



## جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الرقم التسلسلي: ..... / 2023

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماجستير أكاديمي ( ل م د )

فرع: العلوم التجارية  
التخصص: تسويق خدمات

المذكرة موسومة بـ:

### تأثير بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية

إشراف الأستاذ (ة):

- د. أمال حفناوي

من إعداد:

- خليل عثماني

- نوفل بوعكاز

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
رايح بالنور	أستاذ محاضر - أ -	رئيساً
أمال حفناوي	أستاذ محاضر - أ -	مشرفاً ومقرراً
صورية مساني	أستاذ محاضر - أ -	عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2022-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرفان

بعد انجاز هذه الدراسة لا يسعنا إلا أن نحمد الله عز وجل  
الذي أمدنا بالقوة والصبر على مواصلة هذا البحث وإتمامه  
ثم الصلاة والسلام على حبيبنا وشفيعنا قرّة أعيننا  
سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

ونتقدم بجزيل الشكر وعظيم التقدير للدكتورة "آمال حفاوي"  
لقبولها الإشراف على هذه المذكرة، والمتابعة الدائمة لخطوات إعدادها،  
وعلى كل النصائح والتوجيهات التي قدمتها لنا  
وكانت حافزا لإتمام هذا العمل،

كما نتقدم بالشكر وعظيم التقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة  
على كل إرشاد وتوجيه مقدم لنا  
كما نتوجه بالشكر

إلى جميع الأساتذة والطاقم الإداري بكلية العلوم الاقتصادية  
والتجارية وعلوم التسيير كل واحد باسمه  
وإلى كل من ساهموا من قريب أو بعيد  
في انجاز هذا العمل.

## اهداء

بسم الله والصلاة والسلام على الحبيب  
المصطفى صلى الله عليه وسلم،

أهدي عملي هذا الى من أنجباني وعلماني،  
أبي وأمي،

إلى ملجأ الأمان وسر سعادة الحياة إلى سر

ابتسامتي إلى فخري الكبير والديّ حفظهما الله وأطال عمرهما.

إلى أخي وأخواتي إلى كل من زرع التفاؤل بطريقي،

إلى جميع الأصدقاء

إلى كل من شعرنا معه بالأمان والوئام أهدى ثمرة جهدي.

خليل

## اهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين  
محمد صلى الله عليه وسلم.  
أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى  
معنى الحب والحنان إلى بسمة الحياة  
وسند الوجود إلى من علمني الحياة  
إلى والدي حفظهما الله  
وأمدهما بالصحة.  
إلى من أعتمد عليهم وأكتسب قوة محبة لا حدود لها  
إلى إخوتي وأخواتي.  
إلى كل أصدقائي الأقارب  
وكل من يجعلنا نشعر بالطمأنينة  
إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي.

فہرس

المحتویات

الصفحة	الموضوع
/	شكر وعرافان
II_1	فهرس المحتويات
IV_III	قائمة الجداول
V	قائمة الملاحق
أ_د	المقدمة
<b>الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لبطاقات الدفع الإلكتروني وأثرها في التجارة الإلكترونية</b>	
1	تمهيد
2	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية
2	المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لبطاقات الدفع الإلكتروني
9	المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية
15	المطلب الثالث: بطاقات الدفع الإلكتروني وأثرها في تحسين التجارة الإلكترونية
18	المبحث الثاني: تحليل الدراسات السابقة
18	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية
20	المطلب الثاني: عرض الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
21	المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسات السابقة والحالية
24	خلاصة الفصل الأول
<b>الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لدور بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية لمؤسسة سونلغاز تبسة</b>	
26	تمهيد
27	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستعملة في تفعيل التجارة الإلكترونية
27	المطلب الأول: الطريقة المستعملة في الدراسة
29	المطلب الثاني: الأدوات المستعملة في الدراسة
31	المطلب الثالث: تحليل الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني
38	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
38	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
39	المطلب الثاني: تحليل مناقشة نتائج الدراسة
48	المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة

52	خلاصة الفصل الثاني
54	الخاتمة
57	قائمة المراجع
60	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
08	مزايا وعيوب أنظمة الدفع الإلكتروني	1
10	مقارنة بين مرحلتي التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية	2
31	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الأول من سنة 2019	3
31	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني من سنة 2019	4
32	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثالث من سنة 2019	5
32	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الرابع من سنة 2019	6
33	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الأول من سنة 2020	7
33	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني من سنة 2020	8
34	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثالث من سنة 2020.	9
34	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الرابع من سنة 2020	10
35	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الأول من سنة 2021	11
35	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني من سنة 2021	12
36	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثالث من سنة 2021	13
36	الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الرابع من سنة 2021	14
37	الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني خلال (2019-2021)	15
38	تداول الاستبانة	16

39	درجات مقياس ليكارت	17
40	طول خلايا مقياس ليكارت	18
40	قيمة معامل الفا كرونباخ لمحاوَر الاستبيان	19
42	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس للزبائن	20
43	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس للموظفين	21
44	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	22
45	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	23
46	توزيع عينة الدراسة حسب المهنة	24
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الالكتروني	25
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع بطاقة الدفع المستخدمة	26
47	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة وترتيب عبارات المحور الاول	27
50	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة وترتيب عبارات المحور الاول	28
71	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة وترتيب عبارات المحور الثاني	29
78	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة وترتيب عبارات المحور الثاني لاجابات أفراد العينة من الزبائن	30
71	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	31
71	اختبار معامل الارتباط بيرسون	32
72	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	33

قائمة الملاحق:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
60	إستبيان موجه لموظفي و متعاملي مؤسسة سونلغاز	1
70	أسماء محكمي الإستبيان	2
71	الفواتير المسددة إلكترونيا	3
77	بطاقات الدفع الإلكتروني	4
78	اتفاقية التربص	5

# المقدمة

مع التقدم العلمي المتسارع أصبح إستعمال شبكة الأنترنت عملية روتينية في حياة الإنسان، وأصبح لا يستطيع الاستغناء عنها، فقد ساهمت هذه التكنولوجيا في ظهور نوع جديد من التجارة يعرف بالتجارة الإلكترونية حيث أصبحت الأنشطة التجارية تدار عبر شبكة متصلة إلكترونياً تسمح بإبرام العقود والصفقات، وتعتمد التجارة الإلكترونية على نظام الدفع الإلكتروني، الذي ظهر وتطور على حساب تراجع الأساليب التقليدية للدفع، حيث تتيح وسائل الدفع الإلكتروني للزبون إمكانية الدفع إلكترونياً عند إبرامه لعقود تجارية عبر الشبكة المعلوماتية.

لقد سعى الإنسان منذ قدم الزمان إلى إيجاد طريقة لعملية التبادل والدفع، حيث ظهر أسلوب المقايضة عن طريق مبادلة سلعة بأخرى، ثم ظهرت بعد ذلك النقود المعدنية المتمثلة في الذهب والفضة، ثم بعد ذلك تم استبدالها بالنقود الورقية، وقد تطورت وسائل الدفع خاصة بعد ظهور شبكة الأنترنت، الأمر الذي ساهم في تطور التجارة الإلكترونية والتي بدورها أدت إلى انتشار استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني على مستوى العالم، وقد كانت الجزائر من بين الدول التي سعت إلى مسايرة التقدم التكنولوجي والاقتصادي العالمي، وذلك بتبني استخدام هذا النوع من البطاقات كوسيلة دفع جديدة.

## أولاً: إشكالية الدراسة

من خلال ما سبق يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية على النحو الآتي:

ما مدى تأثير بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية لمؤسسة سونلغاز تبسة؟

## ثانياً: الأسئلة الفرعية

في ظل إشكالية الدراسة تتدرج الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يتم استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في مؤسسة سونلغاز تبسة؟
- هل تستخدم مؤسسة سونلغاز تبسة التجارة الإلكترونية؟
- ما هي العوامل المساهمة في تفعيل التجارة الإلكترونية في مؤسسة سونلغاز تبسة؟

## ثالثاً: فرضيات الدراسة

للإجابة على الإشكالية المطروحة وتحقيق الأهداف السابقة تم صياغة الفرضيات الآتية:

**الفرضية الرئيسية:** توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية في مؤسسة سونلغاز تبسة.

### الفرضيات الفرعية:

- 1- تتيح مؤسسة سونلغاز تبسة لزيائنها التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني من أجل تسديد فواتيرهم ومختلف مستحقاتهم المالية تجاه المؤسسة؛
- 2- تستخدم مؤسسة سونلغاز تبسة التجارة الإلكترونية، وذلك عبر مختلف التعاملات الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت التي تتيح المؤسسة للزيائن استخدامها من أجل الاستفادة من الخدمات التي تقدمها المؤسسة وتسديد ثمنها.
- 3- العامل الذي يساهم في تفعيل التجارة الإلكترونية في مؤسسة سونلغاز تبسة هو توفر الأنترنت والحواسيب المتطورة في المؤسسة.

### رابعاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في إظهار أهمية بطاقات الدفع الإلكتروني ومزايا استخدامها بالنسبة للمؤسسات والزيائن على حد سواء، وكذا دورها في تحسين وتفعيل التجارة الإلكترونية.

### خامساً: أسباب الدراسة

هناك عدة أسباب دفعت إلى اختيار موضوع الدراسة منها:

#### اسباب ذاتية:

- ✓ الميل إلى التعرف على موضوع الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.
- ✓ الموضوع في صلب تخصص الطلبة (تسويق الخدمات)

#### اسباب موضوعية:

- ✓ ابراز أهمية بطاقات الدفع الإلكتروني ودورها في تفعيل وتحسين التجارة الإلكترونية.
- ✓ أهمية بطاقات الدفع الإلكتروني وتطور استخداماتها عالمياً.
- ✓ تطور وانتشار التجارة الإلكترونية وأهميتها للمؤسسات.

## سادسا: أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- ✓ التعرف على مفهوم واستخدامات كل من بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.
- ✓ تبيان أهمية بطاقات الدفع الإلكتروني وأثرها في تفعيل التجارة الإلكترونية.
- ✓ أهمية التجارة الإلكترونية وواقع تطبيقها في مؤسسة سونلغاز تبسة.

## سابعا: حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

- الحدود المكانية: شركة انتاج الكهرباء والغاز وحدة الشرق تبسة (مؤسسة سونلغاز تبسة).
- الحدود البشرية: عينة من موظفي مؤسسة سونلغاز تبسة تتكون من 40 موظف، بالإضافة إلى عينة من زبائن المؤسسة (100 زبون).
- الحدود الزمنية: تمت دراسة المعطيات المتعلقة بالموضوع في المؤسسة خلال الفترة (2019-2021)، كما تم اجراء الدراسة الميدانية من خلال الملاحظة والاستبيان خلال الفترة (من 14 مارس 2023 إلى غاية 22 أبريل 2023)

## ثامنا: منهجية الدراسة

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة الحالة من خلال الدراسة الميدانية وجمع المعلومات اللازمة من خلال الملاحظة والاستبيان وتحليلها باستخدام برنامج SPSS.

## تاسعا: صعوبات الدراسة

لم تخلو الدراسة من بعض الصعوبات منها:

- ✓ عدم توفر معطيات لعدم إكتمالها بعد في المؤسسة، وذلك لتأثرها بجائحة كورونا؛
- ✓ توفر المعلومات في المقالات أكثر من الكتب؛
- ✓ قلة المراجع المتعلقة بموضوع بطاقات الدفع الإلكتروني؛

- ✓ صعوبة الحصول على بعض المعلومات التطبيقية من المؤسسة؛
- ✓ إنشغال موظفي المؤسسة وعدم تعاملهم باللغة العربية مما أدى إلى صعوبة ترجمة المصطلحات.

## عاشرا: هيكل الدراسة

تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين، حيث تناول الفصل الأول الأدبيات النظرية لبطاقات الدفع الإلكتروني وأثرها على التجارة الإلكترونية، والذي قسم بدوره الى مبحثين كان الأول حول مفاهيم أساسية حول بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، أما الثاني فتناول تحليل الدراسات السابقة.

وتم في الفصل الثاني التطرق الى التعريف بمؤسسة سونلغاز تبسة محل الدراسة من أجل معرفة الدور الذي تلعبه بطاقات الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تفعيل التجارة الإلكترونية، حيث تم تقسيمه كذلك الى مبحثين، تناول المبحث الأول الطريقة والادوات المستعملة في تفعيل التجارة الإلكترونية في المؤسسة، والمبحث الثاني تم فيه عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

# الفصل الأول

الأدبيات النظرية لبطاقات الدفع

الإلكتروني وأثرها في التجارة

الإلكترونية

## تمهيد

لقد غيرت الأنترنت وجه عالم التجارة، وساهمت هذه الشبكة العالمية في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية، والتي تمثل واحدة من المصطلحات الجديدة والتي كان لها دور فعال في عمليات الدفع الإلكتروني، حيث سنتعرض في هذا الفصل إلى الالمام بالمفاهيم الأساسية والأهداف المرجوة من بطاقات الدفع الإلكتروني والدور الذي تلعبه في تفعيل التجارة الإلكترونية.

وعليه تم تقسيم هذا الفصل على النحو التالي:

**المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.**

**المبحث الثاني: تحليل الدراسات السابقة**

## المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى مفاهيم وأساسيات حول بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية وكذلك أثر بطاقات الدفع الإلكتروني على التجارة الإلكترونية.

### المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لبطاقات الدفع الإلكتروني

وهذا من خلال التعرف على المفاهيم الأساسية لبطاقات الدفع الإلكتروني أو بطاقات الائتمان.

#### أولاً: مفهوم وأنواع بطاقات الدفع الإلكتروني:

##### 1. نشأة بطاقات الدفع الإلكتروني وتطورها:

بدأت تظهر بطاقات الدفع الإلكتروني منذ عام 1914 وكان ذلك عندما أصدرت بعض شركات البترول الأمريكية في الولايات المتحدة الأمريكية بطاقات لعملائها من أجل استخدامها في شراء بعض مشتقات البترول من المحطات التابعة لها. وتتم تسوية هذه العمليات في نهاية كل مدة زمنية متفق عليها، لكن النشأة الحقيقية كانت في عام 1950. إذ بدأت تظهر بطاقات الائتمان أو الدفع الإلكتروني في صورة بطاقات المحلات التجارية، ثم بعد ذلك في بطاقات السفر، ومن بعدها في بطاقات الترفيه TRAVEL and ENTERTAINMENT-CARD التي يطلق عليها اسم CHARGE - CARDS ثم بطاقات الائتمان CREDIT - CARDS.

أما الأنواع الأخرى من البطاقات التي تصدر عن الشركات المالية التي والبنوك التجارية، والتي تسمى ببطاقات الدفع الائتمان، فهذه الأنواع من البطاقات تعد ربحية تقوم على علاقة ثلاثية (بنك أو منظمة) وحامل البطاقة والتجار.<sup>1</sup>

##### 2. تعريف بطاقات الدفع الإلكتروني

هناك العديد من التعاريف منها ما يلي:<sup>2</sup>

قدم المؤتمر الفقهي الإسلامي في دورته السابعة بجدة عام 1414 هـ، 1993م تعريفاً لبطاقات الدفع الإلكتروني أو كما يطلق عليها بطاقات الائتمان فقال: هو مستند يعطيه مصدره لشخص معين بناء على عقد

<sup>1</sup> - جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008، ص ص 25، 26.

<sup>2</sup> - نفس المرجع السابق، ص ص 21، 22.

بينهما يمكنه من شراء السلع والخدمات ممن يعتمد المستند دون دفع الثمن حالاً لتضمينه التزام المصدر فع، ومنها ما يمكن من سحب النقود من المصارف والشركات المالية، وكما أشارت النشرة الصادرة عن مركز البطاقات بالبنك الأهلي المصري إلى أن بطاقات الدفع البلاستيكية هي أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات أصبحت مقبولة على نطاق محلي ودولي لدى الأفراد والمصارف والتجار كبديل للنقود، وتستخدم لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحاملها.

وجاء في تعريف آخر بأنها عبارة عن الأدوات التي تقوم المؤسسات المالية والبنوك بإصدارها للعمال حيث تضمن انتقال الأموال التي هي في الأساس سلعة أو خدمة، من طرف إلى طرف آخر بشكل إلكتروني باستخدام التقنيات الحديثة المعدة من طرف مصدر هذه المعلومات<sup>1</sup>.

وهي "تلك الأداة المقبولة اجتماعياً من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وتسييد الديون، وتدخل في زمرة وسائل الدفع الإلكتروني إلى جانب النقود القانونية"<sup>2</sup>.

كما عرفت بطاقات الدفع الإلكترونيين أو الائتمان على أنها بطاقات تصدر بواسطة مؤسسة مالية باسم أحد الأشخاص وتقوم تلك البطاقة بوظيفتي الوفاء والائتمان، أي أن حاملها يملك إمكانية تتبع سداد المبالغ التي استخدمها في الاعتماد المفتوح جانب مصدر البطاقة.

لبطاقات الدفع الإلكتروني عدة مصطلحات تدور في معنى واحد منها بطاقات الدفع البلاستيكية أو ما يعرف ببطاقة الاعتماد أو بطاقة الائتمان وهو الاسم الأكثر استخداماً، فبطاقات الدفع الصادرة عن البنوك والمؤسسات المالية تصلح لأن تكون أداة وفاء، وذلك بخلاف البطاقات الصادرة عن محلات السلسلة التي تسمح للعميل بالشراء من أي فرع من فروعها باستخدام بطاقتها التي تصدرها، وتتخذ أغلب البطاقات شكلاً مستطيلاً مساحته (8x5) سم تتضمن هذه البيانات:

- اسم الهيئة الدولية وشعارها مثل: VISA - CARD - MASTER إضافة إلى اسم البنك المصدر لها (إن وجد) حيث أن البطاقة قد تصدر مباشرة عن الشركة.

