاملات المالية.

* يسمح بريدي موب بتقديم الخدمات التالية:

- الاطلاع على حسابكم البريدي الجاري، تسيير البطاقة الذهبية الخاصة بكم، التحويل من حساب الى حساب آخر، تقديم المعلومات المكانية الخاصة بالموزع الاالي، تقديم المعلومات المكانية الخاصة بالمكتب البريدي، إعادة تفعيل البطاقة بعد تجميدها بطلب من الزبون، الحصول على كشف مصغر خاص بالعمليات العشر الأخيرة التي تم اجراءها باستخدام بطاقة الذهبية، حفظ عمليات التحويل كنماذج حتى لا يتسنى استعمالها لاحقا.
- ويمكن الاستفادة من خدمات بريدي موب عن طريق تحميل التطبيق بريدي موب انطلاقا من قوقل بلاي أو أبل ستور على الهاتف النقال.

هـ: تطبيق أو خدمة بريد باي:

بريد باي هو عبارة عن وسيلة دفع جديدة، عن طريق الهاتف النقال من ميزاتها أنها سهلة الاستعمال وغاية في الأمان، وهي خدمة مبنية على تكنولوجيا تقنية قراءة الرمز الشريطي ثنائي الأبعاد، وهي التقنية المعروفة باسم كيو آر كود أي بمعنى رمز الإجابة السريعة¹.

¹ فيمش خولة وبلعة جويده، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 89-90-91.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

للاستفادة من خدمة بريد باي يجب أن تتوفر في الزبون الشروط التالية¹:

- يجب على الزبون أن يصرح برقم هاتفه على مستوى بريد الجزائر، ولتقديم رقم هاتفه ما عليه الا إدخاله في أي موزع الي من شبكة الموزعات الالية لبريد الجزائر.

- يجب على الزبون أن يقوم بتحميل وتثبيت تطبيق بريد موب على هاتفه الذكي.

ان عملية الدفع عن طريق الهاتف النقال باستعمال رمز الإجابة السريع عملية جد بسيطة باتباع الخطوات التالية:

تشغيل التطبيق بريدي موب، اختيار خدمة بريد باي، القيام بعملية المسح الضوئي لرمز الإجابة الظاهر في شاشة هاتف التاجر.

الفرع الثاني: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

لاستخدام أنظمة الدفع الإلكتروني مجموعة من المزايا تقابلها مجموعة من العيوب تلخص في النقاط التالية²:

أولاً- مزايا وسائل الدفع الإلكتروني: تتمثل فيما يلي:

أ- بالنسبة لحامل البطاقة:

- 1- سهولة ويسر الاستخدام.
- 2- تحقيق الأمان وتفادي السرقة والضياع.
- 3- إمكانية الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة.
- 4- إتمام الصفقات فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

ب- بالنسبة للتاجر: نذكر منها:

- 1- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع.
- 2- زيادة المبيعات.
- 3- متابعة ديون الزبائن على عاتق البنك والشركات المصدرة.

¹ قيمش خولة وبلعة جوييدة، مرجع سبق ذكره، ص-ص:90-91.

² عماد أحمد أبو شنب، ويسرى حرب، وآخرون، الخدمات الإلكترونية، دار الكتاب الثقافي، الأردن، ماي 2011، ص:135.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

ج- بالنسبة لمصدر البطاقة:

- تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية¹.

بالإضافة الى مزايا أخرى²:

- يعد نظام الدفع الإلكتروني بمثابة العمود الفقري لإنشاء اتصال بين الدافع والمدفوع.

- تسمح أنظمة الدفع الإلكتروني بتحويل الأموال دون قيود.

وكما تتميز بـ³:

- تتخذ أنظمة الدفع العديد من الأشكال: بطاقات الائتمان، البطاقات الذكية، طرق الدفع بدون تلامس، الدفع عبر الهاتف

المحمول.

- بطاقات الدفع هي الوسيلة الدولية الرئيسية للدفع عبر الإنترنت.

ثانيا- عيوب وسائل الدفع الإلكتروني: نذكر أهمها⁴:

أ- بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل:

- زيادة الاقتراض والانفاق مما يتجاوز الفترة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد مما يترتب عنه وضع

اسمه في القائمة السوداء.

ب- بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخلفات من جانبه، أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع

اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

ج- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذلك تحمل البنك

المصدر نفقات ضياعها.

¹ مصطفى كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر، دمشق-سوريا، 2011، ص:156.

² Mohamed Amine BENLAKEHAL, Reference previously mentioned, p:851

³ Zlatko Bezhovski, The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System, European Journal of Business and Management, Vol.8, No.8, 2016, p:127

⁴ مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص:156.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

المطلب الثالث: ماهية قرار الشراء

يقوم المستهلكون باتخاذ العديد من القرارات الشرائية التي تلي رغباتهم وتعتبر عملية اتخاذ القرار الشرائي صعبة ومعقدة، وتتم وفق مراحل مرتبة ومنظمة، وفي هذا المطلب نتطرق الى معرفة ماهية القرار الشرائي.

الفرع الأول: تعريف القرار الشرائي: يوجد العديد من التعريفات نذكر أهمها:

يعرف على أنه عملية اختيار البديل الأفضل من مجموعة البدائل المتاحة من السلع والذي يوفر أقصى درجة ممكنة من الاشباع لدى المستهلك وبأقل التكاليف.

كذلك يقصد به محصلة مجموعة من المؤثرات الإيجابية (الحوافز) والمؤثرات السلبية (العوائق) التي تتفوق فيها الأولى مع الثانية، هذه الحوافز تتولد من متغيرات داخلية وخارجية¹.

- اتخاذ القرار الشرائي: هي الاجراء الذي يقوم المستهلكون من خلاله بجمع المعلومات، وتحليلها، والاختيار بين البدائل المختلفة (سلعة أو خدمة) لتحقيق أهداف معينة وحل مشكلة ما².

- يمكن تعريف اتخاذ القرار الشرائي على أنه: مجموعة من السلوكيات التي يقوم بها المستهلك أثناء بحثه عن المنتجات بغية إشباع حاجاته ورغباته، بحيث أن هذا القرار يتأثر بعوامل خارجية، وعوامل داخلية من شأنها تنبيهه لوجود الخدمات، وكذا إمداده بالمعلومات اللازمة، والضرورية من أجل المفاضلة بين الخدمات ومن ثم اتخاذ قرار الشراء³.

- عملية اتخاذ القرار الشرائي: هي مجموعة من الإجراءات والعوامل الديناميكية التي تبدأ بتحديد الحافز للعمل وينتهي بالتزام محدد بالعمل⁴.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن قرار الشراء هو عملية اختيار البديل من بين عدة البدائل لتحقيق أقصى اشباع.

الفرع الثاني: المشاركون في قرار الشراء: يمكن تقسيمها الى⁵:

¹ معراج هواري، وريان أمينة، وآخرون، سياسات وبرامج ولاء الزبون وأثرها على سلوك المستهلك، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2013، ص: 184.

² قطاف مبخوت، ومجايوي عبد الحفيظ، أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء، دراسات اقتصادية، المجلد 17، العدد 01(2023)، ص: 704.

³ رحيل سعدي، تأثير الإعلان عبر الانترنت على اتخاذ قرار الشراء لدى زبائن المؤسسة الخدمية (دراسة عينة من متعاملي الهاتف النقال في الجزائر)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة تيبازة، 2023/2022، ص: 82.

⁴ Lambros G Laios and Socrates J Moschuris, The influence of enterprise type on the purchasing decision process, International Journal of Operations Production Management, Vol. 21 No. 3, 2001, p:355

⁵ معراج هواري، وريان أمينة، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 184.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

1- أطراف مؤثرة في قرار الشراء "الوالدين، الأقارب، الأصدقاء".

2- متخذو القرارات الشرائية.

3- منفذو عملية الشراء أخيرا المستعملون أو المستهلكون

بالإضافة الى ذلك هناك من قسمها الى¹:

- صاحب المبادرة: هو الشخص الأول الذي يفكر أو يقترح فكرة شراء المنتج.

- المؤثر على القرار: هو الشخص الذي يؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على قرار النهائي للشراء.

- الذي يتخذ القرار: وهو الشخص الذي يرجع إليه التحديد النهائي بالنسبة للجزء أو الكل.

- المشتري: وهو الشخص الذي يقوم بالشراء بمعنى الكلمة.

- المستعمل: وهو الشخص الذي يستهلك أو يستعمل المنتج أو الخدمة.

كما تصنف أدوار الشراء الى²: لقد أوضح فليب كوتلر في كتابه خمسة أدوار لعملية الشراء وهي على النحو التالي:

أ-المبادر: وهو أول شخص يقترح أو يفكر في شراء سلعة معينة، ويمكن أن يكون أحد أفراد الأسرة، أو صديق أو زميل في مكان الإقامة أو العمل.

ب-المؤثر: وهو الشخص الذي يمكنه التأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة صريحة أو ضمنية على قرار الشراء مثل قناة المشاهير الذين يقومون بالإعلان عن سلعة معينة في شاشة التلفزيون.

ج-المقرر: هو الشخص الذي يتخذ بصورة نهائية قرار الشراء، أو عدمه ماذا نشترى؟ متى وكيف؟ ويكون هنا مقرر الشراء مستهدف من طرف الترويجية والاعلانية.

د-المشتري: هو الشخص الذي يقوم بعقد صفقة الشراء الفعلي مهما كان حجمها.

هـ-المستخدم: هو الشخص الذي يستهلك، يستخدم السلع (ومنع الخدمة) لحظة أن تجتمع كل الأدوار السابقة في شخص واحد كما قد تتفرق حسب نوع المستهلك والسلوك.

¹ قطاف مبخوت، ويجياوي عبد الحفيظ، مرجع سبق ذكره، ص:705.

² معراج هواري، وريان أمينة، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 185.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

الفرع الثالث: دوافع الشراء:

يمكن تعريف الدافع على أنه: المحرك الذي يدفع سلوك الإنسان باتجاهه، نتيجة لتعرضهم لمنبهات بيئية مختلفة لإشباع

حاجات، ورغبات مشبعة ولتقليل حاجة التوتر الجسدي، والعاطفي ويمكن تقسيم الدافع إلى¹:

أ- **الدوافع الأولية:** هي عبارة عن شعور الفرد بأنه بحاجة لسلوك معين فيخذ قرار الشراء تلك السلعة دون الالتفات الى اللون، الحجم، الماركة، والسعر.

ب- **الدوافع الانتقائية:** يقوم المستهلك باتخاذ مجموعة قرارات فرعية تتعلق بالجودة، اللون، الحجم، السعر، هذه الدوافع تتعلق بانتقاء صنف من الأصناف المعروفة في السوق التي تشبع حاجات المستهلكين الأوليين.

ج- **دوافع التعامل:** يقوم المستهلك باختيار متجر دون غيره ذلك لسبب ما يوفره ذلك المتجر من تسهيلات، وتنفيذ دراسة هذا النوع من الدوافع في اقتناع المستهلك بالشراء من مصدر معين دون غيره.

د- **الدوافع العقلانية الرشيدة:** إن قرار الشراء حسب هذه الدوافع بعد دراسة دقيقة للأمور المتعلقة بالشراء أسبابه النفعية المحسوسة.

هـ- **الدوافع العاطفية:** ويقصد بها الدوافع الناتجة عنه حسب التقليد ومجارات الغير وحب الرفاهية.

مطلب الرابع: أنواع قرار الشراء، مراحل اتخاذه، أهم العوامل المؤثرة فيه

بعدما تعرفنا على ماهية القرار الشراء سنتطرق الى أنواع القرار الشرائي ومراحل اتخاذه القرار الشرائي والعوامل

المؤثرة في اتخاذه القرار الشرائي.

الفرع الأول: أنواع القرارات الشرائية: تتمثل في نوعين أساسيين وهما²:

أولاً: **القرار الشرائي العاطفي:** هو القوى التي تدفع الزبون الى شراء المنتجات دون تقييم موضوعي لإمكاناته المادة، بل قد يتصرف لمجرد تقليد آراء الجماعات المرجعية التي تنتمي إليها، أو أنه يشتريها لمجرد انبهاره بالمظهر الخارجي أو لون أو حجم العبوة،

¹ معراج هواري، وريان أمينة، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 186-187.

² رزقي حياة ورشام كهيبة، أثر رضا الزبائن على اتخاذه القرار الشرائي من وجهة نظر زبائن وكالة النجاح للسياحة والأسفار بولاية البويرة، مجلة المؤسسة، المجلد 11، العدد 01(2022)، ص: 117.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

لذلك فإن القرار الشرائي يكون عفويا بدون تفكير أو دراسة أو مجرد التقليد وحب الظهور.

ثانيا: **القرار الشرائي العقلاني:** تكون دوافع الشراء عقلانية إذا بنى قرار الشراء على أساس من التحليل ودراسة جميع العوامل المرتبطة بقرار شراء منتج ما.

بالإضافة الى أنواع أخرى¹:

أ- **الروتيني:** وهي قرارات شراء متكررة للسلع والخدمات ذات أسعار منخفضة نسبيا وذات ارتباط منخفض لان المستهلك ينفق القليل من الوقت والتفكير والبحث قبل القيام بعملية الشراء.

ب- **المحدود:** يحدث هذا النوع من القرارات عندما يكون للمستهلك تجربة سابقة عن المنتج والذي يختلف عن العلامات الأخرى الموجودة يرتبط هذا القرار بمستوى ارتباط منخفض ولكن أعلى من القرارات الروتينية، لان المستهلك يبدل المزيد من البحث عن المعلومات وملاحظة البدائل.

ج- **الواسع:** يحدث هذا النوع عندما يشتري المستهلك منتجات مرتفعة الثمن وغير متشابهة تختلف في خصائصها، او شراء منتج لأول مرة وتعد هذه العملية من قرارات المعقدة ويكون مستوى ارتباط المستهلك عالي فالمستهلك يرغب في اتخاذ القرار الصحيح فعليه البحث عن المزيد من المعلومات.

الفرع الثاني: مراحل اتخاذ القرار الشرائي

يمر الزبون بسلسلة من المراحل قبل اتخاذ قرار الشراء هي²:

أولا: **الإحساس أو الشعور بالحاجة:** يدرك الزبون أن لديه حاجة غير مشبعة وذلك عند شعوره باختلاف بين حالته الفعلية وحالته المرغوبة، هذا ينشأ عن طريق منبه داخلي يؤدي الى حفزه لإشباع هذه الحاجة.

ثانيا: **البحث عن المعلومات:** بعد أن يدرك المستهلك وجود حاجة معينة لديه، فإنه يقوم بجمع المعلومات عن السلع والعلامات التجارية التي يشعر بحاجته اليها.

¹ أنيس أحمد عبد الله، إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون، دار جنان للنشر والتوزيع، ص:107.

² رزقي حياة، ورشام كهينة، مرجع سبق ذكره، ص:117.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

ثالثا: تقييم البدائل: ولكي يقوم المستهلك باتخاذ القرار الشرائي النهائي، فإنه يستخدم عدة معايير في تقييم البدائل المتاحة أمامه لاختيار السلعة أو الخدمة، ومن هذه المعايير صمعة العلامة التجارية، سعر السلعة، جودة السلعة، تأثير الأصدقاء والأهل.

رابعا: القرار الشرائي: في هذه المرحلة يتخذ المستهلك قراره بالشراء، أو عدم الشراء.

خامسا: تقييم ما بعد الشراء: يقوم المستهلك في هذه المرحلة بتقييم السلعة أو الخدمة التي تحصل عليها، ثم يتبع ذلك الشعور بحالة الرضا أو عدم الرضا، وأحيانا فإن شعور المستهلك بعدم الرضا لا يحدث مباشرة بعد شراء السلعة خاصة إذا تم استخدام السلعة بعد فترة.

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار الشرائي: تتأثر عملية اتخاذ القرار الشرائي بمجموعة من العوامل المتمثلة فيما يلي:

3-1 طبيعة المشتري: مما لا شك فيه أن طبيعة المشتري من الأمور ذات التأثير في اتخاذ القرار الخاص بشراء سلعة أو خدمة معينة، وتباين طباع المشتريين وفقا لمجموعة من المعايير المتعلقة بالشخصية والبيئة الاجتماعية والمؤثرات الثقافية والاقتصادية في المجتمع.

3-2 طبيعة السلعة وخصائصها: تؤثر خصائص السلعة بشكل مباشر على قرار المستهلك وفقا لجودتها وسعرها والخدمات التي يؤديها المنتج.

3-3 طبيعة وخصائص الباعة: يتأثر المشتري في كثير من الأحيان، وخاصة في حالات تقديم الخدمات بالمنتج والبائع.

3-4 طبيعة وخصائص الموقف الشرائي: هناك العديد من الظروف التي تؤثر في الموقف الشرائي وتحدد بالتالي تصرف البائع والمشتري في مقدمتها مدى ضغط الوقت وارتباطه بالحاجة الى السلعة أو الخدمة¹.

¹ رزقي حياة، ورشام كهينة، مرجع سبق ذكره، ص: 117.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

من خلال البحث الواسع في الدراسات السابقة لموضوع تبني المؤسسة الخدمية لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار

الشرائي قمنا بتقسيم المبحث الى ثلاث أربع مطالب وتم الاطلاع على الدراسات التالية:

المطلب الأول: دراسات السابقة المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني: تمثلت في:

1- دراسة (طالبى سميرة وبن عبد العزيز سمير، 2023)، بعنوان: دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية

دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار:

هدفت هذه الدراسة الى ابراز دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية، بطرح الإشكالية ما مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية وذلك من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي الاحصائي. اقتصرت الدراسة على التطور التكنولوجي الذي ساعد كثيرا في إنشاء وسائل الدفع جديدة وانتشارها بسرعة هائلة، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم اجراء مقابلة مع مجموعة من الموظفين على مستوى مديرية الوحدة البريدية لولاية بشار، حيث خلص هذا البحث الى أن لوسائل الدفع الحديثة دور وأهمية كبيرة في تطوير وتفعيل التجارة الإلكترونية، بالإضافة الى تسهيل وتحسين المعاملات المالية بين المتعاملين وكذا بين المؤسسات المالية المصرفية¹.

2- دراسة (ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، 2022)، بعنوان: وسائل الدفع الإلكترونية بين النظرية والتطبيق-دراسة

حالة البنك الخارجي الجزائري وكالة الشلف:

هدفت الدراسة الى التعرف على أنواع وسائل الدفع الإلكترونية، والوقوف على واقع اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري وكالة الشلف ذلك باتباع المنهج الوصفي تحليلي وبتحليل الإشكالية ما واقع اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري وكالة الشلف؟ توصلت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها: وسائل الدفع الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري تقتصر فقط على البطاقات البنكية أما باقي وسائل التعامل بالنقود والمحافظ الكترونية غير متوفرة لكونها مازالت متأخرة في اعتماد وسائل الدفع الحديثة مقارنة بالبلدان العربية والغربية وذلك راجع لمجموعة من التحديات مفادها ضعف البنية التحتية التكنولوجية في الجزائر و مخاطر التعامل بمثل هذه العملات².

¹ طالبى سميرة، بن عبد العزيز سمير، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية-دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار-مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد11، العدد03، مارس 2023.

² ديدوش هاجرة، وحريري عبد الغني، وسائل الدفع الإلكترونية بين النظرية والتطبيق-دراسة حالة البنك الخارجي وكالة الشلف، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد13، العدد2(2022).

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

3-دراسة (جودي نبيل وصبيحي زكرياء، 2022) بعنوان: دور أنظمة الدفع الالكترونية في تحسين المعاملات المصرفية

دراسة حالة- بنك السلام فرع ورقلة

هدفت دراسة الى التعرف على وسائل الدفع الالكتروني واليات عملها، ومعرفة مدى استجابة بنك السلام للتطورات الحاصلة في المجال المصرفي من خلال طرح الإشكالية ماهي انعكاسات نظام الدفع الالكتروني على تحسين المعاملات المصرفية؟ المنهج المتبع الوصفي التحليلي.

توصلت الدراسة الى أن بنك السلام شهد تطورات عديدة من تكنولوجيا حديثة من خلال تحديث نظام الدفع وتحسين الخدمات التي يقدمها بإصدار وسائل وأنظمة دفع جديدة كبطاقة الائتمان وغيرها¹.

4-دراسة (شيباني ريان وبن راس نجمة ريان، 2022)، بعنوان: أثر وسائل الدفع الالكتروني على الأداء المالي للبنك

-دراسة حالة بينك الفلاحة والتنمية الريفية BADR:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز أثر وسائل الدفع الالكتروني على الأداء المالي للبنك وهذا ما دفع البنوك الى تبنيها وجعلها كنظام الكتروني يساعده في تفعيل وتحسين أدائه البنكي حيث تم اختيار عينة من بنك الفلاحة وكالة ورقلة مستعملين المنهج الاستنباطي الاستقرائي، وقد تم الاعتماد على أدوات التحليل الاحصائي وبرنامج spss v25 لإبراز الأثر الذي تلعبه وسائل الدفع الالكتروني، وتوصلت الدراسة لوجود علاقة بين الوسائل الدفع الالكتروني بالأداء المالي وخاصة في مؤشر خفض التكاليف².

5-دراسة (كواشي حنان، 2022)، بعنوان: واقع وأفاق تعميم استخدام وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر خلال

الفترة 2021/2016:

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن واقع وتحديات وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر وذلك بمعالجة مجموعة من الاحصائيات المعبرة عن وضعية السداد الرقمي لهذا البلد قصد الاستفادة من تجارب بعض الدول العربية السبقة في هذا المجال من خلال طرح الإشكالية ما مدى استخدام وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر؟ وماهي أهم التحديات والصعوبات التي تواجه ذلك؟³

¹ جودي نبيل، وصبيحي زكرياء، دور أنظمة الدفع الالكترونية في تحسين المعاملات المصرفية-دراسة حالة-بنك السلام فرع ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2022.

² شيباني ريان، وبن راس نجمة ريان، أثر وسائل الدفع الالكتروني على الأداء المالي للبنك دراسة حالة بينك الفلاحة والتنمية الريفية BADR ، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2022.

³ كواشي حنان، واقع افاق تعميم استخدام وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر خلال الفترة 2021/2016، أطروحة دكتوراه ل م د، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2022/2021.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن تفعيل الدفع الإلكتروني يتطلب اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال باعتبارها بنية أساسية وعصرية الأدوات التي تساعد على تسوية مختلف المعاملات المالية بطريقة الية.

6- Study (Marwah Naeem, Methaq Hameed, and Mustafa Sabah Taha,2019), Titled: A study of electronic payment system:

الهدف من الدراسة هو دراسة الوعي المتزايد المتعلق بالمفاهيم المختلفة المرتبطة بأنظمة الدفع الإلكتروني من خلال استخدام البرامج كمنصة خدمة، فالمستهلكين يكشفون في كثير من الأحيان عن البيانات السرية التي تخصهم عبر الانترنت مثل أسمائهم، تفاصيل حول بطاقتهم اثناء تعاملاتهم عبر الانترنت عن طريق الدفع لذا يجب على المستهلك أن تكون لديه معرفة كبيرة بوسائل الدفع الإلكتروني وكل ما يخص التعاملات عبر الانترنت، أو ما يتم الكترونياً، حيث تم فحص أنظمة الدفع الإلكتروني من وجهات نظر مختلفة تتعلق بالأمن مع توفير المعرفة المعززة للمستهلك والرضا.

توصلت الدراسة الى أن طرق الدفع تنفيذها الكترونياً ومن ثم فحص أحدث الأبحاث الحالية للحصول على الفهم الناقد لطرق الدفع المستخدمة الكترونياً¹.

7-- Study (Awais Ahmed, Abdul Aziz, Muhammad Muneeb,2019), Titled: Electronic payment system: A complete guide:

تهدف هذه الدراسة الى تعريف القارئ بالدفع الإلكتروني وتحديث القارئ بأحدث ما توصل اليه نظام الدفع الإلكتروني والاتجاهات المستقبلية نحو استخدام المستخدمين لأنواع وسائل الدفع الإلكتروني، وتعد البطاقات الخضم وبطاقات الائتمان والشيك والمحفظة الإلكترونية من خيارات الدفع الإلكتروني وراء القبول الجديد حيث تزداد قيمة المدفوعات عبر الانترنت من خلال التحويلات والمدفوعات عبر البطاقات فيزا وماستر كارد وبطاقات الذكية الخيار الأول لكل فرد أو مؤسسة بالإضافة لاعتماد نظام الدفع على العوامل الثلاثة الأساسية التكلفة ووقت والأمان.

وخلصت النتيجة الى استخدام أجهزة التكنولوجيا الرقمية لإجراء المعاملات عبر الانترنت، وتحسين الأداء والجودة في البلدان النامية، وطريقة الدفع التي ينبغي استخدامها بالنسبة لمستخدمها².

¹ Marwah Naeem, Methaq Hameed, and Mustafa Sabah Taha, A study of electronic payment system, International Symposium on Engineering and Technology (ISETech) 2019

² Awais Ahmed, Abdul Aziz, Muhammad Muneeb, Electronic payment system payment system, Journal of Multidisciplinary Sciences, 2019, www.multidisciplines.com.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

8- Study (Rassule Hadidi, Jatupol Siripaiboon,1999), Titled: A Comparative

Evaluation of Electronic Payment Systems:

تهدف الدراسة الى المقارنة وخصائص التباين والمزايا والقيود لأنظمة الدفع الإلكترونية الأكثر استخداما، فقد لاحظ الاقتصاد نمو متزايد نحو استخدام الانترنت والتوجه لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني من طرف العديد من الأفراد والشركات فأنظمة الدفع والتسوية القائمة على انترنت جزء لا يتجزأ من ممارسة الاعمال التجارية عبر الانترنت، كما أن نمو الاعمال الإلكترونية يعتمد بشكل كبير على تطور أنظمة الدفع الإلكترونية. وتوصلت نتيجة البحث الى اعتبار البطاقات الائتمانية هي الأكثر استعمالا، وأن البطاقات الذكية من الأنظمة الإلكترونية المعتمدة ومن أكثر الأنواع الإلكترونية تطورا¹.

المطلب الثاني: دراسات سابقة متعلقة بقرار الشراء: شملت الدراسات التالية:

1-دراسة (قطاف مبخوت، يحياوي عبد الحفيظ،2023)، بعنوان: أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء وذلك من خلال طرح إشكالية ما مدى تأثير الإعلان على القرار الشرائي؟ حيث تم الاعتماد على استبانة وجهت لعينة من زبائن مكونة من 50 مفردة، بناء على مخرجات البرنامج الاحصائي **spss** باعتبار الإعلان كمتغير مستقل والقرار الشرائي متغير تابع توصلت الدراسة الى أن هناك دور للإعلان الإلكتروني على قرار الشراء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي².

2- دراسة (رحيل سعدي، 2023)، بعنوان: تأثير الإعلان عبر الانترنت على اتخاذ قرار الشراء لدى زبائن المؤسسة الخدمية (دراسة عينة من متعملي الهاتف النقال في الجزائر):

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على تأثير الإعلان عبر الانترنت بمختلف أبعاده على اتخاذ القرار الشراء لدى متعملي الهاتف النقال من خلال طرح الإشكالية التالية ما مدى تأثير الإعلان عبر الانترنت في اتخاذ قرار الشراء لدى زبائن متعملي الهاتف النقال في الجزائر؟ من اجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، تم استخدام استبيان الكتروني وتم معالجة 404 استمارة لزبائن متعملي الهاتف النقال باستعمال برنامج **spss**، تم التوصل للنتائج التالية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الإعلان عبر انترنت بأبعاده الثلاثة واتخاذ القرار الشراء لدى زبائن الهاتف النقال ويوجد تأثير إيجابي بين متغيرين دراسة³.

¹ Rassule Hadidi, Jatupol Siripaiboon, A Comparative Evaluation of Electronic Payment Systems, Department of Management Information Systems, University of Illinois at Springfield, December 1999.

² قطاف مبخوت، ويحياوي عبد الحفيظ، أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء، دراسات اقتصادية، المجلد 17، العدد 01(2023).

³ رحيل سعدي، تأثير الإعلان عبر الانترنت على اتخاذ قرار الشراء لدى زبائن المؤسسة الخدمية (دراسة عينة من متعملي الهاتف النقال في الجزائر)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة تيبازة، 2022/2023.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

3- دراسة (رزقي حياة، رشام كهينة، 2022)، بعنوان: أثر رضا الزبائن على اتخاذ القرار الشرائي من وجهة نظر زبائن وكالة النجاح للسياحة والأسفار بولاية البويرة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة تأثير رضا الزبائن على اتخاذ القرار الشرائي من خلال دراسة عينة زبائن وكالة النجاح للسياحة والاسفار لولاية البويرة من خلال طرح الإشكالية ما مدى تأثير رضا الزبائن على اتخاذ القرار الشرائي من وجهة نظر زبائن وكالة النجاح للسياحة والاسفار لولاية البويرة؟ تم توزيع 90 استبانة وبعد تحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية تم التوصل الى أن هناك علاقة أثر لرضا الزبائن ببعديه (تلبية احتياجات الزبائن والثقة) على اتخاذ القرار الشرائي لدى الزبائن¹.

المطلب الثالث: الدراسات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي: نذكر أهمها:

1-دراسة (منيرة بوخالفة ونهى بوخالفة، 2023)، بعنوان: اتجاهات المستهلكين نحو تبني خدمات الدفع الإلكتروني -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر -ورقلة:

هدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات المستهلكين نحو تبني خدمات الدفع الإلكتروني بالإضافة الى دراسة العلاقة بين المتغيرين الدراسة بطرح الإشكالية الى أي مدى تؤثر خدمات الدفع الإلكتروني في اتجاهات زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر وكالة ورقلة؟ تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واعتماد على الملاحظة والاستبيان ومعالجة الإحصائية، وخلصت الدراسة لوجود مستوى مرتفع من مفهوم اتجاهات المستهلكين لدى زبائن نظرا لاهتمام المؤسسة بهذه العوامل، العلاقة الارتباطية بين اتجاهات المستهلكين كمتغير مستقل، وخدمات الدفع الإلكتروني كمتغير تابع علاقة ارتباطية طردية².

2-دراسة (شقنان محمد، 2022) بعنوان: مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني دراسة تحليلية لآراء عينة من حاملين البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بالأغواط:

تهدف هذه الدراسة الى محاولة تقييم مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في المؤسسات المالية الجزائرية بصياغة الإشكالية التالية: الى أي مدى ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني المتاحة في مؤسسة بريد الجزائر؟ حيث تم اختيار مؤسسة بريد الجزائر كعينة للدراسة من خلال اجراء دراسة على عينة من زبائن بريد الجزائر والحاملين للبطاقة الذهبية بالأغواط تحديدا شملت الدراسة 350 زبون محل دراسة وبالاعتماد³

¹ رزقي حياة ورشام كهينة، أثر رضا الزبائن على اتخاذ القرار الشرائي من وجهة نظر زبائن وكالة النجاح للسياحة والأسفار بولاية البويرة، مجلة المؤسسة، المجلد 11، العدد01(2022).

² منيرة بوخالفة، ونهى بوخالفة، اتجاهات المستهلكين نحو تبني خدمات الدفع الإلكتروني-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر-ورقلة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2023/2022.

³ شقنان محمد، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني-دراسة تحليلية لآراء عينة من حاملين بطاقة الذهبية لبريد الجزائر بالأغواط، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد06، العدد: 02، 2022.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

على البرنامج الاحصائي spss لتحليل بيانات الاستبيان خلصت نتائج الدراسة الى أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني.