- رقم البطاقة، اسم حاملها، تاريخه الإصدار، تاريخ الصلاحية أو الانتهاء.

<sup>1</sup>قيمش خولة، بلعة جويده، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر، جامعة فرحات عباس سطيف، 2020، ص83  
<sup>2</sup>أم الخير فوق، حنان طهاري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة القانونية والاجتماعية، المجلد السابع، العدد الأول، جامعة عمار تليجي الأغواط، مارس 2022، ص913

- شريط نموذج توقيع حامل البطاقة وهو شريط مستطيل ممغنط بطول البطاقة لتسهيل إدخالها في آلات محددة للتحقق من صحتها فضلا عن آلات سحب النقود.

مما سبق يمكن تعريف بطاقات الدفع الإلكتروني على أنها بطاقات بلاستيكية تحتوي على شريحة رقمية تمكن مستخدمها من الاتصال بحسابه في البنك أو المؤسسة المالية التي يتعامل معها المستخدم أو الزبون، وبالتالي تمكنه هذه البطاقة من دفع الأموال أو سحبها من الحساب أو الشراء بهاته البطاقة، وكل هذا يكون بطريقة الكترونية 100%، نقصد بطريقة الكترونية عدم وجود أي حوالات أو أي أموال مادية *NO CASH*، وبالتالي فإن بطاقات الدفع الإلكتروني هي الطريقة الأثمن لدفع واستخدام الأموال في وقتنا الحالي مع كثرة وجود الأموال المزورة.

### خصائص بطاقات الدفع الإلكتروني

تعددت خصائص الدفع الإلكتروني نتيجة تعدد أشكاله، ونذكر أهمها فيما يلي:<sup>1</sup>

- ✓ تتسم بالصفة الدولية: أي أنها وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية العمليات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين مختلف المستخدمين في شتى أنحاء العالم
- ✓ يتم الدفع من خلال استخدام نقود إلكترونية محفوظة بشكل إلكتروني بين المستخدمين ويتم الوفاء بها إلكترونيا
- ✓ تتطلب توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد وذلك لتسهيل تعاملات الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.
- ✓ تشترك أنظمة الدفع الإلكتروني في أنها وسيلة لانتقال النقود من شخص لآخر، ومن مجموعة لأخرى عبر شبكة الانترنت دون الحاجة الى اللقاء وجها وجها.
- ✓ يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم .
- ✓ يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>لقطاف عقبة، بومعراف فاطمة الزهراء، الواقع المحاسبي لوسائل الدفع الإلكتروني، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد7، العدد الأول، جامعة محمد خيضر بسكرة، جوان 2021، ص309.  
بحماوي الشريف، بطاقات الدفع الإلكتروني و دورها في تفعيل التجارة الإلكترونية ، مجلة القانون و التنمية المحلية،  
<sup>2</sup>المجلد الأول، العدد الثاني، جوان 2019، ص126

## ثانياً: أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني

يمكن تصنيف أنواع بطاقة الدفع الإلكتروني إلى ما يلي:

### 1. من حيث التعامل بها: وتتمثل فيما يلي:

#### أ- بطاقات الخصم أو القيد المباشر أو الفوري DEBIT – CARD

يعد هذا النوع من أنواع البطاقات الائتمانية أداة وفاء لا يمكن اعتبارها بأي شكل من الأشكال أداة ائتمان، لأنها لا تعطي العميل أجلاً لفترة من الزمن فمن الواجب على العميل حامل هذه البطاقة أن يكون قد سبق له فتح حساب في هذا البنك ويكون الحساب جارياً

ب- بطاقات الخصم الشهري أو بطاقة الدين (CHARGE CARD): في هذا النوع من بطاقات الائتمان قد تستخدم البطاقة كأداة وفاء وائتمان في الوقت نفسه، فيقوم البنك بإصدار هذا النوع من البطاقات ولا يشترط على العميل صاحب الحساب الجاري أن يكون قد دفع في حسابه مبلغاً في حده الأدنى مساوياً الحد الأعلى للقيمة المسموح استخدام البطاقة بها.

ج- بطاقة الدفع الفرضية أو التسديد بالأقساط CREDIT CARD: البطاقات إلا أن الاختلاف بينهم قد يكون في وقت دفع المستحقات، فإن حامل البطاقة يدفع كل المستحقات بأقساط دورية متناسبة مع دخله.<sup>1</sup> إن هذا النوع من البطاقات يقوم على مبدأ عدم الدفع المسبق لمصدر هذه البطاقة شأنه شأن النوع الثاني من أنواع

د البطاقة الذكية SMART CARD<sup>2</sup>: هي بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية، والتأكد من سلامة كل معاملة من الخداع، وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الحواسيب، والتي تتطلب تفويض أو تأكيد صلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع .

<sup>1</sup> - جلال عايد الشورة، مرجع سابق، ص 28-30

<sup>2</sup> \_ بحماوي الشريف، بطاقات الدفع الإلكتروني و دورها في تفعيل التجارة الإلكترونية ، مجلة القانون و التنمية المحلية، المجلد الأول، العدد الثاني، جوان 2019،

## 2. من حيث المزايا التي تمنح لحاملها:<sup>1</sup>

أ- **البطاقات العادية أو الفضية:** هذا النوع من البطاقات يعطي لحامله حدا من الائتمان منخفضا نسبيا فيمنح هذا النوع لمعظم العملاء عندما يتوافر الحد الأدنى من المتطلبات المطلوبة، كما يوفر لحاملها القدرة على الشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك، وأجهزة الصراف الآلي والمؤسسات المالية الأخرى

ب- **البطاقات الذهبية:** إن المنظمات راعية هذا النوع من البطاقات تعطي حاملها حدا مالي من الائتمان مثل visa ، كما أن البعض الآخر يعطي حاملها ائتمانا غير محدد بسقف AMERICAN-EXEPRESS ، فهذا النوع يصدر للعملاء أصحاب الأموال، فحامل هذه البطاقات تضاف إليه بعض المزايا الأخرى الممنوحة له مجانا مثل التأمين ضد الحوادث ويحصل على استشارات طبية وقانونية مجانا، كما يتم توصيل الرسائل إلى أنحاء العالم كلها، الحجز في الفنادق وشركات الطيران وفي اغلب الأحيان تزيد رسوم الاشتراك على حامل البطاقة الفضية.

## 3. من حيث الاستخدام:

وتتمثل فيما يلي:

أ - **بطاقة الائتمان العادية:** إن بطاقات الائتمان العادية هي أكثر أنواع البطاقات استخداما، فهي تستخدم في الشراء والحصول على خدمات وإمكانياتها في السحب النقدي من الصراف الآلي أو من البنوك التي تكون مشتركة في عضوية هذه البطاقة.

ب- **بطاقة السحب النقدي الإلكترونية: (CASH - CARD - ATM.CARD):** تستخدم هذه البطاقة في عملية سحب النقود سواء أكان صراف آلي محلي أو دولي أو الأجهزة التي تقرأ الأشرطة الممغنطة التي تحصل عليها البنوك من مصدر هذه البطاقة وتكون تلك البنوك مشتركة في عضوية منه البطاقات.

ج- **البطاقات المحلية:** إن هذا النوع من البطاقات لا يستخدم إلا داخل حدود البنك ونفس الإقليم والعملة مثل البطاقة الذهبية في الجزائر.

4. **من حيث الجهة المصدرة لها:** أشهرها وأكثرها استعمال VISA-MASTER CARD وتصدر هذه الأنواع من البطاقات من جميع بنوك العالم المشاركة في عضويتها فتصدر برعاية منظمات عالمية.

<sup>1</sup>- جلال عايد الشورة، مرجع سابق، ص28-30

- AMERICAN - EXPRESS هذا النوع من البطاقات يصدر من مؤسسة مالية واحدة وهي التي تشرف على عملية اصدارها وتعمل على تسوية عملياتها مع التجار.

5. من حيث نوع الضمان: قد يطلب مصدر البطاقة سواء كان بنكا أم مؤسسة مالية كبرى من عميله أن يقدم ضمانا عينيا (جزئيا أو كليا) أو شخصيا، فيعتمد قبول هذا الضمان على ثقته بالعميل وملاءته المالية وتاريخه المالي مع البنك أو المؤسسة المالية.

### ثالثا: خطوات وإجراءات عملية الدفع الإكتروني

نظرا لارتباط عملية الدفع الإكتروني بمجموعة الأنشطة التي تتمحور في إطار التطبيقات المختلفة للتجارة الإكترونية والتي يفترض أن تنتمي جميعا من خلال صيغة من صيغ الدفع الإكتروني عليه، تتباين طبيعة وعدد الخطوات والإجراءات التي تستلزمها عملية الدفع الإكتروني بتباين هذه التطبيقات على سبيل المثال فإن الخطوات والإجراءات الخاصة بإنجاز عملية الدفع الإكتروني في تطبيقات الحكومة الإكترونية تختلف عن الخطوات والإجراءات خاصة بعملية الدفع الإكتروني في تطبيقات المزادات الإكترونية أو السياحة الإكترونية أو الحجز الإكتروني. من هنا ولأجل إعطاء تصور عن هذه الخطوات والإجراءات نعرض في أدناه خطوات وإجراءات عملية الدفع الإكتروني في تطبيقات التجارة الإكترونية باعتماد موقع « paypal »<sup>1</sup>.

- ✓ إختيار نوع الحساب
- ✓ الدخول إلى حساب موقع paypal
- ✓ إدخال الرقم السري والبيانات الأخرى ذات العلاقة
- ✓ تفعيل الحساب الشخصي
- ✓ إدخال بيانات البطاقة الائتمانية
- ✓ استحضار قائمة الشراء
- ✓ مراجعة الحساب وتسديد القيمة

رابعا: أطراف التعامل ببطاقة الدفع أو الائتمان

تتمثل فيما يلي:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإكترونية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، ص 180.

<sup>2</sup> - جلال عايد الشورة، مرجع سابق، ص 35-37.

1. **المركز العالمي للبطاقة:** هي مؤسسة عالمية تقوم بعملية إنشاء البطاقات، وتتولى رعايتها وتصدر تراخيص للبنوك الموجودة في جميع أنحاء العالم بالموافقة على دخولها في عضوية هذه البطاقات.
2. **مصدر البطاقة:** هو البنك أو المؤسسة المالية الكبرى التي لها أدوار عدة ومنها التعاقد مع المركز العالمي للبطاقات من أجل حصولها على ترخيص يسمح لها بإصدار البطاقات من خلال دخولها في عضوية إصدار البطاقات والتعاقد مع التجار المحليين من أجل قبول هذه البطاقات من عملائها لتسوية عملياتهم من شراء أو تقديم خدمات معينة.
3. **التاجر:** إن هذا الوصف يطلق على الشركات أو المؤسسات صاحبة السلع ومحلات البيع ومراكز تقديم الخدمات للجمهور بشكل عام.
4. **حامل البطاقة:** هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة بناء على طلب تم تقديمه للمصدر ووافق على منحهم إياها. لتمكنهم من الشراء بواسطتها أو الحصول على الخدمات وكذلك تمكينهم من السحب النقدي من الصراف الآلي باستخدام البطاقة الممنوحة لهم من مصدر البطاقة.

#### خامسا: مزايا وعيوب أنظمة الدفع الإلكتروني

يوضح الجدول التالي مختلف مزايا وعيوب أنظمة الدفع الإلكتروني:

#### جدول رقم (1): مزايا وعيوب أنظمة الدفع الإلكتروني

العيوب	المزايا	الجهات
<ul style="list-style-type: none"> <li>- زيادة الاقتراض والافاق بما يتجاوز القدرة المالية</li> <li>- عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- سهولة وسر الاستخدام</li> <li>- الأمان وتقادي السرقة والضياع</li> <li>- توفير فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة</li> <li>- إتمام الصفقات فرديا</li> </ul>	حامل البطاقة
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تؤدي مخالفة أو عدم التزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع اسمه في القائمة السوداء مما يترتب على ذلك صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع</li> <li>- تسهم في زيادة المبيعات</li> <li>- نقل عبئ متابعة ديون الزبائن إلى عاتق البنك والشركات المصدرة</li> </ul>	التاجر
<ul style="list-style-type: none"> <li>- خطر تعذر سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم</li> <li>- تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تعزيز الأرباح من خلال الفوائد والرسم والغرامات</li> </ul>	مصدر البطاقة

المصدر: محمد عبد حسين الطائي، التجارة الألكترونية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، ص185.

ومن أهم المشاكل التي تعيق تقدم وانطلاق التجارة الألكترونية هي مشاكل الدفع الإللكتروني، كما أن للنقد الألكتروني مشاكل تتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

أ- **المشكلات النفسية:** مازال العامل النفسي للمتعاملين يقف عائقا أمام التجارة الألكترونية بصفة عامة ووسائل الدفع الألكتروني بصفة خاصة فمن الناحية النفسية نجد أن المتعامل لا يتقبل إبرام الصفقات من خلال لشبكة الانترنت اللهم إذا كانت الصفقات ضئيلة القيمة أما إذا كانت كبيرة القيمة فهو يفضل الالتقاء المباشر بالمتعامل الآخر من خلال عقد مجلس واحد يتم فيه الاتفاق على كافة بنود التعاقد.

ب- **المشكلات التشريعية:** إن أي مستجدات حديثة تعلقو أعلى مجتمع ما لا بد أن يقابلها تطور تشريعي ينظمها ويحتويها، فالقانون أين المجتمع يتطور مجتمع بل لا نغالي إذا قلنا أنه أداة من أدوات تطويره ومن ثم فإن وسائل الدفع الإللكتروني لن يكتب لها نجاحا يذكر إذا ما وقف رجال القانون مكتوفي الأيدي أمام هذه الظاهرة المستحدثة.

ج- **مشكلة عدم الأمان المعلوماتي:** مازالت التجارة الألكترونية تواجه بعض المخاطر التقليدية التي تواجهها أنظمة المعلومات، وذلك مثل الفيروسات الإللكترونية التي يمكن أن نصيب النظام المعلوماتي بالشلل، ومثل عمليات القرصنة التي تتم على أرقام بطاقات الائتمان، بل وعلى الأنظمة الألكترونية للبنوك والمؤسسات المالية والتي من خلالها يتم معرفة أرقام حسابات العملاء والتحويل غير المشروع الأموال، ومثل عمليات النصب الألكتروني التي تمارسها بعض مواقع الانترنت لابتزاز المتعاملين أو المستهلكين.

## المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي للتجارة الإللكترونية

### أولا: التطور التاريخي للتجارة الإللكترونية

مر التطور التاريخي للتجارة الإللكترونية عبر حقتين زمنيتين وفيما يلي موجزهما:<sup>2</sup>

#### 1. التجارة الألكترونية: حقبة أولى e-commerce I

<sup>1</sup> منير نوري، التجارة الإللكترونية والتسويق الإللكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص ص217-219.

<sup>2</sup> طارق طه، التسويق والتجارة الألكترونية، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، 2003، ص 328.

وتشير إلى تلك الحقبة الزمنية الممتدة من 1995 وحتى عام 2000 وهي التي شهدت نموا متفجراً Explosive Growth في التعاملات الالكترونية والمعتمدة أو الموجعة بالتقنيات technologie - drive حيث كان تركيز منظمات الأعمال منصبا بصفة اساسية على نمو سائده من تلك التعاملات، وذلك من خلال تبني إستراتيجيات تعتمد على التواجد الالكتروني الفوري الخاص pure online Statinic في غيبة ملموسة للتشريعات الحكومية المختلفة والمنظمة للأعمال الالكترونية Ungovered regulation

## 2. تجارة الكترونية: حقبة ثانية e-commerce II

تتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001 وحتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات إلى التوجه بالاعمال Business driven، وتركيز منظمات الأعمال منصبا على تنمية الأرباح، من خلال تبني إستراتيجيات مختلطة أي تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق وتواجدها الالكتروني على شبكة الإنترنت Clicks and bricks Stratigies في ظل تشريعات حكومية منظمة للأعمال الإلكترونية.

### جدول رقم (2): مقارنة بين مرحلتي التطور التاريخي للتجارة الالكترونية

وجه المقارنة	تجارة الكترونية حقبة أولى	تجارة الكترونية حقبة ثانية
1. التعاملات	- موجهة بالتقنية	- موجهة بالأعمال
2. التركيز	- على عائد التعاملات	- على أرباح طويلة الأجل
3. استراتيجيات	- تعتمد على التواجد الالكتروني الفوري الخاص على الانترنت	- تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق وتواجدها الالكتروني على شبكة الانترنت
4. التشريعات	- غيبة التشريعات الحكومية المنظمة للأعمال الالكترونية	- وجود تشريعات حكومية منظمة للأعمال الالكترونية

المصدر: طارق طه، التسويق والتجارة الالكترونية، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، 2003، ص328.

### ثانيا: مفاهيم التجارة الالكترونية في أدبيات الفكر التسويقي

تمثل التجارة الالكترونية في أدبيات الفكر التسويقي المعاصر إحدى مظاهر توظيف التقنيات الرقمية digital technology في مجال الأعمال والهادفة إلى خلق مزيد من القيمة المسلمة للعميل، من خلال زيادة درجة الملائمات الزمنية والمكانية للمنتجات المقدمة إليه، والعمل على تحسين جودتها بصورة متواصلة.

وتعرف بأنها عمليات بيع وشراء التي تتم عبر شبكة الأنترنت، ويرى الباحثون أن هذا التعريف هو المفهوم السائد الذي يؤخذ به لدى معظم الناس.<sup>1</sup>

بينما تبنى فريق ثالث من الكتاب النظم والتسويق المعاصر مفهوما تقنيا للتجارة الإلكترونية، حيث عرفوها بأنها استخدام الانترنت في إجراء تعاملات الأعمال use internet to transact Business ، وبمعنى أكثر تحديدا استخدام تقنيات الانترنت في إجراء التعاملات التجارية بين المنظمات والأفراد.<sup>2</sup>

وقد عرف بعض كتاب التسويق التجارة الإلكترونية بأنها عمليات تبادل تعتمد على تقنيات شبكات الحاسبات الآلية والانترنت تتم بين أطراف (منظمات وأفراد) بائعة وأخرى مشتريّة. وفي المقابل عرف فريق ثان التجارة الإلكترونية بأنها عملية توفير المعلومات وفرص العمل وإجراء تعاملات في السلع والخدمات بصورة فورية عبر الانترنت.

عرفتها منظمة التجارة العالمية بأنها "عبارة عن عملية انتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة اتصالات، وأضحت أطراف تلك التجارة الإلكترونية يبرمون مختلف العقود الكترونيا".<sup>3</sup>

وبالتالي يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بأنها "عمليات بيع وشراء السلع والمنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين من خلال شبكات الحاسبات الآلية والانترنت".

### ثالثا: خصائص المنظومة المعتمدة على التجارة الإلكترونية

يعتبر فهم طبيعة وخصائص منظومة العمل الجديد مؤشر نجاح العمل بالتجارة الإلكترونية، وأهم ميزات منظومة العمل القائمة على التجارة الإلكترونية ما يلي:<sup>4</sup>

- الإعتماد على تكنولوجيا المعلومات في كل المجالات.
- الهيكلية الكاملة لكافة العمليات الإدارية بمختلف أنحاءها.
- التنسيق بين قوة عمل ماهرة وكفاءة متميزة مع مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات.

<sup>1</sup>اسمل سامية أحمد، أحمد تهاني أبو القاسم، تحديات التحاسب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 9، العدد 2، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، 2021، ص15.

<sup>2</sup>- طارق طه، مرجع سابق، ص315.

<sup>3</sup>سعاد قصعة، الوساطة الإلكترونية كوسيلة بديلة لحل منازعات التجارة الإلكترونية، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد التاسع، الإصدار الثاني، العدد 18، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2020، ص13.

<sup>4</sup>- أحمد باشي، واقع آفاق التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، دون ذكر السنة، ص 74-75.

- إمتصاص العمالة نسبة للعمليات المنجزة.
- إحداث تغيير جذري فيما يخص إدارات التسويق.
- التمكن من التحكم في الوقت خلال تنفيذ العمليات الذي يزيد من ربحية المؤسسة.
- التركيز على كافة المتطلبات وإستعمال منظومة التعامل بذكاء.
- زيادة الكفاءة الإنتاجية للمنتجات التي توزعها المؤسسة والتطلع للوصول إلى نتائج حسب الطلب.
- ضمان تبادل المراسلات الداخلية والخارجية للمؤسسة عن طريق البريد الإلكتروني.

#### رابعاً: أنواع التجارة الإلكترونية

بالنسبة لمنظمات التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي يتم التمييز بين التجارة الإلكترونية بين الشركات التي تعكس شكل التجارة الإلكترونية الموجودة منذ عشرات السنين بين الشركات، والتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين التي تتطور بسرعة بفضل الانترنت، وكل نوع يتضمن أنواعاً تتاسب من التجارة الإلكترونية كما يلي:<sup>1</sup>

**1. تجارة الأعمال مع الأعمال: Business to Business** بدأت التجارة الإلكترونية في مجال التحويلات المالية بين المؤسسات المالية الكبرى، وهو ما يعرف بـ: *firm to firm trade*، ثم انتشرت بين مختلف قطاعات الأعمال ومجالاته وامتدت لتشمل حلقات الأعمال المختلفة لتعم الروابط والعلاقات الأساسية مثل التسويق والتحضير للأعمال واستيراد المواد الأولية، ومن ثم أصبحت تعرف *Business to Business*.

**2. تجارة الأعمال مع المستهلكين Business to consumers** يتضمن ذلك بعض الأفراد الذين يبيعون خدماتهم للشركات أو الذين يلجؤون للشركات للمساعدة في بيع خدماتهم. وتشير إلى تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين المستهلكين الأفراد والبائعين ومنظمات أعمال مشتريه. ومثال ذلك عندما يقوم الفرد ببيع منزل يمتلكه من خلال الانترنت إلى منظمة أعمال مشتريه، وتضع هذه الفئة طرفاً ثالثاً وسيطاً لأن معظم البائعين من المستهلكين الأفراد لا يملكون مواقع متخصصة على شبكة الانترنت، تقوم بعرض منتجات البائعين الأفراد، وتلقى طلبات الشراء وذلك مقابل عمولة أو مجاناً، ويعد موقع [www.bayonline.com](http://www.bayonline.com) مثال واضحاً لهذه الفئة.<sup>2</sup>

**3. تجارة الأعمال مع الحكومة Business to government:** ينال هذا النوع من التجارة تركيزاً واهتماماً متزايداً من قبل مختلف الحكومات، حيث يحرص الكثير منها على إجراء تطوير وتحديث في أداء

<sup>1</sup>- نوير منير، مرجع يابقي، ص13.

<sup>2</sup>- نفس المرجع السابق، ص 15.

الأعمال المختلفة التابعة لها، وذلك بازياد الاعتماد على الوسائل الإلكترونيّة في الحصول على السلع والخدمات التي تنتجها أو تقديمها دوائر قطاعات الأعمال في إطار ما يعرف بالحكومة الإلكترونيّة، ويعطي هذا النوع جميع التحويلات مثل دفع الضرائب والتعاملات بين الشركات وهيئات الإدارة المحليّة الحكومية، حيث تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوائح والرسوم

**4. تجارة المستهلك مع المستهلك Consumer to Consumer:** تتمثل في تعاملات التجارة الإلكترونيّة التي تتم بين المستهلكين الأفراد وبعضهم على شبكة الانترنت، أي بين مستهلك بائع ومستهلك مشتري، ومثال ذلك عندما يحاول مستهلك بيع سيارته المستعملة إلى مستهلك آخر من خلال الانترنت، وبالتالي فإن فئة التجارة الإلكترونيّة "مستهلك - مستهلك" تضم طرفا ثالثا يتمثل في المؤسسات التي لها مواقع على الانترنت.

**5. فئة مستهلك-حكومة Consumer to government:** هذا يشمل التفاعل الإلكتروني في مجال الخدمات والمعاملات الرسمية بين الحكومة والأفراد، ويمكن اعتبار التعامل ما بين المؤسسات الحكومية من جهة والأفراد من جهة ثانية جزء من مفهوم الحكومة الإلكترونيّة.

**6. فئة حكومة مع الحكومة Government to government:** وتشمل تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية، ما يمكنها أن تشمل أعمالا تجارية، كأن تنقل هيئة سكك الحديدية سلعا لحساب إحدى الوزارات، والهدف هنا هو جعل الفئات الحكومية تعمل فيما بينها لتقديم خدمات أفضل للمواطنين وذلك من خلال الاستفادة والمشاركة من المعلومات المقدمة من المستخدمين، أو مشاركة الأجهزة الحكومية لبعضها في تبادل المعلومات، سواء بين الإدارات في نفس الجهاز أو بين الجهاز والأجهزة الأخرى على المستوى الدولي أو الوطني أو المحلي، بهدف تخفيف تكاليفها والسرعة في إنجاز الأعمال، وتقليل أعداد الموظفين وتقديم خدمة أفضل.

#### خامسا: مجالات التجارة الإلكترونيّة:

قبل التطرق إلى مجالات التجارة، نحاول إبراز مراحل تنفيذ التجارة الإلكترونيّة والتي تمر بثلاث مراحل أساسية على النحو التالي:<sup>1</sup>

**1. مرحلة الإعلان والبحث:** من خلال التعرف على البضاعة المطلوب شراؤها والتفاعل بين المنتج والمستهلك أو البائع والمشتري

<sup>1</sup>بوعافية الرشيد، (دور النقود الإلكترونيّة في تطوير التجارة الإلكترونيّة)، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد2، المركز الجامعي تيبازة، سبتمبر 2014، ص122.

2. مرحلة طلب الشراء والدفع: وذلك بعد الإتفاق على صيغة وعملية الشراء

3. مرحلة التسليم: ترتبط بنوع البضاعة، فقد يتم إستلام البضاعة إلكترونيا أو عن طريق صيغة أخرى لابد من الاتفاق عنها.

أما مجالات استخدام التجارة الإلكترونية فهي تستخدم في كل القطاعات الخاصة والعامة، الكبيرة والصغيرة ويمكن حصر كل ذلك في القطاعات التالية:

1. قطاع المؤسسات المتوسطة والصغيرة: من خلال البيع بالتجزئة مثل تجارة الكتب والمجلات، ويتم الدفع بطريقة إلكترونيا، أما الإستلام فيكون عن بعد أو من خلال مؤسسات النشر.
2. قطاع المصارف والتمويل: من خلال تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي أدت إلى ظهور المصارف الإلكترونية، والأسواق الإلكترونية المالية، ولعل أبسط هذه الخدمات منها، كشف الحساب وبطاقة القرض، ومتابعة أسعار البورصة والاستثمار عن بعد.
3. قطاع الهندسة: من خلال الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه، من خلال مجموعة عمل.

بالإضافة إلى قطاع الحكومات من خلال الحكومة الإلكترونية وقطاعات أخرى.

سادسا: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية:

### 1. مزايا التجارة الإلكترونية: <sup>1</sup>

- يمكن للتجارة الإلكترونية زيادة المبيعات وخفض التكاليف والإعلان الجيد على موقع (web) يمكن أن يأتي برسالة ترويج لمنشأة صغيرة إلى عملاء محتملين في كل بلاد العالم، ويمكن للمنشأة استخدام التجارة الإلكترونية للتوصل إلى قطاعات عريضة للسوق المنتشرة جغرافيا فالموقع (web) يعتمد بصفة خاصة في خلق مجتمعات واقعية تصير أسواقا نموذجية مستهدفة لأنواع معينة من المنتجات أو الخدمات.

- ويمكن للأعمال أن تنقص تكلفة تناول استعلامات المبيعات وتقديم عروض الأسعار وتحديد مدى إتاحة المنتج باستخدام التجارة الإلكترونية في دعم المبيعات، وعمليات تلقي الطلبات، ونظم Cisco تتبع حاليا تقريبا كل معدات كمبيوتر من خلال موقعها (WEB)

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص 27.

- بمجرد أن تزيد التجارة الإلكترونية فرص المبيعات للبائع، فهي تزيد فرص شراء للمشتري، ويمكن "مؤسسة أعمال" أن تستخدم التجارة الإلكترونية في عملياتها الشرائية للتعرف على الموردين الجدد والشركاء الأعمال والتفاوض على الأسعار وشروط التسليم.

- تمد التجارة الإلكترونية المشتريين بمدى أوسع من الخيارات عن التجارات التقليدية.

- تمتد منافع التجارة الإلكترونية إلى الرخاء العام للمجتمع، فالمدفوعات الإلكترونية للمستندات الضريبية والتقاعد العام والمساعدات الاجتماعية تكلف في إصدارها ووصولها بأمان وسرعة عند دفعها عبر الانترنت.

## 2. عيوب التجارة الإلكترونية :

- بعض أنشطة الأعمال لا يمكن بحال أن تدخل في التجارة الإلكترونية وغالباً تحسب الأعمال أرقام العائد على رأس مال قبل استخدامها لي تكنولوجيا جديدة، وكان هذا صعباً عمله بالنسبة للاستثمارات في التجارة الإلكترونية، لأن التكاليف والمنافع كان من الصعب تحديدهما كميًا، فتكاليف التي هي أساس التكنولوجيا ممكن أن تتغير تغيراً درامياً خلال حتى تنفيذ مشروعات تجارة الإلكترونية قصيرة الأجل.

- بالإضافة إلى مسألتي التكنولوجيا والبرمجيات فإن كثيراً من شركات الأعمال واجهت مصائب ثقافية وقانونية لإجراء التجارة الإلكترونية فبعض المستهلكين لا يزالون خائفين نوعاً ما من إرسال أرقام بطاقات ائتمانهم الانترنت ومستهلكون آخرون مجرد مقاومون للتغيير ولا يرتاحون أن تتم المتاجرة على شاشة بطاقات ائتمان الكمبيوتر بدلاً من أن تكون شخصية.

## المطلب الثالث: بطاقات الدفع الإلكتروني وأثرها في تحسين التجارة الإلكترونية في الجزائر

تعتمد التجارة الإلكترونية على نظام الدفع الإلكتروني، الذي ظهر وتطور على حساب تراجع الأساليب التقليدية للدفع التي لا تتناسب مع ما تقتضيه معاملات التجارة الإلكترونية، ولقد اعتبر المشرع الجزائري وسيلة الدفع الإلكتروني كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به حيث تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة الكترونية.<sup>1</sup>

تلعب بطاقات الدفع الإلكتروني دوراً كبيراً في ممارسة التجارة الإلكترونية، بحيث يعتبر أكثر ملاءمة للاستخدام، وأكثر سرعة وفعالية ويعتبر في نفس الوقت اقتصادياً وقل تكلفاً، إذ يتيح للمتعاملين إمكانية

<sup>1</sup> - دويني مختار، وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، المجلد السابع، العدد الأول، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، جوان 2021، ص 194.

استعمالهم لحاسوبهم الخاص أو هواتفهم الذكية المتصلة بالانترنت لإتمام كامل مراحل عملية الدفع في وقت وجيز.<sup>1</sup>

### أولاً: الدفع الائلكتروني في الجزائر

بعدما كانت المراحل الأولى تتم افتراضيا في الجزائر، لاسيما مرحلة البحث عن المنتج سواء سلعة كان أو خدمة، وإنشاء مجلس عقد افتراضي بخصوصه، حيث يتم التفاوض حول بنود العقد وكيفيات تنفيذه بعد إتمام إبرامه، أفرز حتمية استحداث آليات حديثة لدفع وتحويل الأموال الكترونيا عوض الاكتفاء بالسبل التقليدية للمدفوعات، والتي كانت تتم غالبا عن التسليم مما فرض على البنوك ضرورة توفير تقنيات حديثة وإصدار وسائل دفع الكترونية ولقد أبدت البنوك الجزائرية اهتماما بليغا بالتجارة الائلكترونية ووسائل الدفع الحديثة حيث سعت الجزائر لتطوير نظامها البنكي من أجل مواكبة التطور الحاصل عبر العالم وتبني كل ما هو حديث وعصري في هذا المجال، ومن خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الآلية للنقد ونهائيات الدفع الائلكتروني، والانضمام لشبكات الدفع العالمية، على إثر ذلك اعتمد المشرع الجزائري تأسيس هيئات ذات طابع مالي تسعى لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها، بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعلومات المتعلقة بها.

### ثانياً: الدور الفعال للبطاقة البنكية *la carte interbancaire*

على الرغم من التطور الملحوظ لوسائل الدفع الائلكتروني في الجزائر إلا انه لم يرق إلى طموح القائمين على هذا القطاع ومتعامليه، حيث بقي حجم التعاملات الإللكترونية جد محدود خلال سنوات عديدة من اعتماد بطاقة السحب، وهو ما دفع بالمؤسسات المصرفية باستبدالها ببطاقة السحب والدفع بين البنكية *La carte CIB*، حيث تؤدي تلك البطاقة وظيفة مزدوجة تتمثل في تمكين حاملها من السحب المالي عبر الموزع الآلي، كما تمكنه من الدفع الإللكتروني لقيمة السلع والخدمات التي يفتنيها باستعمال وسائل الدفع الإللكترونية المتوفرة في الفضاءات التجارية المنخرطة في شبكة النقد الآلي بين بنكية، حتى ولو لم تكن وسائل الدفع تابعة للبنك المصدر للبطاقة.<sup>2</sup>

### ثالثاً: مساهمة البطاقات البنكية الدولية في تطوير التجارة الائلكترونية في الجزائر

لما بقي استعمال البطاقة بين البنكية مقتصر على داخل الوطن أدى إلى حرمان المتعاملين الجزائريين الحاملين لها من الاتصال بالأسواق العالمية، واقتناء حاجياتهم المختلفة المتوفرة على شبكة الأنترنت نظرا لعدم

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص 200.

<sup>2</sup> دويني مختار، مرجع سابق، ص 201.

تمكنهم من استعمال البطاقة بين بنكية على نطاق عالمي، مما جعل المؤسسات المصرفية الجزائرية تلجأ إلى التعاقد مع الشبكات العالمية في مجال البطاقات المصرفية على غرار فيزا كارد و ماستر كارد .

## المبحث الثاني: تحليل الدراسات السابقة

من خلال المسح المكتبي والاطلاع على العديد من الدراسات والكتب التي تناولت متغيرات الموضوع والعلاقة بينها وبين متغيرات أخرى، سيتم من خلال هذا المبحث عرض ومناقشة أهم الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات الدراسة وتوضيح أوجه الشبه والاختلاف بينها وبين هذه الدراسة.

### المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت الموضوع أنظمة وبطاقات الدفع الإلكتروني وتناولته من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين العربية والأجنبية وسوف يتم عرض جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها، مع تقديم تعليق عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية.