3-Study (Malak Mohammad Ghaith, Yahya Mohammad Ghaith,2022), Titled: Impact of E-Payment System on Consumer Buying behaviour: A study in Jordan

تهدف هذه الدراسة الى استكشاف المعرفة بأنظمة الدفع الإلكتروني في الأردن دراسة تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني على سلوك المستهلك بطرح الإشكالية: ماهي تأثيرات اعتماد العملاء على وسائل الدفع الإلكتروني؟ حيث يمكن للعملاء الدفع مقابل الخدمات من خلال الوسائل الإلكترونية باستخدام نظام الدفع الإلكتروني، حيث تتمثل خدمات الدفع عبر انترنت في المحافظ الإلكترونية وتحويلات المصرفية عن طريق بطاقات الخصم وبطاقات الائتمان، الشيكات وغيرها من خدمات وسائل الدفع الإلكتروني.

خلصت الدراسة على أنه توجد علاقة ارتباطية بين الدفع الإلكتروني ورضا العملاء في منطقة البحث، ويجب الغاء

التركيز على المعاملات النقدية لصالح المعاملات الإلكترونية لأنظمة الدفع لتحقيق هذا الهدف¹.

4-دراسة (بابا بسمة، 2022)، بعنوان: دور أدوات الدفع الإلكتروني في رضا الزبون دراسة حالة عينة من زبائن بنك التنمية المحلية وكالة ورقلة:

تهدف الدراسة الى توضيح تأثير أدوات الدفع الإلكتروني على رضا الزبون بالنسبة للزبون وبالتحديد الأثر الذي يترك تغييره في رأيه بشأن اختياره لأداة معينة أو رغبته لاستعمال أدوات الدفع من خلال رضا الزبون بها من خلال طرح الإشكالية هل تؤثر أدوات الدفع الإلكتروني على رضا الزبون؟ تم دراسة 110 عينة باستخدام الأساليب الإحصائية تم التوصل الى وجود ارتباط إيجابي بين أدوات الدفع الإلكتروني ورضا الزبون، وقد خلصت الى أن أدوات الصرف الإلكترونية تحدث تأثيراً على رضا الزبون بالنسبة للزبون².

5-دراسة (عبد الكريم خليف ومحمد إسحاق حاجي، 2022)، بعنوان: دور وسائل الدفع الإلكتروني في التخفيف من أزمة السيولة المالية " دراسة حالة عينية من مستعملي البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بورقلة "

هدفت الدراسة الى معرفة دور وسائل الدفع الإلكتروني في التخفيف من أزمة السيولة في وولاية ورقلة بطرح الإشكالية هل هناك تأثير لدور وسائل الدفع الإلكترونية (البطاقة الذهبية) في التخفيف من أزمة السيولة المالية من طرف مستعمليها بولاية ورقلة؟ تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبانة باستعمال العينة العشوائية البسيطة لمستعملي البطاقة الذهبية

¹ Malak Mohammad Ghaith, Yahya Mohammad Ghaith, **Impact of E-Payment System on Consumer Buying behaviour A study in Jordan**, Article in Journal of Applied School Psychology, September 2022.

² بابا بسمة، دور أدوات الدفع الإلكتروني في رضا الزبون-دراسة حالة عينة من زبائن بنك التنمية المحلية وكالة ورقلة، مذكره ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2021/2022.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

لولاية ورقلة، خلصت الدراسة لوجود مستوى قبول مرتفع لاستخدام البطاقة الذهبية بالنسبة لمالكيها وتسهيلها للإجراءات المالية والمساهمة في التخفيف من أزمة السيولة¹.

6-دراسة (مهدي لطيفة، 2022) بعنوان: مدى إقبال المستهلك الجزائري على استخدام البطاقة الذهبية في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية بمديرية الوحدة البريدية ولاية بشار (2020):

هدف البحث هو إحصاء مدى استخدام سكنة المنطقة وضواحيها للبطاقة الذهبية خلال سنة 2020 مع تفشي وباء كوفيد 19، ومقارنتها بمدى الاستخدام في السنوات السابقة بطرح إشكالية مدى استخدام الفرد البشري للبطاقة الذهبية في ظل تفشي كورونا فيروس، وماهي العراقيل التي واجهته في ذلك؟

خلصت الدراسة الى أن استخدام البطاقة الذهبية في ارتفاع مما يعني تطور الخدمات والمعاملات المالية الا أنه واجه بعض الانتقاد من طرف الزبائن حول سوء الخدمة خلال فترة الحجر الصحي².

7-دراسة (سبع فايزة وبن يعقوب الطاهر، 2020)، بعنوان: العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الالكترونية -دراسة استطلاعية في مدينة البويرة :-

تهدف هذه الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة على اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو بطاقة الدفع الالكترونية، باستخدام النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتم طرح الإشكالية التالية: ماهي اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو بطاقة الدفع الالكترونية، وماهي العوامل المؤثرة عليها؟ ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تصميم وتوزيع استبانة على عينة ميسرة مكونة من 81 مستهلك مدينة البويرة، وتوصلت الدراسة باستخدام برنامج **spss** الى وجود اتجاهات إيجابية وقوية نحو بطاقة الدفع الالكتروني لدى عينة الدراسة، وأن الأداء المتوقع والجهد المتوقع هما أهم العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلكين، في حين كانت التأثيرات الاجتماعية العامل الأقل تأثيرا على اتجاهات المستهلكين³.

8-دراسة (عبد العزيز صحراوي وفائزة لعراف، 2020)، بعنوان: فعالية استخدام وسائل الدفع الالكترونية الحديثة

في الوقاية من جائحة كورونا covid-19 بطاقة الدفع الالكتروني (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجاً:

¹ عبد الكريم خليف ومحمد إسحاق حاجي، دور وسائل الدفع الالكتروني في التخفيف من أزمة السيولة المالية "دراسة حالة عينية من مستعملي البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بورقلة"، مذكرة Master أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2021/2022.

² مهدي لطيفة، مدى إقبال المستهلك الجزائري على استخدام البطاقة الذهبية في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية بمديرية الوحدة البريدية ولاية بشار نموذجاً سنة 2020، المجلد الثامن، العدد 01، أبريل 2022.

³ سبع فايزة وبن يعقوب الطاهر، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الالكترونية -دراسة استطلاعية في مدينة البويرة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1-الجزائر، المجلد 20، العدد 01، ديسمبر 2020.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

هدفت الدراسة الى معرفة مدى مساهمة وسائل الدفع الالكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا، وبعد معالجة

الإشكالية التالية: ما مدى مساهمة بطاقة الدفع الالكتروني (الذهبية) التي تطرحها مؤسسة بريد الجزائر في الوقاية من جائحة

كورونا covid-19؟ توصلت الدراسة الى أن استخدام خدمات الدفع الالكتروني التي تقدمها البطاقة الذهبية يساهم

في تجنب الاحتكاك والطوابير داخل مكاتب البريد ويشجع الناس على مكوث في منازلهم بإجراء المعاملات عن بعد كدفع فواتير تحويل الأموال ... الخ¹.

9-دراسة (لعلوي نواري و حماني عبد الرؤوف،2020)، بعنوان : مساهمة الدفع الالكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً :

هدفت الدراسة الى ابراز أهمية الدفع الالكتروني في مؤسسة بريد الجزائر من خلال البطاقة الذهبية ومساهمته في تعزيز الشمول المالي والوقاية من تفشي جائحة كورونا من خلاله تم طرح الإشكالية الى أي مدى يساهم الدفع الالكتروني من خلال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي والحد من انتشار جائحة كورونا؟ توصلت الدراسة الى أن البطاقة الذهبية لبريد الجزائر تساهم في تعزيز الشمول المالي من خلال جلب زبائن جدد نظراً لمزاياها العديدة، وسرعة الحصول عليها².

10- Study (Mehmet Akif Ersoy,2018), Titled: THE EFFECT OF CREDIT CARD

USAGE ON CONSUMER BEHAVIOR:

تهدف هذه الدراسة الى البحث عن العلاقة بين استخدام بطاقات الائتمان ونفقات الأسرة باستخدام اختبار

التكامل المشترك **ARDL** (الانحدار الذاتي الموزع) باستخدام البيانات الربع سنوية الفترات 2002-2015،

تم طرح الإشكالية: ما مدى تأثير استخدام بطاقة الائتمان على سلوك المستهلك؟

تعد بطاقة الائتمان أداة دفع حديثة ومهمة للمنتجين والبائعين من اجل التواجد في السوق والحفاظ على قوتهم في ظل

البيئة التنافسية، فهي أداة للمستهلكين لتسهيل معاملاتهم لها بنية ديناميكية على الرغم من قرار الشراء في المستهلك إلا أنه تبدأ

سلوكياته مع ظهور الحاجة لبطاقات الائتمان التي تقدمها البنوك لمستخدميها.

¹ عبد العزيز صحراوي وفائزة لعراف، فعالية استخدام وسائل الدفع الالكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا covid-19 بطاقة الدفع الالكتروني (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجاً، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13/العدد03(2020).

² لعلوي نواري، حماني عبد الرؤوف مساهمة الدفع الالكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر-البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً بحلة المشكاة في الاقتصاد التنمية والقانون، المجلد05، العدد 12، السنة: 2020.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

ووفقا للنتائج التي تم الحصول عليها، وجود علاقة طويلة الأمد مع الائتمان¹.

11-Study (Zlatko Bezhovski,2016), Titled: The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System:

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على خدمات الدفع عبر الهاتف النقال من خلال انترنت من اجل تعزيز الرقمنة في عمليات الدفع وتوفير خيارات متنوعة للدفع الالكتروني بما في ذلك الائتمان والخصم والمحافظ الالكترونية والنقد الالكتروني وطرق دفع بدون تلامس وغيرها من الخدمات، وركزت هذه الدراسة على الدفع عبر الهاتف النقال والعوامل المؤثرة في اعتماد طرق الدفع بواسطة الهاتف النقال من قبل المستهلكين بما في ذلك ما توفره هذه الأجهزة الالكترونية من الامن والراحة. وخلص البحث الى أن أنظمة الدفع الالكتروني عبر الهاتف المحمول متوفرة، ويجب النهوض بالسوق عبر الهاتف النقال والتركيز على العوامل التي يمكن أن تساهم في نجاح اعتماد طرق الدفع الالكتروني عبر الهاتف المحمول².

المطلب الرابع: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

سنحاول في هذا المطلب تقديم مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة (العربية والأجنبية)، واستخراج

أوجه الشبه والاختلاف بينهما.

أولا: أوجه الشبه:

- المنهج المستعمل: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لكلا الدراسات (الحالية والسابقة).
- أداة جمع البيانات: اعتمدت كل من الدراسة الحالية والدراسات السابقة على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات.
- أداة تحليل المعلومات: تم اعتماد على برنامج الاحصائي **spss** كأداة لتحليل المعلومات لكل الدراسات الحالية والسابقة.

ثانيا: أوجه الاختلاف: بالرغم من أوجه الشبه الا أنه لا تخلو من الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة

من حيث المكان، الزمان، العينة، المتغيرات، أبعاد.

¹ Mehmet Akif Ersoy, **THE EFFECT OF CREDIT CARD USAGE ON CONSUMER BEHAVIOR**, Article in International Journal of Eurasia Social Sciences · June 2018.

² Zlatko Bezhovski, **The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System**, European Journal of Business and Management, Vol.8, No.8, 2016.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

1- من حيث الزمان والمكان:

- الدراسة الحالية: تمت الدراسة الميدانية في مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر لولاية ورقلة.
- الدراسات السابقة: تمت الدراسة في بيئة عربية مثل: دراسة عبد العزيز صحراوي وفايزة لعرف (2020)، وأجنبية مثل: دراسة Mehmet Akif Ersoy (2018) وكانت في السنوات ما بين 1999-2023.

2- من حيث العينة: الدراسة الحالية تناولت 100 عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر لحاسي مسعود.

- الدراسات السابقة تناولت عينات مختلفة أقل مثل: دراسة سبع فايزة وين يعقوب الطاهر (2020) تناولت 81 عينة وأكبر من الدراسة الحالية مثل: دراسة بابا بسمة (2022) تناولت 110 عينة.

3- من حيث متغيرات الدراسة: هدفت هذه الدراسة الحالية الى معرفة تبنى مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني

- وأثره على القرار الشرائي، أما الدراسات السابقة فتناولت متغيرات مختلفة منها: رضا زبون، المستهلك، سلوك الشرائي، وسائل الدفع الإلكتروني، اتجاهات المستهلكين، تكنولوجيا معلومات والاتصال الخ.

4- من حيث أبعاد متغيرات الدراسة: تناولت الدراسة الحالية أبعاد للمتغير المستقل والمتمثل في وسائل الدفع

- الإلكتروني، والمتغير التابع قرار الشرائي، أما الدراسات السابقة تناولت أبعاد مختلفة لكلا المتغيرات المستقلة والتابعة.

ثالثا: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة

- تعتبر الدراسات السابقة نقطة قوة وقاعدة أساسية في البحث وانطلاقة جيدة للبحث لإعداد الدراسة الحالية وخاصة عند تحديد المشكلة.
- ساهمت في الاثراء الفكري والإداري للجانب النظري لدراسة وصياغة واعداد الجانب التطبيقي.
- ساعدت في إعطاء صورة أولية ونظرة شاملة وكاملة لموضوع الدراسة مما سهل في الانطلاق للدراسة الحالية.
- ساهمت بشكل كبير في تصميم الاستبيان لمتغيري الدراسة وأيضا في تحديد المنهجية الملائمة مما فتح المجال في اعداد المنهجية المتبعة.
- ساعدت البحث في صياغة الفرضيات المساعدة في الاطلاع على الأساليب والأداة الإحصائية المستخدمة في الدراسة السابقة مما ساعد على تحديد الأداة المناسبة لاختبار صحة الفرضيات الدراسة الحالية.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل بداية من المبحث الأول الذي تضمن مفاهيم أساسية حول وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي ووصولاً إلى المبحث الثاني الذي تطرقنا فيه إلى دراسات سابقة لموضوع الدراسة، توصلنا إلى أن تطبيق وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في بريد الجزائر أصبحت ضرورة ملحة لمسايرة المستجدات والتطورات الحاصلة في البيئة العالمية، وقد اتخذت وسائل الدفع عدة أشكال: كالبطاقات الذكية، والمحافظ الإلكترونية، والشيك الإلكتروني، والنقود الإلكترونية، وبطاقات الائتمان، وبطاقات الخصم، البطاقة الذهبية التي تمثل محور الأساسي لموضوع الدراسة.

واقع تبني مؤسسة

بريد الجزائر لوسائل

الدفع الالكتروني وأثره

على القرار الشرائي

تمهيد:

بعد تطرقنا في الجزء الأول لمفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي من أجل فهم متغيرات الدراسة

وأهم الأمور المتعلقة بها، تأتي الدراسة الميدانية لتأكيد ما تم طرحه في الدراسة النظرية.

حيث سيتم في هذا الفصل دراسة واقع تبني المؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي من خلال

البطاقة الذهبية لبريد الجزائر كوسيلة من وسائل الدفع الالكتروني، وذلك من خلال اجراء مقابلة مع مسؤولين البطاقة الذهبية لبريد

الجزائر، وكذا اجراء دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي البطاقة الذهبية لدائرة حاسي مسعود ولاية ورقلة عن طريق الاستبيان

ويتم معالجتها باستعمال مجموعة من الأدوات الإحصائية اعتمادا على برنامج spss.

تضمن هذا الفصل مبحثين:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية.

المبحث الثاني: تحليل ومناقشة النتائج

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة

يحتوي هذا المطلب على فرعين الأول تقديم مؤسسة محل الدراسة، والثاني: تحديد أساليب الدراسة

الفرع الأول: تقديم مؤسسة الدراسة:

وضعت مؤسسة بريد الجزائر مسألة رقمنة الخدمات في صلب استراتيجياتها من خلال برامج تطوير وعصرنة الخدمات المالية البريدية، وكذا الخدمات النقدية والخدمات المتنوعة التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر لشرائح واسعة من المجتمع. أولاً: تعريف مؤسسة بريد الجزائر: هي مؤسسة عمومية وطنية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال

المالي، تحكمها القوانين والتنظيمات السارية، لاسيما القانون 18-04 المؤرخ في 10 ماي 2018 المحدد القواعد العامة للبريد والاتصالات الالكترونية، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 02-43 المؤرخ في 14 جانفي 2022، المتضمن انشاء بريد الجزائر وتمنح النشاطات الخاضعة لنظام الحصرية للمتعامل بريد الجزائر بموجب أحكام القانون 18-04 سالف الذكر.