### أولاً: استعراض الدراسات السابقة باللغة العربية

#### 1. الدراسات العربية التي تناولت بطاقات الدفع الإلكتروني:

- دراسة مانع إيمان، رابح مسعي محمد سنة 2022 بعنوان "استخدام زبائن المساحات التجارية لبطاقات الدفع الإلكتروني" حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف عن ثقافة المواطن الجزائري بخصوص استخدامه لوسائل الدفع الإلكتروني حيث أجريت الدراسة الميدانية على مستوى المركز التجاري -عسيلة- وقد تم استخدام المنهج الوصفي وقد اعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة التي وزعت على زبائن المركز التجاري، ولتحقيق أهداف الدراسة شمل الاستبيان عينة ملائمة من زبائن المركز التجاري -عسيلة- ومن ضوء ذلك تم تجميع المعلومات الميدانية وتحليلها وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من البيانات SPSS وتحليلها باستخدام برنامج الخدمات الإحصائية وتوصل إلى النتائج أهمها أن الزبائن بالمركز التجاري -عسيلة- دائماً ما يفضلون الدفع ببطاقات الدفع الإلكترونية هذا ما يدل على نجاح المؤسسة في تقديم مثل هذه الخدمات، ضف إلى ذلك أنها تحقق لهم مزايا عديدة أبرزها توفير الوقت والجهد مع منحهم الشعور بالعصرية والتقدم وأنها تستطيع أن تحل محل الوسائل التقليدية، ومن أبرز المعوقات التي تقف أمام تعميم فكرة الدفع الإلكتروني في الجزائر هو غياب توفير وسائل الدفع.

- دراسة بوداود بومدين، دحو سليمان، صواق عبد القادر سنة 2021 بعنوان "النمذجة البنائية لمساهمات أبعاد الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة كمتغير وسيط، دراسات ميدانية لعينة من مستخدمي بطاقات الدفع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية". حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بمفهوم وأبعاد الأمن السيبراني وتبيان مساهمة في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة كمتغير وسيط لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية مكونة من 214 مفردة حيث تم استخدام منهجية نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) وذلك باستخدام تحليل المسار لاختبار التأثير المباشر وغير المباشر لمتغيرات الدراسة واختبار صلاحية وصدق وثبات نموذج البنائي للدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي Amos22 توصلت الدراسة إلى وجود علاقة تأثير مباشرة لأبعاد الأمن السيبراني في ثقة المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية، كما أكدت هذه الدراسة أن هناك علاقة تأثير مباشرة لأبعاد أمن السيبراني في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال وجود الثقة كمتغير وسيط كما توصلت الدراسة إلى اقتراح نموذج معدل لمساهمة أبعاد الأمن السيبراني في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة كمتغير وسيط.

## 2. الدراسات العربية التي تناولت محور التجارة الإلكترونية:

دراسة لحول فطوم، نهار خالد بن الوليد سنة 2022 بعنوان "تحديات التجارة الإلكترونية وأثرها على النشاط التسويقي خلال جائحة فيروس كورونا بوابة التجارة الإلكترونية بدولة قطر كنموذج للنجاح والتحدي خلال جائحة فيروس كورونا (2019-2021): حيث هدفت هذه الدراسة لمعرفة تحديات التجارة الإلكترونية وأثرها على النشاط التسويقي خاصة في جائحة كورونا من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وأخذ على سبيل المثال التجارة الإلكترونية بدولة قطر لما عرفته من نجاح نمو في التجارة الإلكترونية خلال فترة 2019-2021 فهي ساهمت في تأثير وتبادل وتوزيع البيانات والمعلومات والخدمات والمنتجات بين الأفراد والمؤسسات، وتوصلوا من خلال هذه الدراسة أنه من أجل نجاح التجارة الإلكترونية لابد من توفر البنية التحتية التكنولوجية خاصة في عالمنا العربي الذي يعرف مشاكل وتحديات وصعوبات في ممارسة التجارة الإلكترونية ويعد النشاط التسويقي من أبرز الأعمال التي تقوم بها المؤسسات مع ظهور الانترنت والتجارة الإلكترونية أصبح سهلا على الأفراد احتياجاتهم من منازلهم خاصة مع انتشار فيروس، لكن هذه العمليات لا تخلو من المشاكل والصعوبات مثل الثقة والأمن والخصوصية.

- دراسة لعريجة شيماء، طيار أحسن سنة 2022 بعنوان 'العوامل المؤثرة على تبني التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية باستخدام نموذج العوامل التكنولوجية والتنظيمية -دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل' حيث هدفت هذه الدراسات إلى تحديد العوامل المؤثرة على تبني التجارة الالكترونية من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال دراسة عينة من هذه المؤسسات بولاية جيجل باعتماد على نموذج العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية (TOE) ولتحقيق أهداف الدراسة قاموا بجمع البيانات باستخدام وسيلة الاستبيان، ثم تمت معالجتها بالاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS و باستخدام نظام الانحدار اللوجستي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت في أنه من بين العوامل التكنولوجية نجد أن التعقيد المتصور من تطبيق التجارة الإلكترونية يؤثر إيجابا على قرار تبنيها من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وانطلاقا من النتائج المتوصل إليها قدم الباحثان مجموعة من التوصيات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر وتنمية المهارات المطلوبة منهم لتطبيق التجارة الإلكترونية مع توفير البنية القانونية والتشريعية الآمنة من أجل الحد من الجريمة الإلكترونية وبالتالي تعزيز الثقة وتشجيع المدراء والإطارات للتعامل بالتجارة الإلكترونية.

#### المطلب الثاني: استعراض دراسات سابقة باللغة الأجنبية

- دراسات بن طراد أسماء بعنوان: تداعيات جائحة كوفيد 19 على التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية **The implication of Covid-19 Pandemie one commerce in the Kingdom of Saudi Arabia**: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تداعيات وباء كوفيد 19 على التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية ومدى استجابة سلوك المستهلك للتسوق عبر المنصات الإلكترونية في ظل هذا الوباء بإتباع حظر التجول لمنع الوباء وباستخدام المنهج الوصفي وتحليلي مبني على بعض الإحصائيات التي أظهرت أن فيروس كوفيد 19 دور بارز في زيادة نمو حجم أعمال التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية نتيجة فرضه للتباعد الاجتماعي، الأمر الذي عزز نزعة المستهلكين للتسوق عن الانترنت في فترة وجيزة تنفيذا للقرارات الاحترازية الصادرة عن الملكة العربية السعودية من أجل تعزيز النشاط التجاري لشركاتها للتسليم عبر التجارة الإلكترونية.

- دراسة محمد عبد الكافي أبكر، سوسن عبد الحافظ حسن خطاب، عصام السيد بريمة السيد، عبد العزيز حسين بعنوان "أثر التجارة الإلكترونية على تطوير نظم المعلومات المحاسبية- دراسة ميدانية على عينة مختارة من الشركات التجارية بولاية الخرطوم 2019" **The impact of electronic commerce on the devlopment of accounting information systems " A field study Selected Sample of Commercial companies in Khartoum State 2019** حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف بالتجارة الإلكترونية وأهميتها بالإضافة إلى التعرف على آراء العينية

المختارة من الموظفين المتخصصين في الشركات التجارية بولاية الخرطوم حول تأثير التجارة الإللكترونية على نظم المعلومات المحاسبية، وكانت أهم التوصيات التي أوصت بها الدراسة هي ضرورة أن تسعى الشركات التجارية إلى مواكبة التطورات التي تحدث في ضوء التجارة الإللكترونية.

- دراسة شرون حسينة، مقري صونيا بعنوان "دور التشفير والشهادات المصادقة الإللكترونية في حماية الدفع الإللكتروني **The Role of Encyption And electronic Authentication Certificates in Protecting Electronic payment and** حماية الدفع الإللكتروني: هدفت هذه الدراسة إلى المخاطر الأمنية التي قد يتعرض لها الدفع الإللكتروني، مما يهز ثقة المتعاملين في هذه الوسائل، سيشجع تجاهل هذه المخاطر على المزيد من التعرض لطرق التضمر هذه وهي الحقيقة التي تهدد مستقبل طرق الدفع الإللكتروني، لا يقتصر الأمر على تطوير التقنيات جديدة لمواجهة هذه المخاطر فحسب، بل انه ملتزم أيضا بإيجاد ضمانات يمكن أن تؤسس أمنا قانونيا للتعامل مع طرق الدفع الإللكتروني، قد تأتي الضمانات في نفس الجهة التي توفر هنا الأمان ولكنها غالبا ما تأتي من طرف ثالث لذلك خلال هذه الدراسة ناقشوا تشفير البيانات كوسيلة لتأمين الدفع الإللكتروني، حتى تمكنا من البحث عن المصدقين الإلكترونيين في حماية الدفع الإللكتروني، من خلال البحث في الدور الذي تلعبه شهادات المصادقة الإللكترونية في هذا المجال.

- دراسة بخاري فاطمة بعنوان "تحديات وضرورة تحسين وسائل الدفع الإللكتروني لأداء البنوك في ظل جائحة كورونا - دراسة حالة الجزائر. **Challenges and the need to improve electronic payment methodes for banks performance in light of the Conern a pandewic Algeria case study.** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى إسهام طرق الدفع الإللكتروني في تحسين أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل مواجهة أزمة كوفيد 19 من خلال تحليل وتشخيص واقع استخدام وسائل الدفع الإللكتروني وإبراز أهمها حيث اعتمدوا على المنهج الوصفي لعرض المفاهيم المتعلقة بطرق الدفع الإللكتروني والمنهج التحليل من خلال البيانات الأولية المتمثلة في الإحصاء والأرقام وقراءة البيانات كما توصلوا إلى توفير عددا من المزايا للعملاء وفرصا جديدة للبنوك من خلال تحقيق ميزة تنافسية ومرحة وتوزيع واسع النطاق في ظل أزمة صحية عالمية من خلال إدخال بطاقات دفع جديدة تتناسب مع الطبيعة إعادة ومتطلبات الصيرفة الإللكترونية لكن رغم المجهودات المبذولة لا تزال البنوك الجزائرية تواجه العديد من المعوقات التي شكلت حجر عثرة دون تحقيق القفزة المأمولة وبذلك لا بد من الاستفادة بخبرة بعض الدول الأوروبية.

### المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

أولا: أوجه التشابه وأوجه الاختلاف

1. من حيث الهدف:

- تشابهت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث الهدف حيث تشابهت مع دراسة مانع إيمان ورايح مسعي سنة 2022 من حيث استخدام زبائن المساحات التجارية لبطاقات الدفع الإلكتروني، حيث كان الهدف من هذه الدراسة التعرف عن ثقافة المواطن الجزائري تجاه استخدامه لبطاقات الدفع الإلكتروني وكان الهدف من الدراسة الحالية هو دراسة الشريحة التي تستخدم بطاقة الدفع الإلكتروني ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية. بينما اختلفت هذه الدراسة مع دراسة مانع ومسعي في العينة المدروسة، فعينة هذه الدراسة تشمل موظفي وزبائن مؤسسة سونلغاز تبسة، بينما كانت دراستهم موجهة للزبائن في المركز التجاري عسيلة.
- كانت دراسة بن طراد أسماء بعنوان تداعيات جائحة كوفيد 19 تتحدث عن التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية. تهدف إلى قياس مدى إستجابة سلوك المستهلك للتسوق الإلكتروني في ظل جائحة كوفيد 19. حيث أظهر هذا الأخير دور بارز في زيادة نمو حجم أعمال التجارة الإلكترونية نتيجة فرض التباعد الاجتماعي. الأمر الذي عزز توجه المستهلكين نحو استعمال التسوق عبر الأنترنت. أما الدراسة الحالية فهذفت إلى قياس أثر استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في تعزيز النشاط التجاري لمؤسسة سونلغاز تبسة عبر التجارة الإلكترونية.
- دراسة محمد عبد الكافي أبوبكر، سوسن عبد الحافظ حسن خطاب، عصام السيد بريمة السيد، عبد العزيز حسان، بعنوان أثر التجارة الإلكترونية في تطوير نظم المعلومات المحاسبية دراسة ميدانية على عينة مختارة من الشركات التجارية الخرطوم 2019.
- دراسة العريجة شيماء، طيار أحسن، سنة 2022 بعنوان العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الجزائرية دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية جيجل، هدفت إلى تحديد العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية بينما هدفت الدراسة الحالية إلى توضيح دور بطاقة الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية في مؤسسة سونلغاز تبسة.
- دراسة بوداود بومدين، رحو سليمان، سواق عبد القادر سن 2021 بعنوان النمذجة البنائية لمساهمة الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة كمتغير وسيط دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي بطاقات الدفع الإلكتروني. هدفت إلى التعريف بمفهوم وأبعاد الأمن في استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني وتحقيق رضا المستهلك. أما الدراسات الحالية وهدفت إلى التعريف ببطاقات الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين التجارة الإلكترونية مما يساعد أو يقوم بتحقيق رضا المستهلك أو الزبون عن طريق وجود تسهيلات في طرق الدفع.

- دراسة لحول فطوم، نهار خالد سنة 2022 تحت عنوان التجارة الإلكترونية وأثرها على النشاط التسويقي خلال جائحة كورونا وهذا في أعوام 2019، 2020، 2021. التي هدفت لمعرفة تحديات التجارة الإلكترونية وأثرها على النشاط التسويقي. وكانت العينة المختارة من الموظفين المتخصصين في الشركات التجارية، أما بالنسبة للدراسة الحالية تهدف أيضا بالتعريف بالتجارة الإلكترونية وأهميتها إضافة إلى أن العينة المختارة كانت من موظفي مؤسسة سونلغاز تبسة.
- دراسة بوخاري فاطمة بعنوان تحديات وضرورة تحسين وسائل الدفع الإلكتروني لأداء البنوك في ظل جائحة كورونا وعرض المفاهيم المختلفة بطرق الدفع الإلكتروني. أما فيما يخص الدراسة الحالية فهذفت إلى دور بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية.
- دراسة شرون حسينة، مقري صونيا بعنوان دور التشفير والشهادات المصادقة الإلكترونية في حماية الدفع الإلكتروني. هدفت هذه الدراسة إلى حماية الدفع الإلكتروني ومناقشة طرق تأمين الدفع الإلكتروني لحماية المستهلك. أما الدراسة الحالية هدفت إلى دراسة موضوع الدفع الإلكتروني ودوره في تنشيط التجارة الإلكترونية في المؤسسة قيد الدراسة.

## 2. من حيث المنهج المستعمل والطريقة والأدوات:

- تشابهت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات التي سبق ذكرها من حيث المنهج حيث تم استعمال المنهج الوصفي التحليلي من خلال عرض المعلومات الخاصة بالدراسة وتحليلها.
- تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث الطريقة والأدوات المستعملة لجمع المعلومات حيث استخدمت أغلب الدراسات الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة واستخدمت برنامج spss لتحليلها.

## خلاصة الفصل الأول:

احتوى هذا الفصل على أهم الأدبيات النظرية والأساسية وكذلك الدراسات السابقة التي تخص موضوع الدراسة الحالي الموسوم بعنوان تأثير وخامات الدفع الإلكتروني في تفصيل التجار الإلكترونية للمؤسسة الاقتصادية التجارية حيث ان بطاقات الدفع عبارة عن وسيلة متاحة لعمليته التسديد الكترونياً، وهذا ما جعلها أداة فعالة في تحسين خدمات المؤسسة، إضافة إلى ذلك تم التطرق إلى مفاهيم أساسية حول بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

تم التطرق كذلك إلى العلاقة التي تربط بين بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية وكيف تؤثر الأول في الثاني من خلال ابراز دور بطاقات الدفع الإلكتروني كأداة لتحسين التجارة الإلكترونية واخيراً احتوى هذا الفصل على مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالي حيث التقت معه في مجموعة من النقاط واختلفت في أخرى.

وبناء على ما تم تناوله في هذا الفصل وما تم جمعه من معلومات سيتم التطرق إلى الجانب التطبيقي من الدراسة، وهذا من أجل تأكيد المعلومات وصحتها حيث تم الاعتماد على أسلوب دراسة حالة مما تسهل عملية التوصل إلى نتائج تطبيقية في مؤسسة سونلغاز - تبسة.

# الفصل الثاني

دراسة تطبيقية لدور بطاقات الدفع

الإلكتروني في تفعيل التجارة

الإلكترونية لمؤسسة سونلغاز تبسة

## تمهيد

من خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى تأثير بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية حيث تم اختيار المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز سونلغاز تبسة لدراسة حالة من خلال دراسة واقع استخدام بطاقات الدفع وإبراز دورها في تفعيل التجارة الإلكترونية للمؤسسة محل الدراسة، وهذا خلال السنوات الأخيرة (2019-2020-2021)

وعليه فقد تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

**المبحث الأول: الطريقة والادوات المستعملة في تفعيل التجارة الإلكترونية.**

**المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسات.**

## المبحث الأول: الطريقة والادوات المستعملة في تفعيل التجارة الالكترونية

تعتبر مؤسسة سونلغاز من المؤسسات الوطنية التي تبنت خيار التجارة الالكترونية، وذلك لغرض تعظيم حصتها في السوق، ولكونها تتمتع بنصيب وافر من الزبائن سواء في القطاع العام أو الخاص، وسيتم تناول تقديم عام لمؤسسة سونلغاز من حيث نشأتها ولمحة تاريخية عنها، بالإضافة الى تحليل عدد الفواتير المسددة الكترونيا بغرض الوقوف على موضوع الدراسة.