ثانياً: الخدمات المقدمة من طرف بريد الجزائر: قدم بريد الجزائر لفائدة المواطنين مجموعة من الخدمات البريدية المتمثلة في:

أ- الخدمات المالية البريدية: تتمثل الخدمات المالية البريدية التي يقدمها بريد الجزائر فيما يلي:

- فتح واستغلال حساب جاري بريدي، العمليات المتاحة على الحساب الجاري البريدي، الخدمات المرتبطة بالحساب الجاري البريدي، غلق حساب الجاري البريدي، الحوالات وتحويل الأموال، خدمة الادخار للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، الخدمات الجوية، خدمة حوالتك، تحويل من حساب جاري بريدي الى حساب جاري بريدي بواسطة صك بريدي، خدمات التطبيق الهاتفي بريد موب، خدمات تطبيق ECCP، خدمة بريد pay.

للاطلاع ومعرفة الإجراءات الخاصة بهذه خدمات عبر الرابط <https://www.poste.dz/services/professional>

ب- الخدمات النقدية المتعلقة بالبطاقة الذهبية: يمكن لصاحب حساب جاري بريدي البطاقة النقدية (الذهبية) الاستفادة

من الخدمات النقدية التي تقدمها من خلال الاطلاع على الرابط <https://www.poste.dz/services/particular>

ج- خدمات الرسائل والطرود: تجدون جميع المعلومات الخاصة بخدمات الرسائل والطرود التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر¹

¹ <https://www.mpt.gov.dz/>

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

عبر الرابط <https://www.poste.dz/customer>.

ثالثا: تعريف البطاقة الذهبية (نموذج الدراسة): هي بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV¹

(يوروباد- ماستركارد-فيزا)، تحمل الرسم البياني لبريد الجزائر، ويمكن لحامل هذه البطاقة أن يجرى مختلف العمليات بواسطتها كعملية سحب الأموال، العمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية، وعمليات دفع الأموال عبر نهائيات الدفع الالكتروني.

- تجدر الإشارة الى أن مؤسسة بريد الجزائر تحرص على مرافقة المؤسسات التجارية من اجل خدمة شريحة واسعة ومهمة

من زبائن الحاملين للبطاقة الذهبية، أي أن خدمة الدفع الالكتروني دخلت حيز التنفيذ على مستوى ولاية ورقلة عبر شبائيك مؤسستي اتصالات الجزائر، وموبيليس في انتظار تعميمها على مستوى باقي مؤسسات كسونلغاز، الجزائرية للمياه، الخطوط الجوية، وغيرها من المؤسسات التجارية الخاصة.

3-1 الخدمات التي تقدمها البطاقة الذهبية: تسمح بطاقة الدفع الالكتروني "الذهبية" بإجراء المعاملات التالية في كل أرجاء

القطر الجزائري:

أ- عند استعمالها عبر الشبائيك البنكية الالية:

- سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية.

- الخدمة الذاتية البنكية: الاطلاع على رصيد الحساب، طلب اعداد كشف مصغر عن العمليات ال10 الأخيرة التي

تم اجراؤها بواسطة البطاقة، طلب دفتر صكوك.

- تحويل الأموال.

- دفع الأموال.

-تسديد الفواتير.

- تعبئة رصيد الهاتف النقال.

ب- عند استعمالها عبر أجهزة اخال رقم التعريف الشخصي بمكاتب البريد:

- تحديد هوية الزبون لتمكينه من سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية.

¹ المديرية العامة لبريد الجزائر، مديرية الوحدة الولائية لبريد ورقلة.

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

- سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية.

- الاطلاع على رصيد الحساب.

ج- عند استعمالها عبر نهائيات الدفع الالكتروني بالمتاجر:

- دفع وتسديد قيمة المشتريات و /أو الخدمات

- تعبئة رصيد الهاتف النقال.

د- عند استعمالها عبر الهاتف النقال:

- دفع وتسديد قيمة المشتريات و /أو الخدمات.

- تسديد الفواتير .

- تعبئة رصيد الهاتف النقال.

- طلب اعداد كشف مصغر عن العمليات ال10 الأخيرة التي تم اجراءها بواسطة البطاقة.

هـ- عند استعمالها عبر مواقع التجارة الالكترونية:

- دفع وتسديد قيمة المشتريات و /أو الخدمات.

- تسديد الفواتير .

بالإضافة الى خدمات أخرى:

1- تطبيق بريد موب: وهو تطبيق هاتفي يمكن الزبائن من الاستفادة من العديد من الخدمات لحاملي البطاقة الذهبية مثل:

تحويل الأموال من حساب لآخر، تسديد فواتير تعبئة الهاتف النقال تسديد المشتريات الخ.

2- سحب بدون بطاقة: يكون عن طريق SMS ، يمكن من خلاله سحب بدون بطاقة من خلال ارسال رقمين سريين

في هاتف معني عبر رسالة SMS لمرتين، رقم سري أولى يعوض البطاقة الذهبية، والرقم السري الثاني يعوض الرقم السري للمعني.

3- تطبيق بريد باي: وسيلة دفع جديدة عن طريق الهاتف النقال، أي ما يسمى رمز الاستجابة السريع QR Code.¹

¹ المديرية العامة لبريد الجزائر، مديرية الوحدة الولائية لبريد ورقلة.

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

4- نمائيات الدفع الالكتروني: TPE وهو جهاز الدفع الالكتروني عن طريق البطاقة الذهبية.

2-2-احصائيات خاصة بالبطاقة الذهبية:

- بلغ عدد حسابات البريدية في الجزائر سنة 2024: 28.61 مليون حساب .ccp.
- بلغ عدد للبطاقات الذهبية في الجزائر سنة 2024: 13.01 مليون بطاقة.
- بلغ عدد عمليات النقدية عبر البطاقة الذهبية سنة 2023: 66 مليون عملية دفع عن طريق البطاقة.
- بلغ عدد حاملي البطاقة الذهبية لولاية ورقلة سنة 2024: 255758 حامل بطاقة¹.

¹ <https://www.mpt.gov.dz/>

الفرع الثاني: تحديد أسلوب الدراسة

لقد تمت الدراسة الميدانية باستخدام كل من المقابلة والاستبيان حيث يعتبر الاستبيان من أهم الوسائل التي يمكن استعمالها من أجل معرفة البيانات الشخصية ووجهة نظر أطراف معينة. فقد مر بناء الاستبيان بعدة خطوات وهذا بعد الاطلاع على بعض الدراسات والأبحاث ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء وتصميم الاستبيان وتم عرضه على المشرفة، والأساتذة المحكمين وأبدو بعض الملاحظات على الشكل والمضمون وعلى بعض فقرات وبعد الاخذ بتوجيهاتهم تم تصحيح الاستبيان وعرضه في صورته النهائية وتوزيعه الكترونيا كسبا للوقت وتسهيلا للوصول للأطراف المستجوبة على اختلافهم.

أولا: أسلوب جمع البيانات:

أ- الاستبيان: تم توجيه الاستبيان لعينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر حاملي لبطاقة الذهبية لدائرة حاسي مسعود ولاية ورقلة لغرض معرفة وتقييم الأداء الفعلي لخدمات المقدمة للزبائن من خلال البطاقة الذهبية ومعرفة مستوى رضاهم عن تلك الخدمات ومدى تأثيرها على قراراتهم الشرائية، بحيث يتكون الاستبيان من 03 أجزاء وهي¹:

الجزء الأول:

ويتضمن أسئلة شخصية أو ديمغرافية والمتعلقة بالزبون، ويتكون من 06 فقرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا، هل تجري أغلب تعاملاتك المالية بالبطاقة الذهبية).

الجزء الثاني:

يخص هذا المحور أبعاد وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات ووسائل الدفع-سهولة الاستخدام-توفير الوقت)،

كل بعد يتضمن عبارات يتم تقييمها من قبل الزبون (المستجوب) وهي كالآتي:

1- جودة خدمات ووسائل الدفع الالكتروني: تتكون من 06 عبارات من رقم 01 الى رقم 06 في الاستبيان، يعتمد

فيها الزبون على جودة الخدمات المقدمة لوسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية).

2- سهولة الاستخدام: تتكون من 05 عبارات من رقم 07 الى رقم 11 في الاستبيان، يعتمد فيها الزبون على سهولة

استخدام وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية).

3- توفير الوقت: يتكون من 04 عبارات من رقم 12 الى 15 في الاستبيان، يعتمد فيه الزبون على توفير الوقت

¹ الاستبيان في قائمة الملاحق.

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

عند استخدامه ووسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية).

الجزء الثالث: متعلق بالقرار الشرائي للزبون وتم ادراج 08 عبارات من رقم 16 الى رقم 23 في الاستبيان.

وقد تم عرض جميع العبارات وتقييمها باستخدام مقياس ليكارت الثلاثي (موافق، محايد، غير موافق) حيث يعطي خيارات

متعددة ويشير المستجوب الى خيار واحد من هذه الخيارات.

ب- المقابلة: حيث تم اجراء مقابلة مع مسؤولين المتكلمين بالبطاقة الذهبية المديرية العامة لبريد الجزائر، مديرية الوحدة الولائية

لبريد ورقلة، من خلال طرح مجموعة من الأسئلة خاصة بموضوع الدراسة وتم الإجابة عليها وكذا تقديم وثائق مفيدة للموضوع.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في زبائن بريد مؤسسة الجزائر، سواء كانوا أفراد طبيعيين أو معنويين (الشركات أو المؤسسات)،

وتم اختيار مؤسسة بريد الجزائر لتبنيها خدمة الدفع الالكتروني من خلال البطاقة الذهبية في أواخر شهر أفريل، والسبب

في اختيار العينة كونها أحد الطرق الإحصائية في البحث لدراسة المتغيرات ودرجة تأثيرها، فقد تم اختيار عينة من زبائن بريد

حاسي مسعود حاملين للبطاقة الذهبية، حيث تم توزيع استبيان الكتروني على هذه العينة التي بلغت 130 استبانة، تم اعتماد

100 استبانة صالحة للتحليل، واعتبرت هذه العينة كافية للتحليل.

المطلب الثاني: أدوات التحليل الاحصائي

الفرع الأول: منهج البحث:

تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للتحقيق من تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره

على القرار الشرائي لزبائن، حيث تمثل الأبعاد الثلاثة لوسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات-سهولة الاستخدام -

توفير الوقت) المتغيرات المستقلة، مضاف اليها القرار الشرائي المتغير التابع.

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تمت معالجة البيانات وفقا للأساليب إحصائية باستخدام الحاسب الالي وذلك من خلال برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS)

للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات استخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية من خلال استخدام البرنامج

الاحصائي SPSS وهي كالتالي:

-اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test

-اختبار تحليل التباين الاحادي (One way Anova)

- المتوسطات الحسابية

- التكرارات و النسب المئوية

- الانحراف المعياري

- معامل ألف كرونباخ

- معامل الانحدار

- اختبار تحليل التباين ANOVA

- معامل الارتباط بيرسون

المبحث الثاني: تحليل ومناقشة النتائج

المطلب الأول: عرض نتائج الاستبيان وتحليلها:

الفرع الأول: قياس صدق وثبات أداة الدراسة:

لقد تم فحص عبارات الاستبيان من خلال معامل ألف كرونباخ، فلو حظ أن معامل ألف كرونباخ هو 0,45 وهو ما بينه الجدول أدناه، وتعد هذه النسبة متوسطة وهذا يعني أن هناك مصداقية متوسطة في الإجابات، ومن الممكن إجراء الدراسة وتعميم نتائجها على جميع مجتمع الدراسة.

جدول (1-1) معامل صدق وثبات محاور الإستبيان

عدد الفقرات	ألف كرونباخ
23	0,45

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على تحليل الاستبيان

الفرع الثاني: عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية للعينة:

يوضح الجدول الموالي توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية للعينة المدروسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة).

جدول (1-2) نتائج متغيرات عينة الدراسة

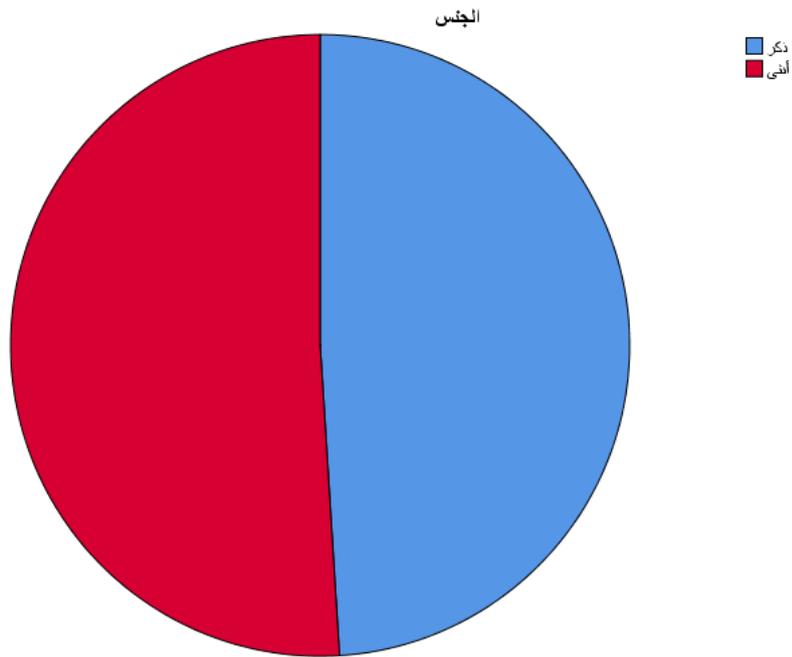
المتغيرات	التكرار	النسب المئوية
الجنس	ذكر	47,6%
	أنثى	49,5%
	المجموع	100%
السن	السن القانوني 19 سنة	1,9%
	من 20 إلى 40 سنة	77,7%
	من 41 سنة إلى 60 سنة	14,6%
	أكبر من 60 سنة	2,9%
	المجموع	100%
	ثانوي فأقل	9,7%

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

76,7%	79	جامعي	المستوى الدراسي
14,7%	11	دراسات عليا	
100%	100	المجموع	
58,3%	60	موظف	الوظيفة
2,9%	3	أعمال حرة	
21,4%	22	طالب	
5,8%	6	متقاعد	
8,7%	9	بطل	
100%	100	المجموع	

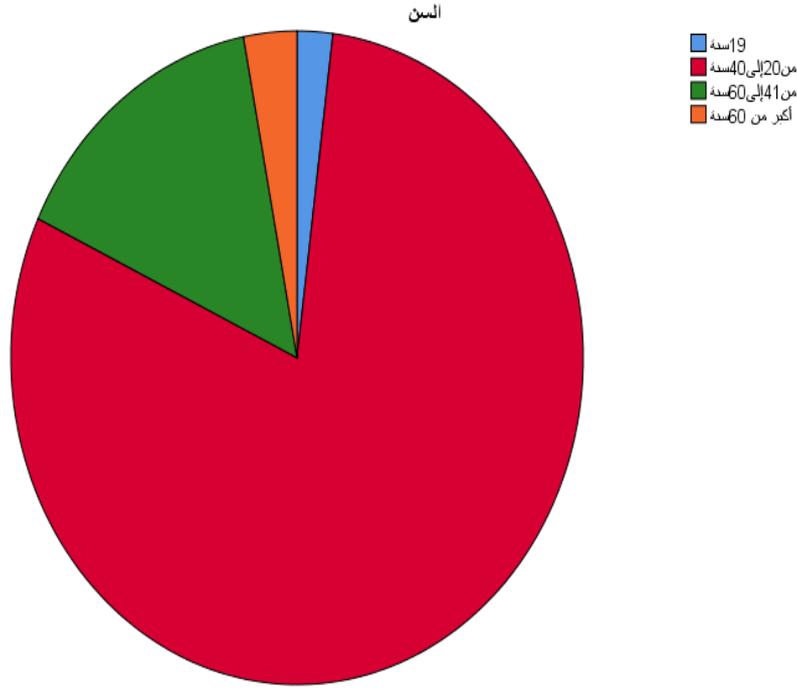
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

الشكل (1-2) يوضح الدائرة النسبية لمتغير الجنس



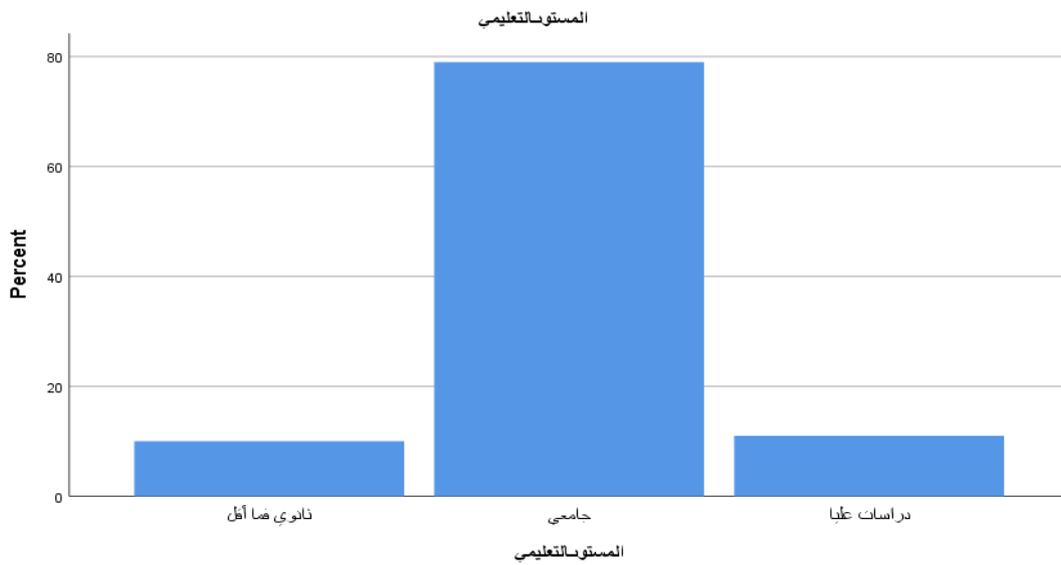
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

الشكل (2-2) يوضح الدائرة النسبية لمتغير السن



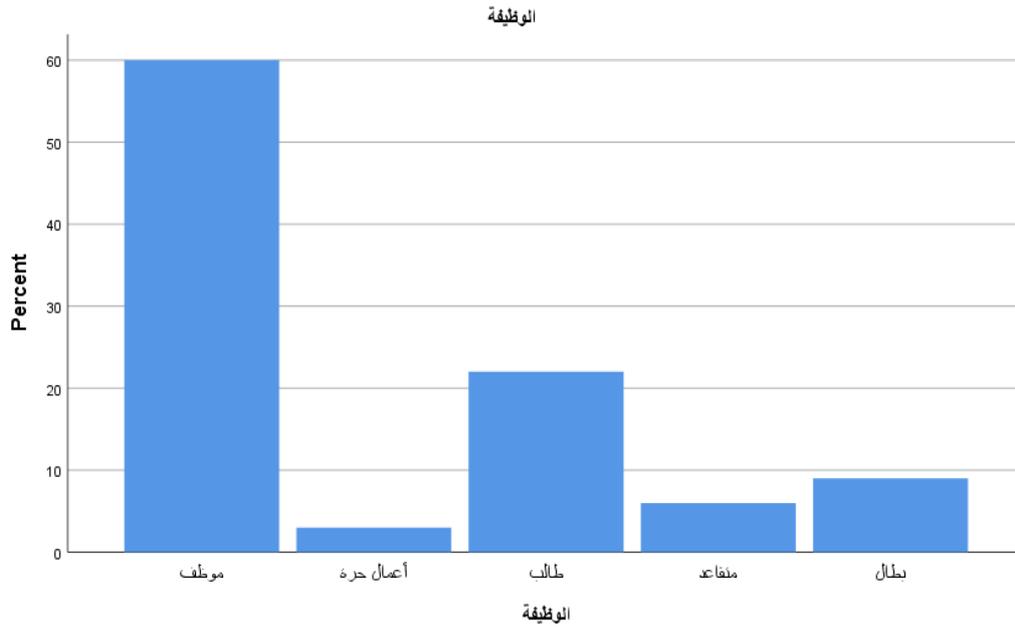
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

الشكل (3-2) يوضح الأعمدة البيانية لمتغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

الشكل (2-4) يوضح الأعمدة البيانية لمتغير الوظيفة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

من خلال الجدول رقم (1-2) والشكل رقم (1-2) نلاحظ أن نسبة الذكور أقل من نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور 47,6%، أما نسبة الإناث بلغت 49,5% وهذا راجع للتوزيع العشوائي.

- توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1-2) والشكل رقم (2-2) أن الفئة العمرية التي أخذت أكبر نسبة في العينة المدروسة هي الفئة من 20 سنة إلى 40 سنة بنسبة 77,7%، تليها فئة من 41 سنة إلى 60 سنة بنسبة 14,6%، في حين أن الفئة الأقل هي 19 سنة بنسبة بلغت 1,9%. وبهذا نفسر أن فئة الشباب هي الأكثر دراية واستخداما لوسائل الدفع الإلكتروني وذلك لتماشيتهم مع التطورات التكنولوجية المتماشية مع جيلهم.

- توزيع متغيرات المستوى الدراسي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1-2) والشكل رقم (2-3) أن فئة الجامعي هي الأكثر بنسبة 76,7% تليها فئة دراسات عليا بنسبة 14,7%، في حين أن فئة الثانوي فما أقل هي الفئة الأقل بنسبة 9,7% وذلك يعود إلى الاختيار

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

العشوائي لعينة الدراسة.

- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة:

نلاحظ من الجدول رقم (1-2) والشكل رقم (4-2) أن فئة الموظفين هي الفئة الأكبر بنسبة 58,3% تليها فئة الطلاب بنسبة 21,4%، ثم فئة البطالين بنسبة 8,7%، وفي الأخير فئة الأعمال الحرة بنسبة 2,9%. وذلك يعود إلى الاختيار

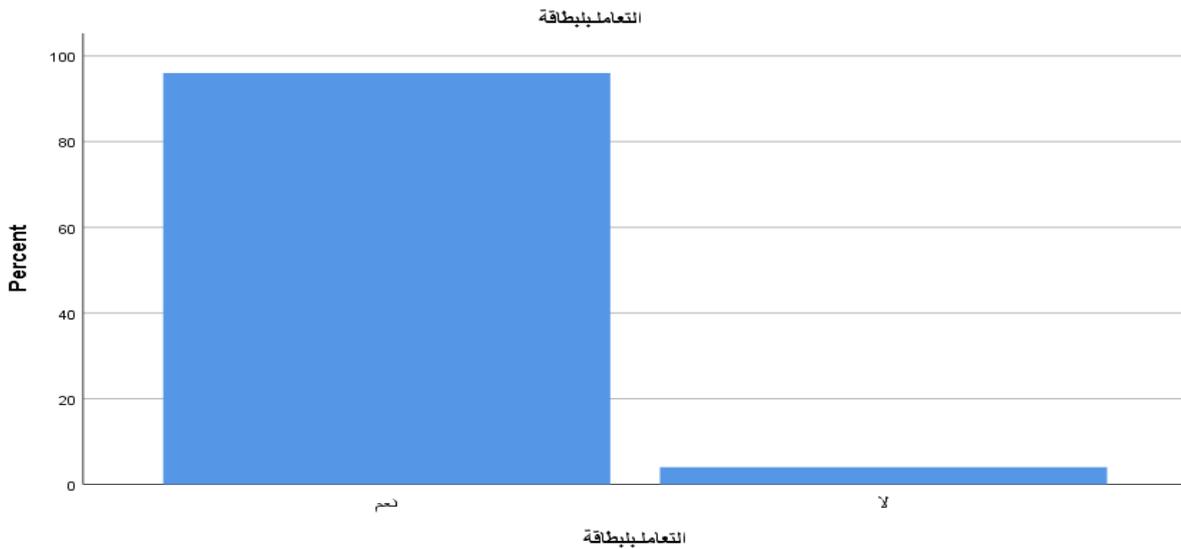
العشوائي لعينة الدراسة.

جدول (2-2) توزيع عينة الدراسة حسب التعامل بالبطاقة

هل تتعامل بوسائل الدفع الإلكتروني	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	96	93,2%
لا	4	3,9%
الإجمالي	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل نتائج

الشكل (5-2) يوضح الأعمدة البيانية لمتغير التعامل بالبطاقة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

جدول (2-3) توزيع عينة الدراسة حسب إجراء التعاملات بوسائل الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرارات	إجراء التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني
77,7%	80	نعم
19,4%	20	لا
100%	100	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-2) أن الفئة الأكبر من العينة تتعامل بوسائل الدفع الإلكتروني بنسبة 93,2%

أما الجدول رقم (2-3) فنستخلص من خلاله أن الفئة الأكبر من العينة تقوم بإجراء تعاملاتها بوسائل الدفع الإلكتروني بتكرار بلغ 80.

الفرع الثالث: تحديد اتجاه آراء العينة حول متغيرات الدراسة

1-3 آراء أفراد عينة الدراسة حول بعد جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني

جدول (3-1) اتجاهات آراء العينة حول بعد جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني

الرتبة	درجة التقسيم	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق	محايد	غير موافق	العبارات	رقم العبارة
					العدد	العدد	العدد		
					النسبة	النسبة	النسبة		
3	عالي	موافق	0,49	2,79	83	13	4	خدمات البطاقة الذهبية أكثر ملائمة لاحتياجاتي	1
					80,6%	12,6%	3,9%		
4	عالي	موافق	0,51	2,79	84	11	5	تمكنني البطاقة الذهبية من القيام بعمليات السحب طيل بما فيها جميع موزعات الألية	2
					81,6%	10,7%	4,9%		

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

6	عالي	موافق	0,72	2,59	73	13	14	تعد جودة وسائل الدفع الإلكتروني التي يقدمها بريد الجزائر مناسبة	3
					%70,9	%12,6	%13,6		
1	عالي	موافق	0,19	9.62	96	4	-	تمكنني جودة وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) من السرية في المعاملات من خلال رقم السري الشخصي	4
					%93,2	%3,9	-		
2	عالي	موافق	0,34	2,86	86	14	-	تمكنني جودة وسائل الدفع الإلكتروني من القيام بعمليات إيداع الأموال بأمان	5
					%83,5	%13,6	-		
6	عالي	موافق	0.60	2.68	75	18	7	يمكنني استرجاع البطاقة الذهبية في حالة ضياعها أو سرقتها	6
					72,8%	17,5%	6,8%		
					إجمالي جودة وسائل الدفع الإلكتروني				
عالي		موافق	0,25	2,77					

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (3-1) نلاحظ أن الاتجاه لإجمالي لبعده جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني نحو الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي قدر بـ 2,77 ، حيث أن الفقرة رقم (4) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر بـ 9.62 وانحراف معياري قدر بـ 0,19 ، فيما كانت المرتبة الثانية للفقرة رقم (5) بمتوسط حسابي قدر بـ 2,86 وانحراف معياري قدر بـ 0,34 ، أما المرتبة الثالثة فكانت للفقرة رقم (1) بمتوسط حسابي قدر بـ 2,79 وانحراف معياري قدر بـ 0,49 أما الفقرة رقم (3) أخذت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر بـ 2,59 أما الانحراف المعياري قدر بـ 0,72 .

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

2-3 اتجاهات أفراد العينة حول سهولة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

جدول (2-3) آراء العينة حول سهولة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

الرتبة	درجة التقييم	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	موافق	محايد	غير موافق	العبارات	رقم العبارة
					العدد	العدد	العدد		
					النسبة	النسبة	النسبة		
4	عالي	موافق	0,48	2,84	89	6	5	استعمال البطاقة الذهبية في عملية الدفع أكثر سهولة من الطريقة التقليدية	7
					%86,4	%5,8	%4,9		
2	عالي	موافق	0,40	2,86	88	10	2	أستحسن الدفع الإلكتروني عن الدفع نقدا	8
					%85,4	%9,7	1,9%		
5	عالي	موافق	0,51	2,82	88	6	6	أستطيع دفع الفواتير (الكهرباء والماء، الانترنت، شحن الهاتف...) باستخدام البطاقة الذهبية بكل سهولة	9
					%85,4	%5,8	%5,8		
3	عالي	موافق	0,45	2,85	89	7	4	أجد سهولة في دفع ثمن المشتريات باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني (بطاقة الذهبية)	10
					%91,3	%6,8	%3,9		
1	عالي	موافق	0,37	2,91	94	3	3	تسهل البطاقة الذهبية تحويل الأموال من حساب جاري الى حساب جاري آخر	11
					%91,3	%2,9	%2,9		

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

	إجمالي سهولة الاستخدام	2,85	0,26	موافق	عالي
--	------------------------	------	------	-------	------

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-3) نلاحظ أن الاتجاه الإجمالي لبعد سهولة الاستخدام نحو الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي قدره

2,85 وانحراف معياري قدره 0,26 ، حيث أن الفقرة رقم 11 أخذت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره ب 2,91 وانحراف معياري

قدره ب 0,37 ، فيما كانت المرتبة الثانية للفقرة رقم 8 بمتوسط حسابي قدره ب 2,86 وانحراف معياري قدره ب 0,40 ، أما المرتبة الثالثة

فكانت للفقرة رقم 10 بمتوسط حسابي قدره 2,85 وانحراف معياري قدره 0,45 ، أما الفقرة رقم (9) أخذت المرتبة الأخيرة بمتوسط

حسابي قدره ب 2,82 وانحراف معياري قدره ب 0,51.

3-3 اتجاهات آراء أفراد العينة حول توفير الوقت

جدول (3-3) آراء العينة حول توفير الوقت

رقم العبارة	العبارة	غير موافق			المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاهات	درجة التقسيم	الرتبة
		العدد	العدد	العدد					
		النسبة	النسبة	النسبة					
12	توفر لي وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) الوقت	1	1	98	2,97	0,22	موافق	عالي	1
		%1,0	%1,0	%95,1					
13	تمكنني البطاقة الذهبية من الاطلاع على الرصيد في أي وقت	2	5	93	2,91	0,35	موافق	عالي	3
		%1,9	%4,9	%90,3					
14	تساعدني وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) من القيام بعملية السحب	6	6	88	2,82	0,51	موافق	عالي	4
		%5,8	%5,8	%85,4					

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

و الدفع في أي وقت								
2	عالي	موافق	0,17	2,97	97	3	-	15 أفضل استخدام البطاقة الذهبية عن الشيك لأنها تمتاز بالسرعة وقلة التكلفة و توفير الوقت و الجهد .
					%94,2	%2,9	-	
إجمالي توفير الوقت								
	عالي	موافق	0,19	2,91				

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (3-3) نلاحظ أن الاتجاه الإجمالي لبعده توفير الوقت نحو الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي قدره 2,91

وانحراف معياري قدره 0,19، حيث أن الفقرة رقم (12) أخذت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره ب 2,97 وانحراف معياري قدره

ب 0,22، فيما كانت المرتبة الثانية للفقرة رقم (15) بمتوسط حسابي قدره ب 2,97 وانحراف معياري قدره ب 0,17، أما المرتبة الثالثة

فكانت للفقرة رقم (13) بمتوسط حسابي قدره 2,91 وانحراف معياري قدره 0,35، أما الفقرة رقم (14) أخذت المرتبة الأخيرة بمتوسط

حسابي قدره ب 2,82 وانحراف معياري قدره ب 0,51.