### المطلب الأول: تقديم عام لمؤسسة سونلغاز

في هذا المطلب، سيتم التطرق إلى تاريخ وتطور مؤسسة سونلغاز.

#### أولاً: لمحة تاريخية عن مؤسسة سونلغاز

للتعرف على أبرز المراحل التي مر بها مؤسسة سونلغاز سنتطرق إلى ما يلي<sup>1</sup>:

#### 1. نشأة مؤسسة سونلغاز

أنشأت فرنسا العديد من الصناعات في الجزائر مما أظهر الحاجة إلى الصناعة الكهربائية لتلبية جميع حاجياتها الطاقوية لمختلف الصناعات والمشاريع آنذاك، حيث أنشأت في 05 جوان 1947 المؤسسة العمومية الوطنية، كهرباء وغاز الجزائر (EGA).

وعند الاستقلال كان على شركة كهرباء وغاز الجزائر أن تواجه الطرد الجماعي للإطارات الفرنسيين، فكان من الحتمي ضمان الاستعطف والمساهمة بذلك في امتلاك التحكم في أداة أساسية لتحقيق السيادة الوطنية، حيث تكفلت الدولة الجزائرية المستقلة بتسييرها، وبعد مرور بعض السنوات وبعد بذل جهد مهول في التكوين سمح للإطارات الجزائريين من تولي زمام الأمور أو تسيير المؤسسة.

وفي سنة 1969 بالتحديد تحولت مؤسسة "كهرباء وغاز الجزائر" إلى المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز "سونلغاز" بموجب المرسوم رقم 59-69 المؤرخ في 28 جويلية 1969، الهدف من هذا التحويل الجذري للشركة هو إعطائها تنظيم وتسيير يمكنها من موافقة ومسايرة التنمية الاقتصادية للجزائر وتزويد أكبر عدد ممكن من السكان بالطاقة الكهربائية، واعتبارها شركة تجارية في التعامل مع الغير.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف المؤسسة .

أما في سنة 1991 تغيرت الطبيعة القانونية لمؤسسة "سونلغاز" لكي تصبح مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري صناعي طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 19-475 المؤرخ في 14 ديسمبر 1991 وفي سنة 1995 أكد المرسوم التنفيذي رقم 95-280 المؤرخ في 17 سبتمبر 1995، الطبيعة القانونية لسونلغاز بصفتها مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري حيث حدد المرسوم كل مما يلي:

**الوصاية:** توضع مؤسسة سونلغاز تحت وصاية الوزير المكلف بالطاقة

**المقر:** تتمتع مؤسسة سونلغاز بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي

**المهام:** تقوم مؤسسة سونلغاز بمهام عديدة سنتعرض لها لاحقا.

**التنظيم والعمل:** تزود مؤسسة سونلغاز بذمة مالية خاصة بها تتكون من أموال تكتسبها أو تنجزها من أموال خاصة وكذلك المخصصات والإعانات التي تمنحها إياها الدولة.

**الرقابة:** يتولى رقابة مؤسسة سونلغاز محافظي الحسابات الذين يعينهم وزير الطاقة

وفي سنة 2002 بموجب المرسوم الرئاسي رقم 02-195 المؤرخ في 01 جوان 2002 والمتضمن القانون الأساسي "سونلغاز" حيث تحولت مؤسسة سونلغاز من مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري ودون إنشاء شخصية معنوية جديدة إلى مؤسسة ذات أسهم وتحولت تسمية مؤسسة سونلغاز إلى مؤسسة سونلغاز.

يتوفر على رأس مال يقدر بمائة وخمسين مليار جزائري ( 150.000.000.000 دج) موزعة على مائة وخمسون ألف سهم ( 150.000)، قيمة كل سهم مليون دينار جزائري (1.000.000 ج) تكتبها وتحررها الدولة دون سواها.

## 2. أهداف ومهام مؤسسة سونلغاز

- أ- أهداف مؤسسة سونلغاز: لمؤسسة سونلغاز جملة من الأهداف منها ما يلي<sup>1</sup>:
- إنتاج الكهرباء في الداخل أو الخارج ونقلها وتوزيعها وتسويقها
  - إنتاج الغاز لتلبية متطلبات السوق المحلية أو الوطنية
  - توزيع الغاز عن طريق القنوات داخل أو خارج الجزائر مع القدرة على تسويقه.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف المؤسسة

- تطوير الخدمات بكل أنواعها.
- دراسة كل أشكال ومصادر الطاقة وترقيتها وتنميتها.
- تطوير كل الأعمال المشتركة في الجزائر وخارجها مع شركات محلية وكذا أجنبية.

ب- مهام مؤسسة سونلغاز: لمؤسسة سونلغاز عدة مهام أهمها:

- إنتاج الطاقة الكهربائية ذات جودة عالية وتوزيعها.
- إنتاج الغاز مع احترام شروط الأمن بأقل الأسعار.
- خلق فروع وأخذ مساهمات في الشركات الاقتصادية الموجودة في الجزائر وخارجها.
- إنجاز الدراسات التقنية والتكنولوجية والاقتصادية والمالية والمطابقة لهدفها.

### المطلب الثاني: الأدوات المستعملة في الدراسة

بعد عرض والتعريف بمؤسسة سونلغاز وذكر كل ما هو متعلق بها، سيتم التطرق إلى الأدوات التي تم استخدامها في الدراسة وتمثل في ثلاث مصادر كآلاتي:

**1. المقابلة:** تعتبر المقابلة مصدرا رئيسيا من خلال جمع المعلومات الخاصة حول بطاقات الدفع الإلكتروني وكيف تساهم في تفعيل التجارة الإلكترونية وتحسينها، حيث تمت المقابلة الشخصية بالمسؤول عن قسم بطاقات الدفع الإلكتروني والإعلام الآلي والتجارة في مؤسسة سونلغاز المتواجد على مستوى ولاية تبسة بالمنطقة الصناعية (*la zone*) طريق قسنطينة وتزويدنا بمعلومات شفوية.

**2. الملاحظة:** هي مصر رئيسي من أجل المقارنة بين المعلومات المقدمة من طرف المؤسس وتكون هذه المقارنة أولا حسب كل ثلاثي في العام الواحد بمعنى 4 ثلاثيات ومن ثم حسب كل سنة في حدود الدراسة وملاحظة ما هو معمول به من طرف المؤسسة ومن ثم مقارنتها مع أرض الواقع أو بما هو موجود فعلا

**3. المصادر الأولية:** هي معلومات فعلية متحققة جلال الفترة الزمنية لحدود الدراسة التي تم جمعها من قسم المبيعات والإعلام الآلي وكذلك تم الاتصال بقسم العلاقات التجارية وتمثلت هذه المصادر في القوائم المالية المتعلقة بالدفع الإلكتروني وبعض التعريفات وكل ما هو متعلق بمؤسسة سونلغاز تثبت أو تبين مدى صحة المعلومات المعطاة من طرف المؤسسة وهي.

- التعريف بالمؤسسة أو المؤسسة ومهامه إلى غير ذلك.

- القوائم المالية المتعلقة ببطاقات الدفع الإلكتروني أو الزبائن الذين يقومون بالدفع الإلكتروني لمؤسسة سونلغاز عن طريق : سونلغاز - بريد الجزائر - البنك الوطني الجزائري المتعلقة بمرحلة *Covid* 19 وهي 2019-2020-2021.

كما تم استخدام العديد من الأدوات في هذه الدراسة نذكر منها ما يلي:

- برنامج *Excel*: حيث يساعد في تحويل البيانات المعطاة من طرف المؤسسة إلى معلومات في شكل جداول تسهل عملية التحليل من خلال الوثائق المعطاة.

- تم الاعتماد أيضا في جمع المعلومات على المقابلة والملاحظة الذي تم ذكرهم سابقا.
- الإحصاء الوصفي : وهذا من خلال:
- الجداول الإحصائية.
- النسب

- نتائج الملاحظات: وهي النتائج التي توصلنا إليها من خلال المقابلة مع الأطراف المسؤولة والمعنية حول قسم المبيعات وبطاقات الدفع الإلكتروني وكذلك الإعلام الآلي والعلاقات التجارية ومن حلول ما سبق ذكره نكون قد بينا الأدوات المستعملة في الدراسة من مصادر معلومات وكيفية الحصول عليها.

أن بطاقات الدفع الإلكتروني في مؤسسة سونلغاز أصبحت مؤخرا وفي الآونة الأخيرة أداة رئيسية في دفع المستحقات من طرف الزبائن المتعاملين مع مؤسسة سونلغاز حيث لم يعد بإمكانهم الدفع في سونلغاز فقط حيث قام مؤسسة سونلغاز باتفاقيات مع بريد الجزائر والبنك الوطني الجزائري. ومن هنا فإنه بإمكان الزبون الدفع في أي من هذه المؤسسات مستعملا البطاقة الذهبية أو أي نوع من بطاقات الدفع المصرح من طرف مؤسسة سونلغاز.

### المطلب الثالث: تحليل الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني

أولاً: الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني لسنة 2019

جدول رقم (3): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الأول من سنة 2019

الشهر	عدد الفواتير المسددة
جانفي	47798
فيفري	47221
مارس	47553
المجموع	142572

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

العدد الإجمالي لفواتير الزبائن المسددة عن طريق وسائل أو بطاقات الدفع الإلكتروني بين مؤسسة سونلغاز و بريد الجزائر والبنك المركزي لولاية تبسة خلال الفترة 2019/01/01 إلى 2019/03/31 قدرت بـ: 142572 فاتورة.

جدول رقم (4): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني من سنة 2019

الشهر	عدد الفواتير المسددة
أفريل	43175
ماي	46701
جوان	48186
المجموع	138062

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

العدد الإجمالي للفواتير المسددة عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني لسنة 2019 قدرت بـ: 138062 فاتورة، حيث نلاحظ انخفاض طفيف في عدد الفواتير مقارنة بالثلاثي الأول بلغت نسبته 3.16%.

جدول رقم (5): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثالث من سنة

2019

الشهر	عدد الفواتير المسددة
جويلية	46281
أوت	45798
سبتمبر	59321
المجموع	151400

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

بمقارنة العدد الإجمالي للفواتير المسددة عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثالث بفواتير الثلاثي الثاني نلاحظ ارتفاع الفواتير المسددة إلى 151400 فاتورة، حيث ارتفعت الفواتير المسددة في الثلاثي الثالث بـ 9.66 % مقارنة بالثلاثي الثاني وهذا راجع إلى تعود تدريجي للزبون على استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني.

جدول رقم (6): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الرابع من سنة 2019

الشهر	عدد الفواتير المسددة
أكتوبر	75684
نوفمبر	66423
ديسمبر	78736
المجموع	220843

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

بلغ عدد الفواتير المسددة عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني في الثلاثي الرابع لسنة 2019 220843 فاتورة، وقد ارتفع عددها بنسبة كبيرة مقارنة بالثلاثي الثالث وذلك بنسبة 45.86 %، وهذا راجع إلى ظهور فيروس كوفيد-19 مما أدى إلى خوف العملاء من الاختلاط وتفشي الفيروس عند التعامل نقدا وهذا ما أثر إيجابا على سياسة الدفع الإلكتروني، وأدى إلى تحسن ملحوظ في التجارة الإلكترونية على مستوى مؤسسة سونلغاز - تيسه وهذا مقارنة بالثلاثيات السابقة لنفس السنة.

ثانيا: الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني لسنة 2020

جدول رقم (7): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الأول من سنة 2020

الشهر	عدد الفواتير المسددة
جانفي	51509
فيفري	47283
مارس	56462
المجموع	155254

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

العدد الإجمالي للزبائن الذين سدّدوا فواتيرهم عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني قدر بـ 155254 فاتورة، حيث نلاحظ ارتفاع ملحوظ مقارنة بالثلاثي الأول للعام الماضي.

جدول رقم (8): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني من سنة 2020

الشهر	عدد الفواتير المسددة
أفريل	51482
ماي	52707
جوان	48614
المجموع	152803

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

العدد الإجمالي لفواتير الزبائن التي تم تسديد ثمنها عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني في السنة المالية 2020 قدر بـ 152803 فاتورة، ومقارنة بالثلاثي الأول نلاحظ انخفاض طفيف في عدد المتعاملين بالبطاقات قدر بـ 1.57%.

جدول رقم (9): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثالث من سنة 2020

الشهر	عدد الفواتير المسددة
جويلية	53447
آوت	51278
سبتمبر	59222
المجموع	163941

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

قدر عدد الفواتير المسددة الكترونيا في الثلاثي الثالث من عام 2020 بـ 163941 فاتورة، حيث ارتفع مقارنة بعدد الفواتير المدفوعة مقارنة بالثلاثي الذي سبقه بنسبة زيادة قدرت بـ 7,28 %.

جدول رقم (10): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الرابع من سنة 2020

الشهر	عدد الفواتير المسددة
أكتوبر	64118
نوفمبر	56591
ديسمبر	74136
المجموع	194845

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

بلغ إجمالي الفواتير المدفوعة الكترونيا للثلاثي الأخير من عام 2020 بـ 194845 فاتورة بحيث زادت نسبة الفواتير المسددة مقارنة بالثلاثي الثالث 18,85 %، وهذا راجع إلى تعود العملاء على التسديد الكترونيا وهذا لسهولة عملية الدفع وتفاذي الاختلاط لتفاذي الإصابة بوباء كورونا.

ثالثاً: الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني لسنة 2021

جدول رقم (11): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الأول من سنة 2021

الشهر	عدد الفواتير المسددة
جانفي	43439
فيفري	45017
مارس	50437
المجموع	138893

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

قدر العدد الإجمالي للفواتير المدفوعة إلكترونياً في الثلاثي الأول لسنة 2021 بـ 138893 فاتورة، وقد كانت أقل قليلاً من السنوات السابقة.

جدول رقم (12): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثاني من سنة 2021

الشهر	عدد الفواتير المسددة
أفريل	43960
ماي	49896
جوان	41871
المجموع	135637

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

بلغ إجمالي الفواتير المدفوعة في الثلاثي الثاني من عام 2021 بـ 135637 فاتورة حيث انخفضت بنسبة 2.34 % مقارنة بالثلاثي الأول.

جدول رقم (13): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الثالث من سنة 2021

الشهر	عدد الفواتير المسددة
جويلية	51116
آوت	55641
سبتمبر	54217
المجموع	160974

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

قدر عدد الفواتير المسددة للثلاثي الثالث لسنة 2021 عن طريق الدفع الإلكتروني بـ 160974 فاتورة بارتفاع ملحوظ قدر بنسبة 18,68% وهذا راجع إلى حلول فصل الصيف حيث يفضل المستهلك الدفع إلكترونيا لتفادي حرارة الجو والاختلاط لعدم الإصابة بالعدوى.

جدول رقم (14): الفواتير المسددة عبر وسائل الدفع الإلكتروني في الثلاثي الرابع من سنة 2021

الشهر	عدد الفواتير المسددة
أكتوبر	64118
نوفمبر	56591
ديسمبر	74136
المجموع	194845

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

بلغ عدد الفواتير المدفوعة في الثلاثي الأخير من عام 2021 بـ 188739 فاتورة حيث نلاحظ زيادة كبيرة بنسبة 17.24% مقارنة بالثلاثي السابق وبنسبة 35.92% مقارنة بالثلاثي الثاني وبنسبة 38.26% مقارنة بالثلاثي الأول وهذا يرجع إلى تحسن التجارة الإلكترونية بمؤسسة سونلغاز فرع - تبسة ونلاحظ زيادات في عدد المتعاملين ببطاقات الدفع الإلكتروني.

رابعاً: مقارنة إجمالي الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني خلال (2019-2021)

جدول رقم 15: الفواتير المسددة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني خلال (2019-2021)

السنوات	2019	2020	2021
عدد الفواتير	652877	666843	624418

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 03

من خلال الجدول يتضح أن عدد الفواتير المدفوعة الكترونياً في مؤسسة سونلغاز -تبسة- والتي تم دفعها من مختلف المؤسسات المتعاقدة مع مؤسسة سونلغاز والمتمثلة في بريد الجزائر والبنك الوطني الجزائري قدر بـ 652877 فاتورة في عام 2019 أما فيما يتعلق بعام 2020 قدر العدد الإجمالي للفواتير بـ: 666843 فاتورة أما بالنسبة لعام 2021 قدر بـ 624418 فاتورة، وبهذا يتضح أن هناك زيادة في عدد الفواتير في الفترة بين 2019 و 2020 بنسبة قدرت بـ 2,13%. وهذا راجع لعدة أسباب ومن أبرزها انتشار وباء كوفيد-19 حول العالم والذي طبقت من أجله تعليمات صارمة والمتمثلة في الحجر الصحي وهذا لعدم الاختلاط بين الناس، فقدمت بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية دوراً هاماً خلال هذه الجائحة التي أثرت على الاقتصاد العالمي والوطني بالسلب وبالتالي ارتفع عدد المتعاملين الكترونياً في عام 2020 مقارنة بعام 2019 ومن أبرز الملاحظات أن هناك زيادة في الثلاثي الأخير من عام 2019 مقارنة بثلاثيات التي سبقتها والتي قدرت نسبتها الإجمالية بـ 66.17% أما الثلاثي الأخير فقدرت نسبته بـ 33.83% وهذا دليل على أن نقشي فيروس كورونا اثر بشكل كبير على الشريحة التي تتعامل نقداً، مما أدى إلى زيادة المتعاملين ببطاقات الدفع الإلكتروني، ومن هنا يتضح أن الجائحة أثرت بشكل كبير وإيجابي في تفعيل وتحسين التجارة الإلكترونية.

وبالنسبة للفترة بين عام 2020-2021 فإن هناك نقص في عدد الفواتير المدفوعة بنسبة 6,36% والتي قدرت بـ 624418 فاتورة وهذا راجع لعدد من الأسباب منها انخفاض نسبة المصائبين بالوباء وبالتالي رفع الحجر الصحي مما أدى إلى رجوع تعامل الزبائن نقداً.

## المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

### المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

#### أولاً: تحديد مجتمع وعينة الدراسة

باعتبار ان مشروع الدراسة يتوقف على بطاقات الدفع الإلكتروني ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، واستكمالاً لإجراءات الدراسة النظرية والميدانية في مؤسسة سونلغاز-تيسة-، فبالتالي ان مجتمع الدراسة يتمثل في موظفي وزبائن سونلغاز، فنظراً لكبر حجم المجتمع بسبب طبيعة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسة لزبائنها وقيود الوقت المفروضة على هذه الدراسة، فإنه يصعب استعمال أسلوب الحصر الشامل، لذا فقد تم استخدام أسلوب العينات لتسهيل عملية تحديد عينة الدراسة والحصول على معلومات.

#### ثانياً: عينة الدراسة

قمنا باختيار مؤسسة سونلغاز-تيسة- كونها تعتمد على بطاقات الدفع الإلكتروني والتي تشهد تفاعلاً كبيراً من قبل زبائنها، إضافة إلى كونها تتبنى مفهوم الدفع الإلكتروني. ولقد شملت الدراسة على 120 مستهلك و45 موظف من مستخدمي بطاقة الدفع الإلكتروني بمؤسسة سونلغاز -تيسة- من مختلف المستويات والاصناف وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عشوائي، وبالنسبة للاستبيانات فقد قمنا بتوزيع 120 استمارة على مستهلكي خدمات مؤسسة سونلغاز -تيسة- و45 استمارة على موظفيها، والجدول التالي يوضح ذلك:

#### الجدول رقم (16): تداول الاستبانة

البيان	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المسترجعة	الاستمارات الغير مسترجعة
العدد	165	140	25
النسبة المئوية %	%100	%84.85	%15.15

المصدر: من اعداد الطالبين

#### ثالثاً: أدوات جمع البيانات

لغرض التأكد من صحة الفرضيات التي تم طرحها، وجعل المعلومات المتحصل عليها أكثر تمثيلية وواقعية اعتمدنا في دراستنا على الاستبانة، وتم الاعتماد في تصميمها على الإطار النظري بالإضافة إلى الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة وتم اعدادها بشكل يخدم الدراسة.

#### رابعاً: إجراءات الدراسة

تمت الدراسة وفق الخطوات التالية:

- اعداد نموذج الدراسة
- تحديد أفراد عينة الدراسة
- تم توزيع 100 استمارة على عملاء مؤسسة سونلغاز و40 استمارة على موظفيها.

بعد جمع الاستثمارات التي تم توزيعها على عينة الدراسة، وترميزها وتفريغها، استخدمنا في معالجتها العديد من أساليب التحليل الإحصائي لاختبار صدق وثبات الاستبانة، اختبار الفرضيات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائي SPSS النسخة 28: معامل الثبات الفا كرونباخ، ومعامل الارتباط التكرارات والنسب المئوية، الوسط الحسابي والانحراف المعياري، اختبار التوزيع الطبيعي والانحدار.

### المطلب الثاني: اداة الدراسة

#### اولا: محتوى اداة الدراسة

تم الاعتماد في جمع البيانات لهذه الدراسة على الاستبيان، حيث يعد الاستبيان من أهم الأدوات الرئيسية في جمع المعلومات والبيانات في استخدامات البحوث ذلك نظرا لسهولة معالجة البيانات والنتائج المتحصل عليها والتأكد من فرضيات البحث، فقمنا بوضع استبيان كأداة للوصول الى الحقائق المتعلقة بالدراسة، وهذا بعد الانتهاء من الإطار النظري للدراسة.

#### ثانيا: تصميم الاستبانة

وقسمت على النحو التالي:

**الجزء الأول:** يتضمن البيانات الشخصية لمعرفة الخصائص الديموغرافية، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني والدفع عن طريق بطاقة الدفع للعينة المدروسة.

**الجزء الثاني:** يتضمن العبارات الخاصة بمتغيرات الدراسة (بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية) وهو بدوره ينقسم الى محورين:

- المحور الأول: ويتكون من متغير بطاقات الدفع الإلكتروني ويضم 13 عبارة.

- المحور الثاني: ويتكون من متغير التجارة الإلكترونية ويضم 12 عبارة.

تم عرض الاستبيان على مجموعة من أساتذة الكلية من أجل تحكيمه وقد أشاروا الى مجموعة من الملاحظات تم أخذها بعين الاعتبار، كما تم توزيع الاستثمارات على مجموعة من المستهلكين او الافراد وتم استرجاعها وتفريغ بياناتها.

#### ثالثا: المقياس المستخدم

تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس اراء ومواقف عملاء وموظفي مؤسسة سونلغاز ..

جدول رقم (17): درجات مقياس ليكارت

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	05	04	03	02	01

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على محمد سليمان المثنوي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، منشأة المعارف، الإسكندرية-مصر-2002، ص177

ولتحديد طول خلايا مقياس ليكارت تم حساب المدى ( $5-1=4$ ). وهي العبارة عن الفرق ما بين اعلى وأدنى قيمة للمقياس. وللحصول على طول الخلية الصحيح هو تقسيم المدى على عدد فئات المقياس 5 أي  $5/4=0.8$ . بعد ذلك إضافة هذه القيمة الى اقل قيمة في المقياس وهي واحد، وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول كل خلية كما يلي:

جدول رقم (18): طول خلايا مقياس ليكارت

عدد افراد العينة	طول الخلية	الاتجاه	الدلالة
الفئة الأولى	من 1 الى اقل من 1.80	غير موافق تماما	منخفض جدا
الفئة الثانية	من 1.80 الى اقل من 2.60	غير موافق	منخفض
الفئة الثالثة	من 2.60 الى اقل من 3.40	محايد	متوسط
الفئة الرابعة	من 3.40 الى اقل من 4.20	موافق	مرتفع
الفئة الخامسة	من 4.20 الى 5	موافق تماما	مرتفع جدا

المصدر: محمد سليمان المثنوي، مرجع سابق ذكره، ص79.

المطلب الثالث: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

أولاً: ثبات وصدق أداة الدراسة

الجدول رقم (19): قيمة معامل الف كرونباخ لمحاور الاستبيان

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
بطاقات الدفع الإلكتروني	13	0.791
التجارة الإلكترونية	12	0.843
كامل الاستمارة	25	0.836

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS28

نلاحظ من خلال الجدول ان معاملات الثبات لمتغيري الدراسة قد فاقت 0.70 النسبة المقبولة احصائياً، وقد بلغ معامل الثبات لكافة فقرات الاستبيان 0.836، وهي نسبة عالية ومقبولة وتدل على ثبات الأداة المستخدمة وصلاحيته للدراسة

2\_تحليل متغيرات الدراسة الشخصية حسب الزبائن:

جدول رقم (20): خصائص أفراد عينة الدراسة

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS28

المتغيرات الديموغرافية	التوزيع	التكرار	النسبة المئوية	المتغيرات الديموغرافية	التوزيع	التكرار	النسبة
الجنس	أنثى	30	30%	العمر	من 20 سنة الى 30 سنة	18	18%
	ذكر	70	70%		من 31 الى 40 سنة	62	62%
	المجموع	100	100%		أكثر من 45 سنة	20	20%
المستوى التعليمي	ثانوي	30	30%	المهنة	المجموع	100	100%
	جامعي	40	40%		موظف	12	12%
	دكتوراه	04	04%		تاجر	16	16%
	ثقتي سامي	26	26%		متقاعد	44	44%
عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني	أقل من سنة	70	70%	الدفع عن طريق بطاقة الدفع	مهن أخرى	12	12%
	من سنة إلى 5 سنوات	30	30%		طالب	16	16%
	من 6 إلى 10 سنوات	00	00%		المجموع	100	100%
	أكثر من 10 سنوات	00	00%		فيزا كارد	00	00%
	المجموع	100	100%		ماستر كارد	00	00%
					البطاقة الذهبية	100	100%
					البطاقة البنكية	00	00%
			المجموع	100	100%		

- حسب متغير الجنس:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) والشكل الموضح أعلاه ان مفردات عينة الدراسة الزبائن أغلبها ذكور حيث كانت نسبة (30%) من أفراد العينة إناث، في مقابل (70%) ذكور.

- حسب متغير الفئة العمرية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية ان النسبة الاعلى (62%) تعود للفئة العمرية (31-40) سنة ثم تليها فئة أكثر من (40) سنة بنسبة (22%)، واخيرا الفئة العمرية من (20-30) سنة بنسبة (18%).

- حسب متغير المستوى التعليمي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) والشكل أعلاه لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي، ان النسبة الاعلى (40%) تعود لزبائن سونلغاز المستوى الجامعي ثم تليها الفئة ثانوي بنسبة (30%) وتليها الفئتين ذات المستوى التعليمي تقني سامي بنسبة (26%) ثم في الأخير فئة دكتوراه بنسبة (04%)، وهذا ما يدل على ان اغلب زبائن وموظفي سونلغاز ذو مستوى تعليمي عالي.

- حسب متغير المهنة: ينقسم متغير المهنة الى خمسة مستويات والجدول ادناه يوضح ذلك:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (...). والشكل أعلاه (دائرة نسبية) لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب المهنة، ان النسبة الاعلى (40%) تعود لزبائن سونلغاز فئة المتقاعدين ثم تليها الفئة طالب وتاجر بنسبة (16%) وتليها الفئتين موظف ومهن أخرى بنسبة (12%).

- حسب متغير عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني:

يتبين من الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من الزبائن أفراد العينة يتعاملون ببطاقات الدفع الإلكتروني لفترة أقل من سنة بأعلى نسبة 70% وتليها فترة من سنة إلى 5 سنوات بنسبة 30%، وهذا نظرا لحدثة التعامل في بلادنا.

- متغير نوع بطاقة الدفع:

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقة الذهبية هي 100% وهذا راجع للمميزات التي تمتاز بها هذه البطاقة مثل سهولة الحصول عليها وكذا سهولة استخدامها والتعامل بها.

### 3\_ تحليل متغيرات الدراسة الشخصية حسب الموظفين:

شكل رقم (21): خصائص أفراد عينة الموظفين

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS28

المتغيرات الديموغرافية	التوزيع	التكرار	النسبة المئوية	المتغيرات الديموغرافية	التوزيع	التكرار	النسبة
الجنس	أنثى	18	45%	الرتب العلمية	ثانوي	01	2.5 %
	ذكر	22	55%		جامعي	22	55%
	المجموع	40	100%		دكتوراه	00	00%
الرتب العلمية	ثانوي	01	2.5 %	تقني سامي	17	42.5%	عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الالكتروني
	جامعي	22	55%	المجموع	40	100%	
	دكتوراه	00	00%	أقل من سنة	20	50%	
	المجموع	40	100%	من سنة إلى 5 سنوات	19	47.5%	
	موظف	40	100%	من 6 إلى 10 سنوات	1	2.5%	
	تاجر	00	00%	أكثر من 10 سنوات	0	00%	
	متقاعد	00	00%	المجموع	40	100%	
	مهن أخرى	00	00%	فيزا كارد	00	00%	
	طالب	00	00%	ماستر كارد	00	00%	
	المجموع	40	100%	البطاقة الذهبية	40	100%	
الدفع عن طريق بطاقة الدفع	المجموع	40	100%	البطاقة البنكية	00	00%	
	فيزا كارد	00	00%	المجموع	40	100%	
	ماستر كارد	00	00%				
	البطاقة الذهبية	40	100%				
	البطاقة البنكية	00	00%				

-حسب متغير الجنس:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان مفردات عينة الدراسة الزبائن أغلبها ذكور حيث كانت نسبة (30%) من أفراد العينة إناث، في مقابل (70%) ذكور.

- حسب متغير الفئة العمرية:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه توزيع افراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية ان النسبة الاعلى (62%) تعود للفئة العمرية (31-40) سنة ثم تليها فئة أكثر من (40) سنة بنسبة (22%)، واخيرا الفئة العمرية من (20-30) سنة بنسبة (18%).

- حسب متغير المستوى التعليمي: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن توزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي، النسبة الاعلى (40%) تعود لزبائن سونلغاز المستوى الجامعي ثم تليها الفئة ثانوي بنسبة (30%) وتليها الفئتين ذات المستوى التعليمي تقني سامي بنسبة (26%) ثم في الأخير فئة دكتوراه بنسبة (04%)، وهذا ما يدل على ان اغلب زبائن وموظفي سونلغاز ذو مستوى تعليمي عالي.

- حسب متغير المهنة: ينقسم متغير المهنة الى خمسة مستويات والجدول ادناه يوضح ذلك:

نلاحظ من خلال الجدول، في توزيع افراد عينة الدراسة حسب المهنة، ان النسبة الاعلى (40%) تعود لزبائن سونلغاز فئة المتقاعدين ثم تليها الفئة طالب وتاجر بنسبة (16%) وتليها الفئتين موظف ومهن أخرى بنسبة (12%).

- حسب متغير عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني:

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من الزبائن أفراد العينة يتعاملون ببطاقات الدفع الإلكتروني لفترة أقل من سنة بأعلى نسبة 70% وتليها فترة من سنة إلى 5 سنوات بنسبة 30%، وهذا ما يدل على استخدام الدفع الإلكتروني خلال هذه السنوات نظرا لحدثة التعامل في بلادنا.

- متغير نوع بطاقة الدفع:

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقة الذهبية هي 100% وهذا راجع للمميزات التي تمتاز بها البطاقة الذهبية أولها سهولة الحصول عليها وكذا سهولة استخدامها والتعامل بها.

ثانيا- نتائج الدراسة ومناقشتها:

1- نتائج عبارات المحور الأول بطاقات الدفع الإلكتروني حسب إجابات أفراد العينة من فئة الزبائن:

وللإجابة عن هذه العبارات تم حساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، ودرجة، وترتيب كل عبارة من عبارات الاستبانة، وجاءت النتائج وفق الجدول الموالي:

الجدول (22): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة وترتيب عبارات المحور الاول

الترتيب	الدرجة	$\Sigma$	$\bar{x}$	البدائل					الرقم
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
				Fi	Fi	Fi	Fi	Fi	
12	مرتفعة جدا	2.060	4,50	0	0	15	20	65	01
6	مرتفعة جدا	2.242	4,72	0	0	8	12	80	02
9	مرتفعة جدا	2.194	4,66	0	0	11	12	77	03
7	مرتفعة جدا	2.241	4,71	0	2	6	11	81	04
5	مرتفعة جدا	2.244	4,72	0	1	6	13	80	05
4	مرتفعة جدا	2.274	4,75	1	1	2	14	82	06
2	مرتفعة جدا	2.383	4,89	0	0	3	5	92	07
8	مرتفعة جدا	2.198	4,68	0	0	4	24	72	08
11	مرتفعة جدا	2.085	4,51	0	3	14	12	71	09
1	مرتفعة جدا	2.386	4,90	0	0	0	10	90	10
11	مرتفعة جدا	2.275	4,76	0	0	7	10	83	11
10	مرتفعة جدا	2.178	4,64	0	0	12	12	76	12
13	مرتفعة جدا	1.962	4,35	0	4	21	11	64	13
//	مرتفعة جدا	0.528	4.676	المتوسط العام					

المصدر: من إعداد الطالبان إعتامدا على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول نلاحظ ان المتوسط الحسابي اجمالي لهذا البعد (4.67) وقد حاز على تقييم درجة مرتفعة جدا، وحازت عبارات البعد على درجة مرتفعة جدا اي تراوحت ما بين (4.35- 4.90) بانحراف معياري لم يتجاوز (2.386) وهذا يشير الى تجانس في اجابات افراد العينة المدروسة وموافقتهم على عبارات متغير بطاقات الدفع الإلكتروني، وقد حازت العبارة (10) على اعلى متوسط حسابي (4.90) وانحراف معياري (2.386) والتي تنص على أن تحديث أنظمة الدفع الإلكتروني يؤثر إيجابيا على رضا العميل.

2- نتائج عبارات المحور الأول بطاقات الدفع الإلكتروني حسب إجابات أفراد العينة من فئة الموظفين: وللاجابة عن هذه العبارات تم حساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، ودرجة، وترتيب كل عبارة من عبارات الاستبانة، وجاءت النتائج وفق الجدول الموالي:

الجدول (23): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة وترتيب عبارات المحور الاول

الرقم	البدائل					الدرجة	$\Sigma$	$\bar{x}$	الترتيب
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
	Fi	fi	Fi	Fi	Fi				
01	15	20	5	0	0	مرتفعة جدا	0.722	4,25	8
02	20	12	8	0	0	مرتفعة جدا	0.746	4,30	6
03	17	12	11	0	0	مرتفعة	0.699	4,15	10
04	21	11	6	2	0	مرتفعة جدا	0.745	4,28	7
05	20	13	6	1	0	مرتفعة جدا	0.748	4,30	5
06	22	14	2	1	1	مرتفعة جدا	0.778	4,38	4
07	32	5	3	0	0	مرتفعة جدا	0.885	4,73	2
08	12	24	4	0	0	مرتفعة جدا	0.702	4,20	9
09	11	12	14	3	0	مرتفعة	0.591	3,78	12
10	16	12	12	0	0	مرتفعة	0.683	4,10	11
11	4	21	11	4	0	مرتفعة	0.538	3.63	13
12	30	10	0	0	0	مرتفعة جدا	0.887	4,75	01
13	23	10	7	0	0	مرتفعة جدا	0.779	4,40	3
//	المتوسط العام					مرتفعة جدا	0.683	4.248	//

المصدر: من إعداد الطالبان إعتامدا على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول ان المتوسط الحسابي اجمالي لهذا البعد (4.24) وقد حاز على تقييم درجة مرتفعة جدا، وحازت عبارات البعد على درجة مرتفعة جدا اي تراوحت ما بين (3.63- 4.75) بانحراف معياري لم يتجاوز (0.887) وهذا يشير الى تجانس في اجابات افراد العينة المدروسة وموافقتهم على عبارات متغير

التجارة الإلكترونية، وقد حازت العبارة (12) على أعلى متوسط حسابي (4.75) وانحراف معياري (0.887) وهي تنص على أن المؤسسة توفر عدد كافي من أجهزة الدفع الخاصة بالبطاقة البنكية لمواكبة ومجارات الضغط من طرف الزبائن.