3-4 اتجاهات آراء أفراد العينة حول بعد القرار الشرائي

جدول رقم: (3-4) آراء العينة حول القرار الشرائي

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

الرتبة	درجة التقييم	الاتجاه	الانحراف المعياري	التوسط المرجح	موافق	محايد	غير موافق	العبارات	رقم العبارة
					العدد	العدد	العدد		
					النسبة	النسبة	النسبة		
1	عالي	موافق	0,29	2,93	94	5	1	يدفعني طول طوابير الانتظار لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني	16
					%91,3	%4,9	%1,0		
8	ضعيف	غير موافق	0,66	1,34	11	12	77	أجد صعوبة في استخدام خدمات وسائل الدفع الالكتروني مما دفعني لاستخدام خدمات وسائل الدفع التقليدية	17
					%10,7	%11,7	%74,8		
7	عالي	موافق	0,80	2,38	58	22	20	تصادفني أعطال في الموزعات الالية أثناء استعمالي للبطاقة الذهبية	18
					%56,3	%21,4	%19,4		
6	ضعيف	غير موافق	0,74	1,51	15	21	64	تواجهني صعوبات في طلب البطاقة الذهبية	19
					14,6%	20,4%	62,1%		
2	عالي	موافق	0,25	2,93	93	7	-	تشجعني المعلومات التي أمتلكها حول وسائل الدفع الالكتروني على استخدامها	20
					90,3%	6,8%	-		
3	عالي	موافق	0,38	2,90	93	4	3	ترضيني استمرارية خدمات وسائل الدفع الالكتروني طوال اليوم على مدار الأسبوع	21
					90,3%	3,9%	2,9%		
5	عالي	موافق	0,64	2,68	78	12	10	أفضل الدفع الالكتروني على الدفع نقدا عند الشراء	22
					%75,7	%11,7	%9,7		

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

4	عالي	موافق	0,54	2,78	84	10	6	أشعر بالرضا عن خدمات وسائل الدفع الالكتروني المقدمة من طرف بريد الجزائر	23
					%81,6	%9,7	%5,8		
عالي		موافق	0,20	2,43	إجمالي القرار الشرائي				

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (3-4) نلاحظ أن الاتجاه الإجمالي لبعده القرار الشرائي نحو الاتجاه الموافق بمتوسط حسابي قدره

2,43 وانحراف معياري قدره 0,20، حيث أن الفقرة رقم (16) أخذت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره ب 2,93 وانحراف معياري

قدره ب 0,29، فيما كانت المرتبة الثانية للفقرة رقم (20) بمتوسط حسابي قدره ب 2,93 وانحراف معياري قدره ب 0,25، أما المرتبة الثالثة

فكانت للفقرة رقم (21) بمتوسط حسابي قدره 2,90 وانحراف معياري قدره 0,38، أما الفقرة رقم (17) أخذت المرتبة الأخيرة بمتوسط

حسابي قدره ب 1,34 وانحراف معياري قدره ب 0,66.

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

المطلب الثاني: نتائج ومناقشتها:

الفرع الأول: اختبار فرضيات الدراسة

1- يوجد إدراك عالي لدى عينة الدراسة اتجاه محددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة خدمات ووسائل الدفع الإلكتروني، سهولة الاستخدام، توفير الوقت)

لاختبار مستوى الإدراك اعتمدنا على المتوسطات الحسابية، والجدول أدناه يوضح ذلك:

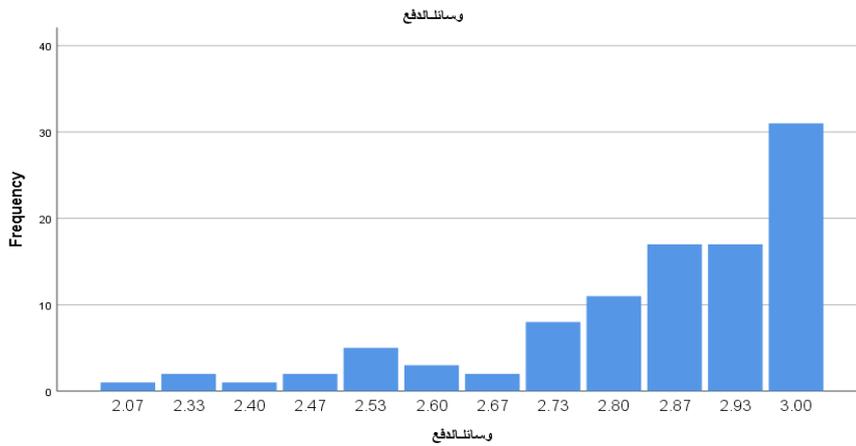
جدول (1-1) مستوى إدراك الزبائن محل الدراسة لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير المستقل
0,18	2,84	محددات وسائل الدفع الإلكتروني

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل الاستبيان

من الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني بلغ (2,84) وانحراف معياري قدره (0.18)، أي أن مستوى إدراك العينة لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني في المؤسسة محل الدراسة هو عالي وهذا بعد إسقاط قيمة المتوسط الحسابي على المتوسط المرجح التي تؤول إلى أن (3-2.33) تؤدي إلى التقييم العالي. وعليه نقبل الفرضية التي تقول إنه هناك مستوى عالي من الإدراك لعينة الدراسة لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني. والشكل أدناه يوضح ذلك.

الشكل رقم (1-1) يوضح الأعمدة البيانية لمستوى إدراك عينة الدراسة لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

2- في ظل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني هناك مستوى إقبال عالي على زيادة مشتريات الزبائن عينة الدراسة

لاختبار هذه الفرضية اعتمدنا على المتوسطات الحسابية للمتغير التابع القرار الشرائي، الجدول أدناه يوضح ذلك:

جدول (1-2) مستوى إقبال الزبائن على القرار الشرائي

المتغير التابع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
القرار الشرائي	2,43	0,20

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل بيانات الاستبيان

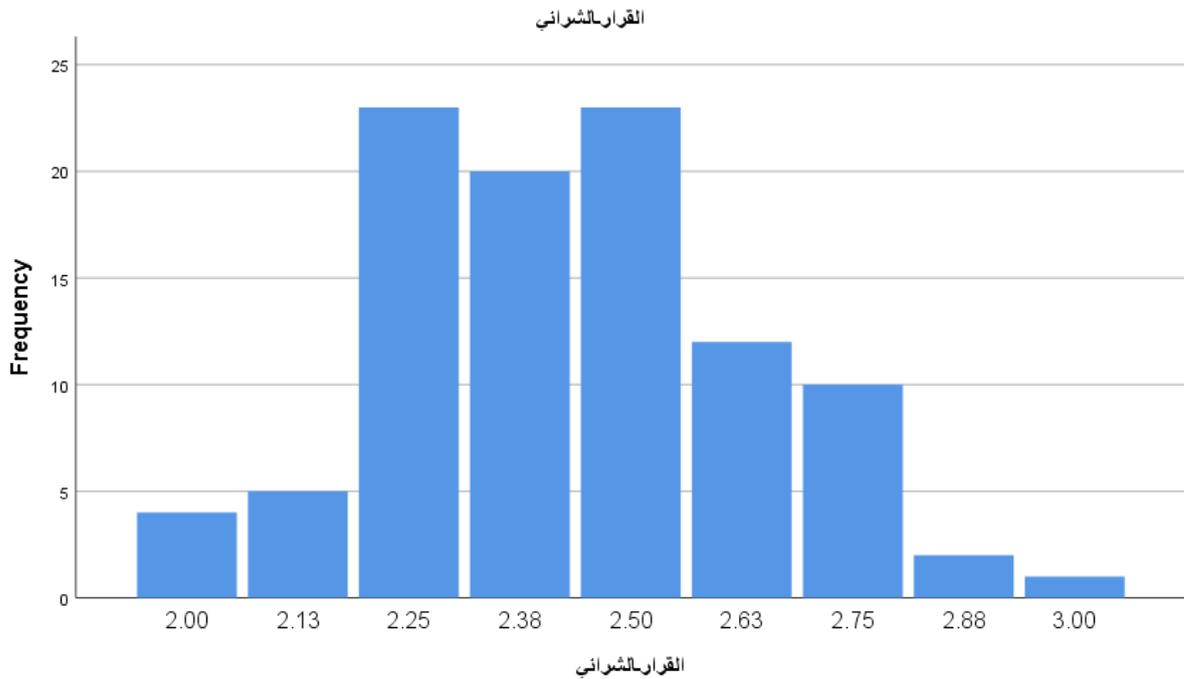
من الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي لبعد القرار الشرائي بلغ (2,43) وانحراف معياري قدره (0,20)، أي أن مستوى

إقبال العينة محل الدراسة على زيادة الشراء باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية هو عالي وهذا بعد إسقاط قيمة المتوسط الحسابي على المتوسط

المرجح التي تؤول إلى أن (3-2.33) تؤدي إلى التقييم العالي. وعليه نقبل الفرضية التي تفرض أنه هناك مستوى إقبال عالي على زيادة

مشتريات زبائن العينة محل الدراسة. والشكل أدناه يوضح ذلك:

الشكل رقم (1-2): يوضح أعمدة تكرارية لاتجاه القرار الشرائي



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تحليل الاستبيان

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

3_ يوجد علاقة ارتباط إيجابية بين محددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني، سهولة الاستخدام،

توفير الوقت) والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر

لاختبار صحة هذه الفرضية اعتمدنا على معامل الارتباط بيرسون (R) لقياس العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي،

الجدول أدناه يبين ذلك:

جدول رقم (3-1) نتائج اختبار معامل بيرسون لقياس الارتباط الايجابي بين وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

		المتغير التابع	المتغير المستقل
وسائل الدفع الإلكتروني	معامل الارتباط بيرسون	-0.026	1
	مستوى المعنوية	0.797	
	العينة	100	100
القرار الشرائي	معامل الارتباط بيرسون	1	-0.026
	مستوى المعنوية	0.797	
	العينة	100	100

المصدر: من إعداد الطالبة من خلال تحليل نتائج الاستبيان

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط -0.026 بمستوى معنوية 0.797 وهذا أكبر من مستوى المعنوية 1%،

وهو ما يعبر عن عدم وجود ارتباط، ومنه نرفض الفرضية القائلة إنه يوجد علاقة ارتباط إيجابية بين محددات وسائل الدفع الإلكتروني

(جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني، سهولة الاستخدام، توفير الوقت) والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.

4- فرضية لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الديمغرافية

4-1- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديمغرافي الجنس

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test لمعرفة فيما إذا كانت

توجد فروقات في إجابات العينة تعزى للمتغير الديموغرافي الجنس، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (1-4) اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test

مستوى	المتوسط		العبارات
	أنثى	ذكر	
الدلالة sig			
0,002	2,82	2,73	جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني
0,000	2,90	2,80	سهولة الاستخدام
0,032	2,94	2,89	توفير الوقت
0,76	2,44	2,41	القرار الشرائي

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على نتائج الاستبيان

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (1-4)، نلاحظ أن قيم المعنوية لبعدي توفير الوقت والقرار الشرائي أكبر من (0.01)،

أما بعدي جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني وسهولة الاستخدام أقل من (0,01). وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات

العينة لبعدي توفير الوقت والقرار الشرائي تعزى لمتغير الجنس فقط. وعليه نقبل الفرضية القائلة انه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية

في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس فقط على بعدي توفير الوقت والقرار الشرائي وترفض على بعدي الجودة وسهولة الاستخدام.

4-2- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One way Anova. وذلك كما يلي:

جدول (2-4) اختبار تحليل التباين الاحادي (One way Anova) لمتغير السن

مستوى	المتوسط				المجال
	أكبر من	من 41 إلى	من 20 إلى	السن القانوني	
الدلالة sig					
60 سنة	60 سنة	40 سنة	19 سنة		
0,62	2,83	2,83	2,76	2,91	جودة خدمات وسائل الدفع

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

الالكتروني					
0,80	3	2,86	2,85	2,80	سهولة الاستخدام
0,97	2,91	2,93	2,91	2,87	توفير الوقت
0,97	2,37	2,43	2,43	2,43	القرار الشرائي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج تحليل البيانات

من خلال الجدول رقم (4-2) نجد أن قيم مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تفوق (0.01) أي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة، وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن.

3-4 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي

وأجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One way Anova. وذلك كما يلي:

جدول (4-3) اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير المستوى التعليمي

مستوى	المتوسط			المجال
	دراسات عليا	جامعي	ثانوي فأقل	
الدلالة sig				
0,22	2,81	2,78	2,65	جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني
0,49	2,87	2,86	2,76	سهولة الاستخدام
0,45	2,97	2,90	2,95	توفير الوقت
0,73	2,38	2,43	2,45	القرار الشرائي

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على تحليل الاستبيان

من خلال الجدول رقم (4-3) نجد أن قيم مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تفوق (0.01) أي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

في الدراسة مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة، وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

4-4- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول تعزى لمتغير الوظيفة

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One way Anova. وذلك كما يلي:

جدول (4-4) اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير الوظيفة

الدلالة	المتوسط					المجال
	بطل	متقاعد	طالب	أعمال	موظف	
0,16	2,59	2,88	2,77	2,83	2,79	جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني
0,40	2,77	3	2,80	3	2,86	سهولة الاستخدام
0,09	2,75	2,95	2,93	2,83	2,93	توفير الوقت
0,75	2,48	2,41	2,44	2,54	2,41	القرار الشرائي

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على تحليل بيانات الاستبيان

من خلال الجدول رقم (4-4) نجد أن قيم مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تفوق (0.01) أي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد

في الدراسة مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة، وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الوظيفة.

4-5_ لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول تعزى للمتغير الديمغرافي هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test لمعرفة فيما إذا كانت

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

توجد فروقات في إجابات العينة تعزى للمتغير الديموغرافي هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (4-5) اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا

مستوى الدلالة sig	المتوسطات الحسابية		هل تتعامل بالبطاقة الذهبية
	لا	نعم	
0,21	2,62	2,78	جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني
0,55	2,75	2,86	سهولة الاستخدام
0,93	2,87	2,91	توفير الوقت
0,44	2,37	2,43	القرار الشرائي

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على تحليل بيانات الاستبيان

4-6- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول تعزى للمتغير الديموغرافي هل تقوم بإجراء أغلب عمليات

بالبطاقة الذهبية أم لا

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test لمعرفة فيما إذا كانت توجد

فروقات في إجابات العينة تعزى للمتغير الديموغرافي هل تقوم بإجراء أغلب عمليات بالبطاقة الذهبية أم لا، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (4-6) اختبار تحليل التباين الاحادي لمتغير هل تقوم بإجراء أغلب عمليات بالبطاقة الذهبية أم لا

مستوى الدلالة sig	المتوسطات الحسابية		هل تقوم بإجراء أغلب تعاملاتك بالبطاقة الذهبي
	لا	نعم	
0,66	2,55	2,83	جودة خدمات وسائل

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

الدفع الإلكتروني			
0,004	2,68	2,90	سهولة الاستخدام
0,93	2,91	2,91	توفير الوقت
0,66	2,36	2,44	القرار الشرائي

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على تحليل بيانات الاستبيان

من خلال الجدول رقم (4-6) نجد أن قيم مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تفوق (0.01) أي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ماعدا بعد سهولة الاستخدام مما يدل على وجود تجانس جزئي في إجابات العينة، وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير إجراء التعاملات بالبطاقة، ونرفضها في بعد سهولة الاستخدام.

5-الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكتروني (جودة خدمات ووسائل الدفع الإلكتروني،

سهولة الاستخدام، توفير الوقت) والقرار الشرائي لزيائن مؤسسة بريد الجزائر.

لاختبار صحة هذه الفرضية اعتمدنا على الانحدار الخطي التدريجي المتعدد (**entree**) لقياس التأثير بين المتغيرين والجدول رقم (5-1) يبين ذلك:

جدول (5-1) الإحصاءات الوصفية للقرار الشرائي و وسائل الدفع الإلكتروني

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0,25	2,77	جودة وسائل الدفع الإلكتروني
0,26	2,85	سهولة الاستخدام
0,19	2,91	توفير الوقت
0,20	2,43	القرار الشرائي
100		العدد

المصدر: من إعداد الطالبة من خلال تحليل نتائج الاستبيان

يوضح الجدول السابق الإحصاءات الوصفية التي أدخلت في معادلة الانحدار المتعدد، وتشير النتائج إلى أن متوسط القرار الشرائي

للزيائن الحاليين بلغ (2,43) بانحراف معياري (0,20) وهو مستوى متوسط. أما جودة وسائل الدفع الإلكتروني فقد بلغ المتوسط

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

الحسابي الخاص به (2,77) بانحراف معياري وصل إلى (0,25) وهو مستوى متوسط من التأثير، أما سهولة الاستخدام وتوفير الوقت قد بلغت متوسطاتها الحسابية على التوالي (2,85) (2,91) وانحرافها المعياري (0,26) (0,19) وكلها على مستوى عالي من التأثير.