### 3- نتائج عبارات محور التجارة الإلكترونية حسب إجابات أفراد العينة من وجهة الموظفين:

وللإجابة عن هذه العبارات تم حساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، ودرجة، وترتيب كل عبارة من عبارات الاستبانة، وجاءت النتائج وفق الجدول الموالي:

الجدول (24): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة وترتيب عبارات المحور الثاني

الرقم	الدرجة	$\Sigma$	$\bar{x}$	البدائل				
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
				Fi	Fi	Fi	Fi	Fi
01	مرتفعة جدا	0.734	4,30	14	24	2	0	0
02	مرتفعة جدا	0.836	4,58	28	7	5	0	0
03	مرتفعة جدا	0.632	3,95	11	16	13	0	0
04	مرتفعة جدا	0.807	4,48	25	11	2	2	0
05	مرتفعة جدا	0.765	4,35	22	11	6	1	0
06	مرتفعة جدا	0.804	4,45	25	11	2	1	1
07	مرتفعة جدا	0.867	4,68	30	7	3	0	0
08	مرتفعة جدا	0.738	4,30	16	20	4	0	0
09	مرتفعة	0.688	4,13	15	15	10	0	0
10	متوسطة	0.732	4,25	20	10	10	0	0
11	مرتفعة جدا	0.735	4,28	18	15	7	0	0
12	مرتفعة جدا	0.724	4,25	16	18	6	0	0
//	مرتفعة	0.659	3.998	المتوسط العام				

المصدر: من إعداد الطالبان إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول ان المتوسط الحسابي اجمالي لهذا البعد (3.99) وقد حاز على تقييم درجة مرتفعة جدا، وحازت عبارات البعد على درجة مرتفعة جدا اي تراوحت ما بين (3.95- 4.68) بانحراف

معياري لم يتجاوز (0.867) وهذا يشير الى تجانس في اجابات افراد العينة المدروسة على عبارات هذا البعد، وقد حازت العبارة (07) على اعلاها بمتوسط حسابي (4.68) وانحراف معياري (0.867) وتتضمن بأن في عقود التجارة الإلكترونية توجد قوانين يجب تطبيقها.

### المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة:

سيتم التطرق في هذا المطلب الى اختبار فرضيات الدراسة وصولا الى تحليل النتائج وتفسيرها.

#### 1- اختبار التوزيع الطبيعي:

اختبار (Kolmogorov – Smirnov) لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري من أجل اختيار الفرضيات، والجدول رقم (31) يوضح نتائج هذا الاختبار:

#### الجدول رقم (25) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

محاور الاستبيان	محتوى المحور	K-S	Sig مستوى الدلالة
المحور الأول	بطاقات الدفع الإلكتروني	0.119	0.170
المحور الثاني	التجارة الإلكترونية	0.093	0.201

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم (31) الذي يوضح لنا نتائج اختبار التوزيع الطبيعي، تبين أن الدرجة المعنوية لكلا متغيري الدراسة أكبر من (0.05) وبالتالي فإن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية.

#### 2- اختبار معامل الارتباط بيرسون:

قبل إجراء اختبار الفرضيات لابد من تأكيد علاقة الارتباط بين بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والجدول ادناه يوضح ذلك:

#### الجدول رقم (26) اختبار معامل الارتباط بيرسون

محاور الاستبيان	ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة sig
بطاقات الدفع الإلكتروني	0.730	0.02
التجارة الإلكترونية	0.730	0.02

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباط طردية بين المتغير (x) بطاقات الدفع الإلكتروني والمتغير (y) والتجارة الإلكترونية اذا بلغ معامل الارتباط (0.730) عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$

كما أن مستوى المعنوية قدر ب (0.02) وهي أصغر من (0.05) وعليه توجد علاقة ارتباط ما بين بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية وأن البيانات ملائمة لاختبار الانحدار.

3- اختبار الفرضية الرئيسية: تم استخدام تحليل الانحدار لاختبار والتأكد من صلاحية النموذج المقترح بالنسبة للموظفين والجدول الموالي يوضح ذلك:

- نص الفرضية: تؤثر بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية حسب الموظفين
- $H_0$  : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية
- $H_1$  : توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية

الجدول رقم (27): نتائج اختبار الفرضية الأولى

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	5.007	1	5.009	55.328	0.02
الخطأ	4.647	43	0.107		
الإجمالي	9.654				
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل ( $\beta$ )	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
بطاقات الدفع الإلكتروني	0.611	0.304	0.730	6.806	0.01
معامل الارتباط. ( $R= 0.730$ )، معامل التحديد ( $0.629$ )، المتغير التابع: التجارة الإلكترونية					

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول ان قيمة الارتباط بين بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، كانت ( $0.730$ ) أي بنسبة 73% فهو ارتباط قوي، كما بلغ معامل التحديد ( $0.629$ ) أي انه حسب الموظفين (62.9%) من التغير في عوامل التجارة الإلكترونية يعود سببه الى التغير في استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني وما تبقى يعود الى أسباب وعوامل أخرى. نلاحظ أيضا ان مستوى الدلالة  $Sig=0.02$  وهو اقل من المستوى المعنوية 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية المدمومة ونقبل الفرضية البديلة أي توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية وبالتالي يمكن كتابة معادلة الانحدار الخطي كما يلي:  $y=0.629x+0.730$ .

4- اختبار الفرضية الرئيسية تم استخدام تحليل الانحدار لاختبار والتأكد من صلاحية النموذج المقترح بالنسبة للزبائن والجدول الموالي يوضح ذلك:

- نص الفرضية: تؤثر بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الزبائن
- $H_0$  : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية
- $H_1$  : توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية

الجدول رقم (28): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	6.008	1	4.325	22.228	0.13
الخطأ	1.647	43	0.107		
الإجمالي	7.655				
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل ( $\beta$ )	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
بطاقات الدفع الإلكتروني	0.611	0.304	0.552	6.806	0.01
معامل الارتباط. ( $R= 0.552$ )، معامل التحديد ( $0.400$ )، المتغير التابع: التجارة الإلكترونية					

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول أن قيمة الارتباط بين بطاقات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، كانت ( $0.552$ ) أي بنسبة  $55\%$  فهو ارتباط قوي، كما بلغ معامل التحديد ( $0.400$ ) أي أنه حسب الزبائن ( $40\%$ ) من التغيير في عوامل التجارة الإلكترونية يعود سببه إلى التغيير في بطاقات الدفع الإلكتروني وما تبقى يعود إلى أسباب وعوامل أخرى. نلاحظ أيضاً أن مستوى الدلالة  $Sig=0.13$  وهو أقل من المستوى المعنوية  $0.05$ ، وبالتالي نرفض الفرضية المدعومة ونقبل الفرضية البديلة أي لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية وبالتالي يمكن كتابة معادلة الانحدار الخطي كما يلي:  $y=0.400x+0.552$ .

## 5- المقارنة بين وجهة نظر الموظفين ووجهة نظر الزبائن:

من خلال التطلع على آراء 40 موظف وكذلك عينة تمثلت في 100 زبون لمؤسسة سونلغاز تبسة تبين أن هناك بعض الإختلاف فيما يخص العينات قيد الدراسة تتمثل فيما يلي:

✚ تم ملاحظة أن المتوسط الحسابي الإجمالي من جهة الموظفين قدر بـ 4.24، أما بالنسبة للزبائن قدر بـ 4.67 .

✚ تم ملاحظة أن الإنحراف المعياري لعينة الموظفين لم يتجاوز 0.887، أما بالنسبة للزبائن لم يتجاوز 2.386 .

✚ حازت العبارة رقم 12 التي تمثلت في توفر المؤسسة عدد كافي من أجهزة الدفع الخاصة بالبطاقة البنكية لمواكبة ومجاراة الضغط من طرف الموظفين على الترتيب الأول، أما بالنسبة للزبائن فحازت على ترتيب العاشر .

✚ حازت العبارة رقم 10 التي تمثلت في تحديث أنظمة الدفع الإلكتروني تؤثر إيجابيا على رضا العميل على الترتيب 11 .

✚ ومن خلال هذه المقارنات تبين لنا أن للموظفين ميلا إلى جانب الإدارة، أما بالنسبة للزبائن إلى الجانب الشخصي .

✚ تم ملاحظة وجود صعوبة في تعامل زبائن المؤسسة قيد الدراسة ببطاقات الدفع الإلكتروني عكس موظفي المؤسسة الذين يجدون سهولة في التعامل بها وهذا راجع إلى الفارق في المستوى التعليمي والممارسة المستمرة .

✚ وجود صعوبة في الدفع إلكترونيا بالنسبة للزبون وهذا راجع لقلة أجهزة الدفع الإلكتروني وقلة الاعلانات الترويجية والاشهارية الخاصة بهذه العملية، أما موظفي المؤسسة لا يجدون أي صعوبة وهذا بطبيعة الحال لانه موظف في المؤسسة ومطلع على العملية بالدرجة الاولى .

✚ كل من الموظفين والزبائن يرون أن هناك تأثير لاستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني على تفعيل التجارة الإلكترونية، إلا أن الموظفين يرون أن درجة التأثير أقوى مقارنة بما يراه الزبائن، وهذا راجع لقلة الوعي والتحميس لدى الزبائن مقارنة بموظفي مؤسسة سونلغاز بدرجة أهمية الدفع الإلكتروني وبطاقات الدفع ودورها في تنشيط وتفعيل التجارة الإلكترونية .

## خلاصة الفصل الثاني:

فيما سبق تمت محاولة ربط ما تم التطرق إليه نظريا بما تم التطرق إليه ميدانيا من خلال تقييم دور بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية لمؤسسة سونلغاز - تبسة - حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى التعريف العام للمؤسسة والذي تضمن نشأتها وأبرز مهامها واهداف نشاطها أما بالنسبة للمبحث الثاني تضمن عرض وتحليل نتائج الدراسة التي تتضمن بطاقات الدفع الإلكتروني للمؤسسة وكذلك دراسة واقع استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في المؤسسة خلال السنوات الأخيرة، ومناقشة النتائج المتوصل إليها من وجهة نظر العاملين بالمؤسسة ومن وجهة نظر الزبائن.

وقد تم التوصل إلى أن بطاقات الدفع الإلكتروني تعتبر عاملا أساسيا في تفعيل التجارة الإلكترونية حيث تم التوصل من خلال الدراسة أن هناك علاقة أثر ذات دلالة إحصائية لاستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني وتفعيل التجارة الإلكترونية.

خاتمة

## الخاتمة

مما سبق إتضح أن بطاقات الدفع الإلكتروني تساهم بشكل كبير في تحسين وتفعيل التجارة الإلكترونية، والتي تمثل البيئة الطبيعية لوجود وسائل الدفع الإلكتروني، والتي قد شاع مفهومها في ظل العصر الرقمي الذي نعيشه، وعرفت رواجاً كبيراً لما توفره من مزايا عديدة، والتي إرتكزت عليها.

وقد تمت دراسة أثر بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية في المؤسسة محل الدراسة من خلال الإعتماد على حزمة البرامج الإحصائية spss في نسخته الثامنة والعشرون. حيث تم التوصل إلى أن استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني تؤثر وتساهم في تفعيل التجارة الإلكترونية في مؤسسة سونلغاز تبسة. حسب وجهة نظر كل من موظفي المؤسسة وزبائنها، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الرئيسية، ومن هنا تم تأكيد صحة الفرضيتين الأولى والثانية ونفي الفرضية الثالثة التي تنص على أن (العامل الأساسي لتفعيل التجارة الإلكترونية هو توفر الانترنت وحواسيب متطورة في المؤسسة)، حيث أن تفعيل التجارة الإلكترونية يستلزم مجموعة من العوامل أهمها: تهيئة بنية تحتية تقنية وبشرية ومادية ملائمة لتطبيق هذه التجارة، وتغيير شامل في ثقافة المؤسسة وسياساتها التسويقية، كما تتطلب بناء علاقات جيدة ومستمرة مع الزبائن، بالإضافة إلى تفعيل نظم الدفع الإلكتروني وتوفير الأمن والخصوصية اللازمة لاستخدامها.

## النتائج:

من خلال إسقاط الدراسة النظرية وتطبيقها في المؤسسة محل الدراسة تم التوصل إلى ما يلي:

- تعتمد مؤسسة سونلغاز تبسة على البطاقة الذهبية والبطاقة البنكية للدفع الإلكتروني.
- تعد بطاقات الدفع الإلكتروني من أهم الصيغ الحديثة التي تساعد في تحسين التجارة الإلكترونية.
- التجارة الإلكترونية هي إحدى مظاهر توظيف التقنية الرقمية في مجال الأعمال.
- تعتمد المؤسسات على بطاقات الدفع الإلكتروني كأداة لتطوير تجارتها الإلكترونية.
- عدد الزبائن المستخدمين لبطاقات الدفع الإلكتروني في مؤسسة سونلغاز - تبسة خلال سنوات الدراسة لازال متواضعاً، نظراً لحدائثة التعامل في بلادنا.
- ساهمت جائحة كورونا في تفعيل التجارة الإلكترونية واستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني.
- لا زال الزبون الجزائري يجد صعوبة في التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني، ولازالت هنالك حالة من عدم الثقة في نظم الدفع الإلكترونية.

- كل من موظفي مؤسسة سونلغاز وزبائنهم يرون أن استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني يؤثر على تفعيل التجارة الإلكترونية، غير أن الموظفين يرون أن درجة التأثير أقوى مما يراه الزبائن وهذا يدل على أنه لا يوجد وعي كافي لدى الزبائن بأهمية هذه البطاقات.

### 3. توصيات:

- إطلاقاً من النتائج يمكن تقديم جملة من التوصيات والإقتراحات ملخصة في الآتي:
- بالرغم من نجاح بطاقات الدفع الإلكتروني في تحسين التجارة الإلكترونية في مؤسسة سونلغاز تيسة، إلا أن المؤسسة لا توفر على أقسام وإطارات مختصة لإيصال والترويج للمعلومات الخاصة بالموضوع قيد الدراسة بشكل لائق إلى الزبون.
- يجب على مؤسسة سونلغاز تكوين إطارات وتخصيص أقسام خاصة بالترويج والإشهار للتجارة الإلكترونية لتعزيز خدمات المؤسسة وجلب أكبر عدد من الزبائن.
- نشر ثقافة الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية خاصة في أوساط الشباب.
- تفعيل مراقبة الفوترة المسددة إلكترونياً وتوفير أعلى درجات ممكنة للأمان.
- على المؤسسة تقديم تحفيزات للزبائن من أجل دفعهم للتوجه نحو الدفع الإلكتروني.

### 4. أفاق الدراسة:

- من خلال هذه الدراسة يمكن اقتراح مواضيع يمكن أن تكون محاور لبحوث مستقبلية أهمها:
- التجارة الإلكترونية ودورها في نيل رضا الزبون.
- أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء المالي للمؤسسة.
- أثر التجارة الإلكترونية في تعزيز الخدمة الفندقية.

# قائمة المراجع

## الكتب

- أحمد باشي، **واقع آفاق التجارة الإلكترونية**، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، دون ذكر السنة
- جلال عايد الشورة، **وسائل الدفع الإلكتروني**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008
- طارق طه، **التسويق والتجارة الإلكترونية**، دار المعارف للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2003
- طارق عبد العال حماد، **التجارة الإلكترونية**، مجموعة النيل العربية طباعة نشر توزيع، مصر، 2002
- محمد سليمان المثنوي، **تقنيات ومناهج البحث العلمي**، منشأة المعارف، الإسكندرية-مصر-2002
- محمد عبد حسين الطائي، **التجارة الإلكترونية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010
- منير نوري، **التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني**، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2014

## المجلات والدوريات

- ام الخير قوق، حنان طهاري، **المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني**، مجلة القانونية والاجتماعية، المجلد السابع، العدد الأول، جامعة عمار تليجي الأغواط، مارس 2022
- الرشيد بوعافية، (دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية)، **المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية**، العدد 2، المركز الجامعي تيبازة، سبتمبر 2014
- بحماوي الشريف، **بطاقات الدفع الإلكتروني ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية**، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد الأول، العدد الثاني، جوان 2019
- مختار دويبي، **وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، المجلد السابع، العدد الأول، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، جوان 2021

- سمل سامية أحمد، أحمد تهاني أبو القاسم، تحديات التحاسب الضريبي وأثرها على التجارة الإلكترونية، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 9، العدد 2، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، 2021
- سعاد قصعة، الوساطة الإلكترونية كوسيلة بديلة لحل منازعات التجارة الإلكترونية، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد التاسع، الإصدار الثاني، العدد 18، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2020
- قطاف عقبة، بومعروف فاطمة الزهراء، الواقع المحاسبي لوسائل الدفع الإلكتروني، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد الأول، جامعة محمد خيضر بسكرة، جوان 2021
- خولة قيمش، بلعة جويده، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر، جامعة فرحات عباس سطيف، ديسمبر 2021

الملاحق

ملحق رقم 1: إمتبيان موجه لموظفي مؤسسة سونلغاز

جامعة الشيخ العربي التبسي  
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير  
السنة ثانية ماستر  
تخصص تسويق خدمي

إستمارة

استبيان موجه لموظفي مجمع سونالغاز

بصدد انجاز مذكرة ماستر تعالج موضوع " بطاقات الدفع الالكتروني و دورها في تفعيل التجارة الالكترونية " نرجو من سيادتكم تقديم المساعدة في إتمام دراسة الحالة هذه من خلال الإجابة على هذه العبارات بوضع علامة (X) أمام العبارات المناسبة - مؤسسة سونلغاز - تبسة.

ونحيطكم علما بأن إجاباتكم ستعامل بشكل سري ولغاية البحث العلمي فقط و تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير على تعاونكم.

إشراف الدكتورة :

د. حفناوي أمال

➤ بوعكاز نوفل

➤ عثمانى خليل

السنة الجامعية 2023/2022

الجزء الأول : معلومات شخصية

من فضلكم وضع إشارة (X) امام الاختيار المناسب

1 - الجنس :

ذكر

أنثى

2 - العمر :

من 20 الى 30 سنة

من 31 الى 40 سنة

أكثر من 40 سنة

3 - المستوى التعليمي :

ثانوي

جامعي

تقني سامي

دكتوراه

4- المهنة :

موظف

إطار

مدير

5 - عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني :

أقل من سنة

من سنة الى 5 سنوات

من 6 الى 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الأسئلة
<b>المحور الأول : بطاقات الدفع الإلكتروني</b>					
					تتعامل المؤسسة ببطاقات الدفع الإلكتروني
					توجد صعوبات في الدفع ببطاقات الدفع الإلكتروني
					تحتوي بطاقات الدفع الإلكتروني على نظام يحمي أمن و خصوصية الزبائن
					الدفع عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني أكثر قبولا من النقود الورقية
					توجد اتفاقية بين بريد الجزائر و سونلغاز تمكن الزبون من دفع مستحقاته عن طريق مختلف وسائل الدفع الإلكتروني
					التعامل بالبطاقة الدفع أمن من التعامل نقدا
					تمكن البطاقة الدفع من تسديد الفواتير عن طريق تطبيق بريدي موب
					تمكنك بطاقات الدفع من التسديد بسرعة
					وجود اتفاقية بين مجمع سونلغاز و البنك الوطني الجزائري من أجل تسديد الفواتير عن طريق البطاقة البنكية
					تحديث أنظمة الدفع الإلكتروني تؤثر إيجابيا على رضا العميل
					توفر المؤسسة قسم خاص بالتسويق الترويجي لكيفية استخدام البطاقات البنكية في عملية التسديد
					توفر المؤسسة عدد كافي من أجهزة الدفع الخاصة بالبطاقة البنكية لمواكبة ومجارات الضغط من طرف الزبائن
					تتوفر كفاءات و خبرات عالية في اداء عمليات خدمة المؤسسة الكترونيا
<b>المحور الثاني : تفعيل التجارة الإلكترونية</b>					
					يساهم التعامل مع الزبائن الكترونيا في خدمة المؤسسة و تطويرها
					يمكن الاستغناء عن الطريقة التقليدية كليا
					توفر المؤسسة إجراءات أمنية ووقائية للزبائن المتعاملين معها الكترونيا
					يوفر مجمع سونلغاز تطبيق خاص للهواتف النقالة و الأجهزة الذكية لتحسين و تسهيل التجارة الإلكترونية
					تواجه المؤسسة ضغط من العملاء المتعاملين معها الكترونيا
					تشجع سونلغاز و تقدم تحفيزات لمتعاملينها للتشجيع على استعمال التجارة الإلكترونية
					من خلال الموقع الإلكتروني تحصل على المعلومات المفصلة للمؤسسة حول خدماتها الإلكترونية بسهولة
					توجد قوانين يجب تطبيقها في عقود التجارة الإلكترونية
					تضمن مؤسسة سونلغاز الخصوصية و أمن المعلومات في مايتعلق بعملياتها الإلكترونية
					تنتج مشاكل في إثبات العمليات فيما يتعلق بإتمام الصفقات الكترونيا ( وصل إتمام العملية )

					توجد صعوبة في حصر التعاملات و التعاقدات الكترونيًا و اثباتها
					يفرض مجمع سونلغاز ضرائب فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية
					ضرورة تحديث القوانين المتعلقة بالضرائب في مجال التجارة الإلكترونية

جامعة الشيخ العربي التبسي

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

السنة ثانية ماستر

تخصص تسويق خدمي

### إستمارة

استبيان موجه لمتعلمي مجمع سونالغاز

بصدد انجاز مذكرة ماستر تعالج موضوع " بطاقات الدفع الالكتروني و دورها في تفعيل التجارة الالكترونية " نرجو من سيادتكم تقديم المساعدة في إتمام دراسة الحالة هذه من خلال الإجابة على هذه العبارات بوضع علامة (X) أمام العبارات المناسبة - مؤسسة سونلغاز - تبسة.

ونحيطكم علما بأن إجاباتكم ستعامل بشكل سري ولغاية البحث العلمي فقط و تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير على تعاونكم .

إشراف الدكتورة :

د. حفناوي أمال

➤ بوعكاز نوفل

➤ عثمانى خليل

السنة الجامعية 2023/2022

الجزء الاول : معلومات شخصية

من فضلكم وضع إشارة (X) امام الاختيار المناسب

1 - الجنس :

 ذكر أنثى

2 - العمر :

 من 20 الى 30 سنة من 31 الى 40 سنة أكثر من 40 سنة

3 - المستوى التعليمي :

 ثانوي جامعي تقني سامي دكتوراه

4- المهنة :

 موظف تاجر متقاعد مهن أخرى طالب

5 – عدد سنوات التعامل ببطاقات الدفع الإلكتروني :

- أقل من سنة
- من سنة إلى 5 سنوات
- من 5 إلى 10 سنوات
- أكثر من 10 سنوات

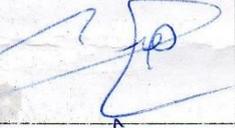
6 – الدفع عن طريق بطاقة الدفع :

- فيزا كارد
- ماستر كارد
- البطاقة الذهبية
- البطاقة البنكية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الأسئلة
المحور الأول : بطاقات الدفع الإلكتروني					
					1 تتعامل المؤسسة بجميع أنواع ببطاقات الدفع الإلكتروني
					2 توجد صعوبات في الدفع ببطاقات الدفع الإلكتروني
					3 تحتوي بطاقات الدفع الإلكتروني على نظام يحمي أمن و خصوصية الزبائن
					4 الدفع عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني أكثر قبولا من النقود الورقية
					5 توجد اتفاقية بين بريد الجزائر و سونلغاز تمكن الزبون من دفع مستحقاته عن طريق مختلف وسائل الدفع الإلكتروني
					6 التعامل بالبطاقة الدفع أمن من التعامل نقدا
					7 تمكن البطاقة الدفع من تسديد الفواتير عن طريق تطبيق بريدي موب
					8 تمكنك بطاقات الدفع من التسديد بسرعة
					9 وجود اتفاقية بين مجمع سونلغاز و البنك الوطني الجزائري من أجل تسديد الفواتير عن طريق البطاقة البنكية
					10 تحديث أنظمة الدفع الإلكتروني تؤثر ايجابيا على رضا العميل
					11 توفر المؤسسة قسم خاص بالتسويق الترويجي لكيفية استخدام البطاقات البنكية في عملية التسديد
					12 توفر المؤسسة عدد كافي من أجهزة الدفع الخاصة بالبطاقة البنكية لمواكبة ومجارات الضغط من طرف الزبائن
					13 تتوفر كفاءات و خبرات عالية في اداء عمليات خدمة المؤسسة الكترونيا

ملحق رقم 2:

## أسماء محكمي الإستهيبان

الإمضاء	الجامعة	الدرجة العلمية	الإسم و اللقب	الترتيب
	جامعة الشيخ العربي التبسي	أستاذ محاضر - ب	برحمون الحياء	01
	جامعة الشيخ العربي التبسي	أستاذ محاضر ب	زكي م. س. السيد	02
	جامعة الشيخ العربي	أستاذ محاضر - ب	أسد عبد الحماد	03

## ملحق رقم 3: الفواتير المدفوعة إلكترونياً للسنوات (2021،2020،2019)

'01.01.2019' and '31.01.2019'

col1	ec_ad_tous
47798	251919498.87

'01.02.2019' and '28.02.2019'

col1	ec_ad_tous
47221	318015956.44

'01.03.2019' and '31.03.2019'

col1	ec_ad_tous
47553	307320029.38

'01.04.2019' and '30.04.2019'

col1	ec_ad_tous
43175	274784957.75

'01.05.2019' and '31.05.2019'

col1	ec_ad_tous
46701	295667276.06

'01.06.2019' and '30.06.2019'

col1	ec_ad_tous
48186	265559383.63

'01.07.2019' and '31.07.2019'

col1	ec_ad_tous
46281	229007966.38

'01.08.2019' and '31.08.2019'

col1	ec_ad_tous
45798	255278480.01

'01.09.2019' and '30.09.2019'

col1	ec_ad_tous
59321	366628266.01

'01.10.2019' and '31.10.2019'

col1	ec_ad_tous
75684	433334022.60

'01.11.2019' and '30.11.2019'

col1	ec_ad_tous
66423	354921104.40

'01.12.2019' and '31.12.2019'

col1	ec_ad_tous
78736	348371986.64

```

'01.01.2020' and '31.01.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      51509|      279964842.47|
+-----+-----+
'01.02.2020' and '28.02.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      47283|      325985299.60|
+-----+-----+
'01.03.2020' and '31.03.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      56462|      383669367.36|
+-----+-----+
'01.04.2020' and '30.04.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      51482|      325717716.09|
+-----+-----+
'01.05.2020' and '31.05.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      52707|      328779613.71|
+-----+-----+
'01.06.2020' and '30.06.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      48614|      254708951.50|
+-----+-----+
'01.07.2020' and '31.07.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      53447|      243671893.37|
+-----+-----+
'01.08.2020' and '31.08.2020'
+-----+-----+
|col1      |ec_ad_tous      |
+-----+-----+
|      51278|      268971025.90|
+-----+-----+
'01.09.2020' and '30.09.2020'
+-----+-----+

```

col1	ec_ad_tous
59222	317338828.40
'01.10.2020' and '31.10.2020'	
col1	ec_ad_tous
64118	325203231.54
'01.11.2020' and '30.11.2020'	
col1	ec_ad_tous
56591	263684798.44
'01.12.2020' and '31.12.2020'	
col1	ec_ad_tous
74136	325867520.81

'01.01.2021' and '31.01.2021'	
col1	ec_ad_tous
43439	214308306.55
'01.02.2021' and '28.02.2021'	
col1	ec_ad_tous
45017	285924207.28
'01.03.2021' and '31.03.2021'	
col1	ec_ad_tous
50437	337919146.53
'01.04.2021' and '30.04.2021'	
col1	ec_ad_tous
43960	291103633.55
'01.05.2021' and '31.05.2021'	
col1	ec_ad_tous
49896	331540924.08
'01.06.2021' and '30.06.2021'	
col1	ec_ad_tous
41781	226163640.84
'01.07.2021' and '31.07.2021'	
col1	ec_ad_tous
51116	258555558.06
'01.08.2021' and '31.08.2021'	
col1	ec_ad_tous
55641	294753556.50
'01.09.2021' and '30.09.2021'	

col1	ec_ad_tous
54217	334197603.05
'01.10.2021' and '31.10.2021'	
col1	ec_ad_tous
65057	354844653.39
'01.11.2021' and '30.11.2021'	
col1	ec_ad_tous
60768	310680480.89
'01.12.2021' and '31.12.2021'	
col1	ec_ad_tous
62914	304723644.06

ملحق رقم 4 : بطاقات الدفع الإلكتروني





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم التجارية

الرقم : ..... ق.ع.ت/ك.ع.ا.ع.ت.ع.ت.ج.ت/2022

## اتفاقية التربص

### المادة الأولى :

هذه الاتفاقية تضبط علاقات جامعة العربي التبسي - تبسة ممثلة من طرف رئيس قسم العلوم التجارية:  
مع مؤسسة : المؤسسة الجزائرية للكهرباء والغاز من طرف السيد بن بوعبدون بن بوعبيدة  
مقرها في : المظفرة الاجتماعية من طرف السيد محمد بن بوعبيدة  
ممثلة من طرف :  
الرتبة :  
هذه الاتفاقية إلى تنظيم تربص تطبيقي للطلبة الآتية أسماؤهم :

- 1- ..... بوعكاز بنوخل
- 2- ..... عثمان بن ميليل
- 3- .....
- 4- .....

و ذلك طبقا للمرسوم رقم : 88-90 المؤرخ في 03 ماي 1988 القرار الوزاري المؤرخ في ماي 1980

### المادة الثانية :

يهدف هذا التربص الى ضمان تطبيق الدراسات المعطاة في القسم و المطابقة للبرامج و المخططات التعليمية في  
تخصص الطلبة المعنيين :

### المادة الثالثة :

التربص التطبيقي يجرى في مصلحة : ..... الاعلا ق.ت.ب. ..... للمجانبة  
الفترة من : ..... الى :

### المادة الرابعة :

برنامج التربص المعد من طرف القسم مراقب عند تنفيذ من طرف جامعة تبسة و المؤسسة المعنية .

### المادة الخامسة :

و على غرار ذلك تتكفل المؤسسة بتعيين عون أو اكثر يكلف بمتابعة تنفيذ التربص التطبيقي هؤلاء الأشخاص  
مكلفون أيضا بالحصول على المسابقات الضرورية للتنفيذ الامثل للبرنامج و كل غياب للمتربص ينبغي ان يكون على  
استمارة السيرة الذاتية من طرف الكلية .

### المادة السادسة:

خلال التربص التطبيقي و المحدد بثلاثين يوما يتبع المتربص مجموع الموظفين في وجباته المحددة في النظام الداخلي و عليه بحسب على المؤسسة ان توضح للطلبة عند وصولهم لاماكن تربصهم مجموع التدابير المتعلقة بالنظام الداخلي في مجال الامن و النظافة و تبين لم الخطاء الممكنة .

### المادة السابعة :

في حالة الاخلاء بهذه القواعد فالمؤسسة لها الحق في إنهاء تربص الطالب بعد إعلان القسم رسالة مسجلة و مؤمنة الوصول.

### المادة الثامنة :

تأخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المتربص ضد مخاطر حوادث العمل و تسهر بالخصوص على تنفيذ كل تدابير النظافة و الأمن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ التربص.

### المادة التاسعة :

في حالة حادث ما على المتربصين بمكان التوجيه يجب على المؤسسة أن تلجأ إلى العلاج الضروري كما يجب أن ترسل تقريراً مفصلاً مباشرة على القسم.

### المادة العاشرة :

تتحمل المؤسسة التكاليف بالطلبة في حدود إمكانية و حسي مجمل الاتفاقية الموقعة بين الطرفين عند الوجوب و إلا فإن الطلبة يتكفلون بأنفسهم من ناحية النقل ، المسكن ، المطعم.

حرر بتبسة :

رئيس القسم

ممثل المؤسسة

رئيس قسم الموارد البشرية



إمضاء : ع. ر. ترايبيا



رئيس قسم : تعلم  
كلية العلوم الاقتصادية  
التجارية وعلوم  
د. زحاف صون

ملخص

## ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى لتسليط الضوء على دور وتأثير بطاقات الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية من خلال إسقاط كل الجوانب النظرية للدراسة على مؤسسة سونلغاز تبسة وقد تم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، حيث تم توزيع 40 استمارة على موظفي المؤسسة و 100 استمارة على زبائنها. وتم تحليل الاستمارات باستخدام برنامج SPSS28.

وقد خلصت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة بين وجود إمكانية تعامل الزبون ببطاقات الدفع الإلكتروني، وكذلك وجود علاقة بين استعمال التجارة الإلكترونية من طرف المؤسسة بمختلف التعاملات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت في تحسين خدمات المؤسسة، بالإضافة الى أن العامل الذي يساهم في تفعيل التجارة الإلكترونية في المؤسسة هو توفر شبكة الأنترنت، وكذا الحواسيب المتطورة على مستوى مؤسسة سونلغاز تبسة.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، بطاقات الدفع الإلكتروني، الدفع الإلكتروني.

## Summary

The objective of this research is to examine the impact and function of electronic payment cards in stimulating e-commerce, without delving into any theoretical aspects, by focusing on the Sonelgaz Tebessa Foundation. The data collected through questionnaires was analyzed using SPSS28 software.

The findings of this study indicate that there is a correlation between the customer's ability to use electronic payment cards and the institution's utilization of e-commerce in various online transactions, which enhances its services. Additionally, the availability of the Internet and advanced computer technology at the Sonelgaz Corporation of Tebessa is a significant factor in promoting e-commerce within the institution.

**Key terms:** e-commerce, electronic payment cards, and electronic payment.