جدول (2-5) النماذج المقترحة للأثر الإيجابي لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني

رقم النموذج	المتغيرات الداخلة في النموذج	معامل ارتباط بيرسون	معامل التحديد للنموذج R2	الخطأ المعياري	قيمة F المحسوبة للنموذج	مستوى المعنوية للنموذج Sig
1	جودة وسائل الدفع الإلكتروني سهولة الاستخدام - توفير الوقت	0,098	0,010	0,21	0,30	0,82

المصدر: من إعداد الطالبة من خلال تحليل نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه نجد أنه تم تجميع كل الأبعاد المستقلة في نموذج واحد حسب طريقة ENTERE و الذي يتكون

من 3 ابعاد وهي (جودة وسائل الدفع الإلكتروني - سهولة الاستخدام - توفير الوقت)، حيث بلغ معامل الارتباط لهذا النموذج (R=0,098)

أما معامل التحديد فقد بلغ (R2=0,010) أي أن المتغيرات الداخلة في هذا النموذج تفسر 1% من القرار الشرائي للزبائن والنسبة الباقية

أي (99%) تفسرها عوامل أخرى. ويمثل الجدول الموالي نتائج تحليل التباين لمعرفة تأثير المتغيرات المستقلة مجتمعة في المتغير التابع القرار الشرائي.

جدول (3-5) تحليل التباين لقياس التأثير الإيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig
الانحدار	0,041	3	0,014	0,30	0,82
البواقي	4,28	96	0,045		
المجموع	4,32	96			

المصدر: من إعداد الطالبة من خلال تحليل نتائج الاستبيان

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار معنوية نموذج الانحدار المعتمد في هذه الدراسة، حيث بلغت

قيمة (F) المحسوبة للنموذج (0,30) بمستوى معنوية (0,82) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة (1%) وهذا ما يدل

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

على عدم معنوية نموذج الانحدار. وفيما يلي نقدم معاملات الانحدار للنموذج النهائي المتعلق بتأثير وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي.

جدول (4-5) أثر وسائل الدفع الإلكتروني على القرار الشرائي

المتغير	معامل الانحدار	الخطأ المعياري	معامل الانحدار المعياري	قيمة T	مستوى المعنوية
	B	معامل الانحدار	Beta		Sig
الثابت	2,66	0,37	-	7,08	0,000
جودة وسائل الدفع الإلكتروني	0,028	0,097	0,033	0,288	0,77
سهولة الاستخدام	-0,006	0,094	-0,007	0,059	-0,95
توفير الوقت	-0,099	0,113	-0,094	0,879	-0,38

مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 1%

المصدر: من إعداد الطالبة من خلال تحليل نتائج الاستبيان

ومن خلال الجدول أعلاه نجد أن مستوى الدلالة لجميع قيم الاختبار (Sig) أكبر من مستوى الدلالة (1%) المعتمد في الدراسة،

الأمر الذي يشير إلى عدم معنوية للنموذج.

تشير إشارة معامل الانحدار (B) السالبة الخاصة المتغيرات المستقلة إلى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع محل

الدراسة.

ومنه نرفض الفرضية الرئيسية القائلة إنه يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين محددات وسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي

لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

الفرع الثاني: تفسير ومناقشة النتائج

من خلال نتائج المتحصل عليها بعد اختبار الفرضيات نلاحظ أن:

1- يوجد إدراك عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر اتجاه محددات وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات-سهولة الاستخدام -توفير الوقت) واتضح ذلك من خلال حساب متوسط الحسابي وانحراف المعياري في جدول رقم (1-1)، والشكل رقم (1-1) لاختبار الفرضيات وهذا ما يثبت صحة الفرضية وعليه تقبل الفرضية الأولى.

2- في ظل استخدام وسائل الدفع الالكتروني هناك مستوى اقبال عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر، من خلال حساب متوسط الحسابي والانحراف المعياري موضح في الجدول (2-2)، والشكل (2-2) وهذا ما يثبت صحة الفرضية وعليه تقبل الفرضية الثانية.

3- لا توجد علاقة ارتباط إيجابية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات-سهولة الاستخدام -توفير الوقت)

والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر وهذا ما يوضحه الجدول رقم (1-3) من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون وهذا ما ينفي صحة الفرضية القائلة بأنه يوجد علاقة بين محددات وسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي، أي أن محددات وسائل الدفع الالكتروني لا تؤثر على القرار الشرائي، وعليه نرفض الفرضية الثالثة.

4- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس - السن - المستوى التعليمي-الوظيفة- هل تعامل بالبطاقة الذهبية أم لا - هل تجري أغلب تعاملاتك بالبطاقة الذهبية) تتفرع منها:

1-4- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديمغرافي الجنس:

تم استخدام اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test لمعرفة فيما إذا كانت توجد فروقات في إجابات العينة

تعزى للمتغير الديموغرافي الجنس، والجدول رقم (1-4) يوضح ذلك، وعليه نقبل الفرضية القائلة انه لا توجد اختلافات ذات

دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس فقط على بعدي توفير الوقت والقرار الشرائي وترفض على بعدي

الجودة وسهولة الاستخدام.

2-4- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن:

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Casanova هذا ما يوضحه جدول (2-4)

وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن.

3-4 - لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي

وأجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Casanova، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (3-4)،

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي

وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

4-4- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول تعزى لمتغير الوظيفة:

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Casanova وهذا ما يوضحه الجدول رقم (4-4)، وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الوظيفة.

4-5_ لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول تعزى للمتغير الديمغرافي هل تتعامل

بالبطاقة الذهبية أم لا:

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test وهذا ما يوضحه الجدول رقم (4-5)، وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الوظيفة.

4-6- لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول تعزى للمتغير الديمغرافي هل تقوم بإجراء أغلب

عمليات بالبطاقة الذهبية أم لا:

ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين Independent simples T-test لمعرفة فيما إذا كانت

توجد فروقات في إجابات العينة تعزى للمتغير الديمغرافي هل تقوم بإجراء أغلب عمليات بالبطاقة الذهبية أم لا، والجدول رقم (4-6)

يوضح ذلك وعليه نقبل الفرضية القائلة إنه لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية

في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير إجراء التعاملات بالبطاقة، ونرفضها في بعد سهولة الاستخدام.

5- لا يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات-سهولة الاستخدام-توفير الوقت)

والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر وهذا ما توضحه الجداول أعلاه (1-5) (2-5) (3-5) (4-5) في اختبار صحة الفرضيات.

من خلال حساب الانحدار الخطي التدريجي المتعدد وهذا ما ينفي صحة الفرضية الرئيسية القائلة بأنه يوجد تأثير إيجابي، أي أن محددات

وسائل الدفع الالكتروني لا تؤثر على القرار الشرائي للزبائن بريد مؤسسة الجزائر، وعليه نرفض الفرضية الخامسة (الرئيسية).

وعليه بعد تحليل وتفسير النتائج نستنتج في الأخير ما يلي:

✓ قبول الفرضية الأولى: يوجد إدراك عالي لدى عينة زبائن بريد الجزائر اتجاه محددات وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات ووسائل

الالكتروني --سهولة الاستخدام- توفير الوقت).

✓ قبول الفرضية الثانية: في ظل استخدام وسائل الدفع الالكتروني هناك مستوى اقبال عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر.

✓ رفض الفرضية الثالثة: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات ووسائل الدفع

الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

الإلكتروني --سهولة الاستخدام- توفير الوقت) والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.

✓ قبول ورفض في المتغيرات الديمغرافية للفرضية الرابعة حسب المتغيرات: لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة

زبائن مؤسسة بريد الجزائر تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس- السن - المستوى التعليمي - الوظيفة - هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا

- هل تجري أغلب تعاملاتك المالية بالبطاقة الذهبية).

✓ رفض الفرضية الخامسة (الفرضية الرئيسية): يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكتروني (جودة خدمات

وسائل الدفع الإلكتروني، سهولة الاستخدام، توفير الوقت) والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.

خلاصة الفصل:

تضمن هذا الفصل الدراسة الميدانية للمؤسسة بريد الجزائر حول تبنيها لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي " بطاقة الذهبية نموذجاً، حيث تم التطرق الى المؤسسة محل الدراسة والتعرف عليها من خلال اجراء مقابلة شفوية في مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر ورقلة تتضمن أسئلة حول الموضوع وتم الإجابة عليها مع تقديم وثائق ملزمة بموضوع الدراسة حيث تم اكتساب العديد من معلومات حول وسائل الدفع الالكتروني و تم توصل لولوج لخدمة جديدة مقترحة مستقبلا خدمة الدفع الالكتروني اللاتلامسي وتطبيقها في الجزائر في نهاية 2024 ، كما تم توزيع استبيان الكتروني على عينة من زبائن بريد دائرة حاسي مسعود حاملي لبطاقة الذهبية والمتعاملين بها تم استرجاع 100 استبيان صالح من أصل 130 وتم استخدام أساليب الإحصائية لجمع معلومات و تحليلها بالاستعانة برنامج spss بغرض اختبار صحة الفرضيات الدراسة وجمع المعلومات وتحليلها وصولاً لنتائج التي من خلالها توصلنا لقبول بعض الفرضيات ورفض البعض الآخر نعرض بعض منها:

- ✓ هناك إدراك عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر اتجاه محددات وسائل الدفع الالكتروني.
- ✓ هناك مستوى اقبال عالي لدى زبائن مؤسسة بريد الجزائر في ظل استخدام وسائل الدفع الالكتروني.
- ✓ لا توجد علاقة ارتباط إيجابية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.
- ✓ لا يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر.

الخاتمة

خاتمة:

تم التطرق في هذه الدراسة الى تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الالكتروني وأثره على القرار الشرائي، حيث تعرفنا على أنواع وسائل الدفع الالكتروني لبريد الجزائر، وتمت الدراسة الميدانية على نوع واحد من هذه الأنواع وهي البطاقة الذهبية نموذجاً للدراسة، من خلال طرح الإشكالية الرئيسية هل هناك تأثير لمحددات وسائل الدفع الإلكتروني (جودة خدمات وسائل الدفع الإلكتروني -سهولة الاستخدام - توفير الوقت) على القرار الشرائي لزبائن مؤسسة بريد الجزائر؟ حيث تناولنا أبعاد وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات - سهولة الاستخدام - توفير الوقت) كمتغيرات مستقلة والقرار الشرائي كمتغير تابع لها، بغرض التعمق في السياق المفاهيمي للدراسة من أجل توضيح العلاقة التي تربط المتغيرات ببعضها، وعليه نجد أن وسائل الدفع الالكتروني قدمت العديد من المزايا التي استفاد منها الزبائن البريد مالم تحققه وسائل الدفع التقليدية، كما أنها قضت على المشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية.

ولهذا أصبح من ضروري الاعتماد على وسائل الدفع الالكتروني بالنسبة للزبائن ودفعهم لاتخاذ قراراتهم بالتعامل مع مؤسسة البريد وتبني مؤسسات الاقتصادية والعمومية وغيرها من المؤسسات لهذه الوسائل لما لها من أهمية كبيرة في تطوير اقتصادها.

نتائج الدراسة: بعد تحليل الاستبيان واختبار صحة الفرضيات تم التوصل الى النتائج التالية:

- قبول الفرضية الأولى: يوجد إدراك عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر اتجاه محددات وسائل الدفع الالكتروني (جودة الخدمات وسائل الدفع الالكتروني -سهولة الاستخدام -توفير الوقت).
- قبول الفرضية الثانية: في ظل استخدام وسائل الدفع الالكتروني هناك مستوى اقبال عالي لدى عينة زبائن مؤسسة بريد الجزائر.
- رفض الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباط إيجابية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي لزبائن مؤسسة الجزائر.
- قبول ورفض في متغيرات الديمغرافية للفرضية الرابعة حسب المتغير الديمغرافي: لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا، هل تجري أغلب تعاملاتك المالية بالبطاقة الذهبية).
- رفض الفرضية الرئيسية: لا يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين محددات وسائل الدفع الالكتروني والقرار الشرائي لزبائن بريد مؤسسة الجزائر.

خاتمة:

الاقتراحات:

من خلال النتائج المتوصل اليها يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- ضرورة تعميم فكرة الدفع الالكتروني وخدماته لكل الأفراد.
- اعتماد أسلوب المناقشة والحوار مع الزبائن لتعريفهم بتقنية الدفع الالكترونية في جهاز الحاسوب والهاتف النقال.
- التعرف على جميع أنواع وسائل الدفع الالكتروني وكيفية استخدامها ليسهل التعامل بها من طرف الجميع.

أفاق الدراسة:

- اتجاهات الزبائن نحو خدمات الدفع الالكتروني.
- استخدام وتبني نظام الدفع الالكتروني في المحلات التجارية، وكذا المؤسسات العمومية والاقتصادية.
- الخدمة الجديدة مقترحة مستقبلا الدفع اللاتلامسي الذي سيدخل حيز التنفيذ أواخر سنة 2024 في الجزائر.



قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

- 1- عماد أحمد أبو شنب، ويسرى حرب، وآخرون، الخدمات الإلكترونية، دار الكتاب الثقافي، الأردن، ماي 2011، ص:135.
- 2- أنيس أحمد عبد الله، إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون، دار جنان للنشر والتوزيع، ص:107.
- 3- مصطفى كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر، دمشق-سوريا، 2011، ص:156.
- 4- معراج هوارى، وريان أمينة، وآخرون، سياسات وبرامج ولاء الزبون وأثرها على سلوك المستهلك، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2013، ص: 184.

مذكرات ماستر:

- 1- بابا بسمة، دور أدوات الدفع الإلكتروني في رضا الزبون-دراسة حالة عينة من زبائن بنك التنمية المحلية وكالة ورقلة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2021/2022.
- 2- منيرة بوخالفة، ونهى بوخالفة، اتجاهات المستهلكين نحو تبني خدمات الدفع الإلكتروني-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر-ورقلة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2022/2023.
- 3- جودي نبيل وصبيحي زكرياء، دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية -دراسة حالة بنك السلام فرع ورقلة، "مذكرة ماستر أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2021/2022، ص:8.
- 4- عبد الكريم خليف ومحمد إسحاق حاجي، دور وسائل الدفع الإلكتروني في التخفيف من أزمة السيولة المالية "دراسة حالة عينية من مستعملي البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بورقلة،" مذكرة ماستر أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2021/2022، ص 16.
- 5- شيباني ريان، وبن راس نجمة ريان، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على الأداء المالي للبنك دراسة حالة بينك الفلاحة والتنمية الريفية BADR ، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة 2021/2022.

أطروحات دكتوراه:

- 1- رحيل سعدي، تأثير الإعلان عبر الانترنت على اتخاذ قرار الشراء لدى زبائن المؤسسة الخدمية (دراسة عينة من متعاملي الهاتف النقال في الجزائر)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة تيبازة، 2022/2023، ص:82.

2- كواشي حنان، واقع وأفاق تعميم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة (2016-2021)، أطروحة دكتوراه ل م د، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2021-2022، ص:3.

المقالات:

1-بوخاري فاطنة، تحديات وضرورة تحسين وسائل الدفع الإلكتروني لأداء البنوك في ظل جائحة كورونا -دراسة حالة الجزائر- مجلة جديد الاقتصاد، المجلد 16، العدد:1(2021)، ص: 185.

2-ديدوش هاجرة، وحريري عبد الغني، وسائل الدفع الإلكترونية بين النظرية والتطبيق-دراسة حالة البنك الخارجي وكالة شلف، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد13، العدد2(2022).

3-رزقي حياة ورشام كهينة، أثر رضا الزبائن على اتخاذ القرار الشرائي من وجهة نظر زبائن وكالة النجاح للسياحة والأسفار بولاية البويرة، مجلة المؤسسة، المجلد 11، العدد01(2022)، ص: 117.

4-زحوني نور الدين وزمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: أليات التعامل والمخاطر في ظل عصرنة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعمولة، المجلد 01، العدد (1)، 2018، ص- ص: 251-252.

5- سبغ فايزة وبن يعقوب الطاهر، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الإلكترونية -دراسة استطلاعية في مدينة البويرة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1-الجزائر، المجلد 20، العدد01، ديسمبر2020، ص: 407.

6- شقنان محمد، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني-دراسة تحليلية لآراء عينة من حاملي بطاقة الذهبية لبريد الجزائر بالأغواط، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد06، العدد: 02، 2022.

7- عبد العزيز صحراوي، وفائزة لعراف، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا covid 19- بطاقة الدفع الإلكتروني (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجا، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد:13، العدد: 03 (2020)، ص: 111.

8- طالب سميرة وبن عبد العزيز سمير، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية -دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 11- العدد 03 (مارس 2023)، ص: 263.

9- عبوز سعاد، دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة، مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية، العدد 06، السنة 2021، ص:55.

10- عريوة محاد، ومحمد خاوي، واقع وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد: 2017/04، ص: 141.

11- قيمش خولة، وبلعة جويده، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات، المجلد 5، العدد 1، ديسمبر 2021، ص: 83.

12- قطاف مبخوت، ويجياوي عبد الحفيظ، أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء، دراسات اقتصادية، المجلد 17، العدد01(2023)، ص: 704.

13- لعلاوي نواري، حماني عبد الرؤوف مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر-البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجا لمحلة المشكاة في الاقتصاد التنمية والقانون، المجلد05، العدد 12، السنة: 2020.

14- مهدي لطيفة، مدى اقبال المستهلك الجزائري على استخدام البطاقة الذهبية في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية بمديرية الوحدة البريدية ولاية بشار نموذجا سنة 2020، المجلد الثامن، العدد01، أبريل 2022، ص: 188.

المراجع باللغة الإنجليزية:

1-Mohamed Amine BENLAKEHAL, **The Relationship of Applying Electronic Payment Systems to Improving Banks Services Quality's from the Viewpoint of Bank's Employees: A Case Study of Commercial Banks in Algeria**, Al-Bashaer Economic Journal, Volume VII, n°02 (August 2021), p:851.

2-Salaheddine Cheriet, Hadjira Ghanem, **The role of Electronic Payment Systems in the development of the Algerian Banking system**, Roa Iktissadia Review ISSN 2253-0088 08 (02)/2018, p:214

3-Zlatko Bezhovski, **The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System**, **European Journal of Business and Management**, Vol.8, No.8, 2016, p:127

4-Lambros G Laios and Socrates J Moschuris, **The influence of enterprise type on the purchasing decision process**, **International Journal of Operations Production Management**, Vol. 21 No. 3, 2001, p:35

5-Awais Ahmed, Abdul Aziz, Muhammad Muneeb, **Electronic payment system payment system**, Journal of Multidisciplinary Sciences, 2019, www.multidisciplines.com.

6- Zlatko Bezhovski, **The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System**, **European Journal of Business and Management**, Vol.8, No.8, 2016.

7- Mehmet Akif Ersoy, **THE EFFECT OF CREDIT CARD USAGE ON CONSUMER BEHAVIOR**, Article in International Journal of Eurasia Social Sciences, June 2018.

8- Malak Mohammad Ghaith, Yahya Mohammad Ghaith, **Impact of E-Payment System on Consumer Buying behaviour A study in Jordan**, Article in Journal of Applied School Psychology, September 2022.

9- Rassule Hadidi, Jatupol Siripaiboon, **A Comparative Evaluation of Electronic Payment Systems**, Department of Management Information Systems, University of Illinois at Springfield, December 1999.

6- Marwah Naeem, Methaq Hameed, and Mustafa Sabah Taha, **A study of electronic payment system**, International Symposium on Engineering and Technology (ISETech) 2019.

Sites internet :

Baridinet .poste.dz /edahabia

www.poste.dz

https://www.mpt.gov.dz/



قائمة الملاحق

قائمة الأساتذة المحكمين:

الرقم	الاسم واللقب	أستاذ بالجامعة
01	الأستاذة: كاهي فطيمة	قاصدي مرباح ورقلة
02	الأستاذ: بن تفات عبد الحق	قاصدي مرباح ورقلة
03	الأستاذ: خروي يوسف	قاصدي مرباح ورقلة
04	الأستاذ: خويلدات صالح	قاصدي مرباح ورقلة



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات



استمارة استبيان

وسائل الدفع الإلكتروني وأثره على القرار الشرائي

البطاقة الذهبية نموذجا

أخي الكريم أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته:

يسعدني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يدخل ضمن اعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات، وذلك للإجابة على كافة الأسئلة المطروحة في الاستبيان من وجهة نظركم علما بأن هذه الدراسة لا تحتاج للمعلومات الشخصية المخصصة وأن كافة المعلومات تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

معلومات إضافية:

وسائل الدفع الإلكتروني: هي مختلف الوسائل التي يتم بها معالجة العمليات المالية

الالكترونية مثل: الشيك الإلكتروني، البطاقة الكلاسيكية، البطاقة الذكية، البطاقة الذهبية، تطبيق بريد موب، الخ.

القرار الشرائي: هو الاجراء الذي يقوم المستهلكون من خلاله بجمع المعلومات وتحليلها

والاختيار بين البدائل المختلفة (سلعة أو خدمة) لتحقيق أهداف معينة ولحل مشكلة ما.

البطاقة الذهبية: هي بطاقة لبريد الجزائر تسمح بإجراء مختلف عمليات السحب والدفع

والتحويل الإلكتروني عبر الانترنت أو شبابيك النقديّة.

الرجاء وضع العلامة (x) أمام الإجابة التي تراها مناسبة

المعلومات الشخصية:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن:

السن القانوني 19 من 20 الى 40 سنة

من 41 الى 60 سنة أكثر من 60 سنة

3- المستوى التعليمي:

ثانوي فما أقل جامعي دراسات عليا

4- الوظيفة:

موظف أعمال حرة

طالب متقاعد بطل

5- هل تتعامل بالبطاقة الذهبية أم لا:

نعم لا

6- هل تجري أغلب تعاملاتك المالية بالبطاقة الذهبية:

نعم لا أحيانا

المحور الأول: وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية)

الرقم	العبارات	غير موافق	محايد	موافق
أولاً: جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني				
01	خدمات البطاقة الذهبية أكثر ملائمة لاحتياجاتي			
02	تمكنني البطاقة الذهبية من القيام بعمليات السحب طيلة أيام الأسبوع بما فيها أيام العطل عبر جميع الموزعات الآلية			
03	تعد جودة خدمات وسائل الدفع الالكتروني التي يقدمها بريد الجزائر مناسبة			
04	تمكنني جودة وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) من السرية في المعاملات من خلال رقم السري الشخصي			
05	تمكنني جودة وسائل الدفع الالكتروني من القيام بعمليات إيداع الأموال بأمان			
06	يمكنني استرجاع البطاقة الذهبية في حالة ضياعها أو سرقتها			

ثانياً: سهولة الاستخدام				
07	استعمال البطاقة الذهبية في عملية الدفع أكثر سهولة من الطريقة التقليدية			
08	أستحسن الدفع الالكتروني عن الدفع نقداً			
09	أستطيع دفع الفواتير (الكهرباء والماء، الانترنت، شحن الهاتف ...) باستخدام البطاقة الذهبية بكل سهولة			
10	أجد سهولة في دفع ثمن المشتريات باستخدام وسائل الدفع الالكتروني (بطاقة الذهبية)			
11	تسهل البطاقة الذهبية تحويل الأموال من حساب جاري الى حساب جاري آخر			
ثالثاً: توفير الوقت				
12	توفر لي وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) الوقت			
13	تمكنني البطاقة الذهبية من الاطلاع على الرصيد في أي وقت			

			14	تساعدني وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) من القيام بعملية السحب والدفع في أي وقت
			15	أفضل استخدام البطاقة الذهبية عن الشيك لأنها تمتاز بالسرعة وقلة التكلفة وتوفير الوقت والجهد.
المحور الثاني: القرار الشرائي				
			16	يدفعني طول طوابير الانتظار لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني
			17	أجد صعوبة في استخدام خدمات وسائل الدفع الالكتروني مما دفعني لاستخدام خدمات وسائل الدفع التقليدية
			18	تصادفني أعطال في الموزعات الآلية أثناء استعمال البطاقة الذهبية
			19	تواجهني صعوبات في طلب البطاقة الذهبية
			20	تشجعني المعلومات التي أمتلكها حول وسائل الدفع الالكتروني على استخدامها
			21	ترضيني استمرارية خدمات وسائل الدفع الالكتروني طوال اليوم على مدار الأسبوع
			22	أفضل الدفع الالكتروني على الدفع نقدا عند الشراء
			23	أشعر بالرضا عن خدمات وسائل الدفع الالكتروني المقدمة من طرف بريد الجزائر

أشكركم على حسن تعاونكم

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.457	23

Correlations

		وسائل الدفع	القرارات الشرائي
وسائل الدفع	Pearson Correlation	1	-0.026
	Sig. (2-tailed)		0.797
	N	100	100
القرارات الشرائي	Pearson Correlation	-0.026	1
	Sig. (2-tailed)	0.797	
	N	100	100

Statistics

		الجنس	السن	المستوى التعليمي	الوظيفة	التعامل بالبطاقة	إجراء التعاملات
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	3	3	3	3	3	3
Mean		1.5100	2.1900	2.0100	2.0100	1.0400	1.2000
Std. Error of Mean		0.05024	0.05064	0.04605	0.13743	0.01969	0.04020
Std. Deviation		0.50242	0.50642	0.46046	1.37433	0.19695	0.40202
Variance		0.252	0.256	0.212	1.889	0.039	0.162

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.098 ^a	0.010	-0.021	0.21122

a. Predictors: (Constant), جودة وسائل الدفع, توفير الوقت

b. Dependent Variable: القرارات الشرائي

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0.041	3	0.014	0.308	0.820 ^b
Residual	4.283	96	0.045		
Total	4.324	99			

a. Dependent Variable: القرارات الشرائي

b. Predictors: (Constant), جودة وسائل الدفع, توفير الوقت

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
القرار الشرائي	Between Groups	0.027	2	0.013	0.303	0.739
	Within Groups	4.297	97	0.044		
	Total	4.324	99			
جودة وسال الدفع	Between Groups	0.191	2	0.096	1.537	0.220
	Within Groups	6.034	97	0.062		
	Total	6.225	99			
سهولة الاستخدام	Between Groups	0.103	2	0.051	0.702	0.498
	Within Groups	7.104	97	0.073		
	Total	7.206	99			
توفير الوقت	Between Groups	0.062	2	0.031	0.788	0.458
	Within Groups	3.820	97	0.039		
	Total	3.882	99			

ANOVA

القرار الشرائي

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.027	2	0.013	0.303	0.739
Within Groups	4.297	97	0.044		
Total	4.324	99			

السن

ANOVA

القرار الشرائي

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.010	3	0.003	0.073	0.974
Within Groups	4.314	96	0.045		
Total	4.324	99			

الوظيفة

ANOVA

القرار الشرائي

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.085	4	0.021	0.475	0.754
Within Groups	4.239	95	0.045		
Total	4.324	99			

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	49	47.6	49.0	49.0
	أنثى	51	49.5	51.0	100.0
	Total	100	97.1	100.0	
Missing	System	3	2.9		
	Total	103	100.0		

السن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة 19	2	1.9	2.0	2.0
	سنة 20 إلى 40	80	77.7	80.0	82.0
	سنة 41 إلى 60	15	14.6	15.0	97.0
	سنة 60 من أكبر	3	2.9	3.0	100.0
	Total	100	97.1	100.0	
Missing	System	3	2.9		
	Total	103	100.0		

المستوى التعليمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل فما ثانوي	10	9.7	10.0	10.0
	جامعي	79	76.7	79.0	89.0
	عليا دراسات	11	10.7	11.0	100.0
	Total	100	97.1	100.0	
Missing	System	3	2.9		
	Total	103	100.0		

الوظيفة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موظف	60	58.3	60.0	60.0
	حرة أعمال	3	2.9	3.0	63.0
	طالب	22	21.4	22.0	85.0
	متقاعد	6	5.8	6.0	91.0
	بطل	9	8.7	9.0	100.0
	Total	100	97.1	100.0	
Missing	System	3	2.9		
	Total	103	100.0		

التعامل بالبطاقة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	96	93.2	96.0	96.0
	لا	4	3.9	4.0	100.0
	Total	100	97.1	100.0	
Missing	System	3	2.9		
	Total	103	100.0		

إجراء التعاملات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	80	77.7	80.0	80.0
	لا	20	19.4	20.0	100.0
	Total	100	97.1	100.0	
Missing	System	3	2.9		
	Total	103	100.0		

الفهرس

الصفحة	العنوان
IV	الإهداء
V	الشكر
VI	الملخص
VIII-VII	قائمة المحتويات
IX	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
XI	قائمة الملاحق
XII	قائمة الاختصارات والرموز
أ-ب-ت-ث-ج	مقدمة
1	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مفاهيم الأساسية لوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي
3	المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني
3	الفرع الأول : تعريف وسائل الدفع الإلكتروني
4	الفرع الثاني : خصائص وسائل الدفع الإلكتروني
5	الفرع الثالث: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني
7	المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني، ومزاياه وعيوبه
7	الفرع الأول : أنواع وسائل الدفع الإلكتروني
15	الفرع الثاني: مزايا و عيوب وسائل الدفع الإلكتروني
15	أولا : مزايا وسائل الدفع الإلكتروني
16	ثانيا: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني
17	المطلب الثالث: ماهية القرار الشرائي
17	الفرع الأول: تعريف القرار الشرائي
17	الفرع الثاني: المشاركون في القرار الشراء
19	الفرع الثالث: دوافع الشراء
19	المطلب الرابع: أنواع القرار الشرائي، ومراحل اتخاذه، وأهم العوامل المؤثرة فيه
19	الفرع الأول : أنواع القرارات الشرائية
20	الفرع الثاني: مراحل اتخاذ القرار الشرائي
21	الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار الشرائي

22	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
22	المطلب الأول: الدراسات السابقة المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني
25	المطلب الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بالقرار الشرائي
26	المطلب الثالث: الدراسات السابقة المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والقرار الشرائي
30	المطلب الرابع: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
32	خلاصة الفصل
33	الفصل الثاني: واقع تبني مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني و أثره على القرار الشرائي
34	تمهيد
35	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
35	المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة
35	الفرع الأول : تقديم مؤسسة الدراسة
39	الفرع الثاني : تحديد أسلوب الدراسة
40	المطلب الثاني : أدوات تحليل الاحصائية
40	الفرع الأول : منهج البحث
40	الفرع الثاني : الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
42	المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج
42	المطلب الأول: عرض نتائج الاستبيان و تحليلها
42	الفرع الأول: قياس صدق و ثبات أداة الدراسة
42	الفرع الثاني: عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية للعينة
47	الفرع الثالث : تحديد اتجاه آراء العينة حول متغيرات الدراسة
53	المطلب الثاني: النتائج و المناقشة
53	الفرع الأول : اختبار فرضيات الدراسة
64	الفرع الثاني: تفسير و مناقشة النتائج
67	خلاصة الفصل
69	خاتمة
72	المراجع
76	الملاحق
76	الملحق الأول : قائمة الأستاذة المحكمين
77	الملحق الثاني : استمارة الاستبيان
81	ملاحق أخرى
85	الفهرس