الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير ميدان علوم اقتصادية التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية **شعبة: تسويق**

تخصص تسويق الخدمات

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من اعداد الطالبين

علي طلال الهاشمي

آيت عوديـة رابح

تـحـت عنوان:

قبـــول تكـنـولـوجـيـا الـدفـع الالـكـتـرونـي لـدى عـمـلاء الـمـؤسـسـات الـعـمـومـيـة الاقـتـصـاديـة

دراسـة حـالـة مؤسـسـة نـقـل الـحـضـري "تيارت" ETUS TIARET

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من

1 أ- **بوزكـري جـمال** الدرجة العلمية أستاذ صنف "**ب**" جامعة ابن خلدون (تيارت) رئيسا

2 أ- **دحماني رضـا** الدرجةالعلمية أستاذ صنف "**ب** " جامعة ابن خلدون (تيارت) مشرفا و مقررا

3 أ- **شبـاح رشيد** الدرجة العلمية جامعة ابن خلدون(تيارت) مناقشا

السنة الجامعية : 2022/2023.

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

الـــى

كــل انسان حـــــر اوقف حريته عند بداية حرية الاخريــن.

كل عالم تنازل على رفاهية مقابل الاجتهاد والمعرفة.

كل مواطن صالح أحب الوطن وضحى من اجله.

كل مسؤول شهم لم يخف لومة لائم في سبيل إعلاء كلمة الحق،

بكى من خشية الله في خلوة.

والديا رحمة الله عليهم امي المرأة الشريفة الحنونة.

أبـــي الرجل الشهم المجاهد في سبيل الله.

ابنائي محمد امين، سليمان عبد الرؤوف ومحمد عثمان

جميع اخوتي، اخواتي والى جميع الأحبة والأصدقاء.

-آيـت عـوديـــة رابـــــح-

الحمد لله الذي وفقنا لهذا وما توفيقي إلا بالله والصلاة والسلام على رسول الله

الى والديَّ العزيزين وعائلتي وكل من ساندي ودعمني طوال مشواري الدراسي

الى أصدقائي، الأساتذة والزملاء وكل من دعمني ولو بكلمة طيبة

الى كل من ساهم في انجاز هذه المذكرة

جزاكم الله كل خير

لكم مني كل العرفان والامتنان، لكم أطيب التماني بالنجاح والتوفيق.

-علي طلال الهـــــاشمـــي-

الشـــكـــر

اول من يشكر ويحمد اناء الليل وأطراف النهار، هو العلي القهار، الأول والاخر، الظاهر والباطن، انار دروبنا له الحمد والثناء.

والذي انعم علينا اذ أرسل نبيا داعيا "محمد بن عبد الله عليه ازكى الصلوات وأطهر التسليم، ارسله بقرآن المبين يعلمنا ما لم نعلم وحث على العلم من المهد الى اللحد.

الشكر الموصول الى كل معلم أفادنا بعلمه من أولى مراحل الدراسة حتى هذه الأيام نرفع كلمة الشكر الى الأستاذ المشرف **دحـمـانـي رضـا** الذي ساعدنا على انجاز هذه المذكـرة.

نشكر مكتب **بصمة للدراسات العمرانية** لصاحبه "**ايت عبد القادر بومدين**" مانحا لنا وموفرا جوا للبحث والعمل.

كما نشكر السيد **مالك رضا** والسيدة **آيت صديق** مديرة قسم العصرنة والتطوير لوزارة النقل والسيد **نواري عيسى** صاحب المشروع والتطبيق، نشكرهم على الاستقبال واعانتنا بمعلومات في الدراسة.

الشكر لكل من وقف وساندنا للعمل والاجتهاد من احبة، إخوة وأصدقاء.

الـفـهـرس

قائمــة المحتويــات	الصفحة
إهداء	
الـشـكـر	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
قائمة الملاحق	
مقدمة	**أ-ج**
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	**01**
المبحث الأول: مدخل عام للتكنولوجيا الدفـــــع الإلكـــتـرونـــي وقبولها	**01**
المطلب الأول: ماهية التكنولوجيا الدفع الإلكتروني ومفهوم القبول	01
المطلب الثاني: انظمة الدفع والوسائط	03
المطلب الثالث: العوامل المساهمة في التحول الى الدفع الإلكتروني	06
المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني خصائصها وأهميتها	**09**
المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكتروني	09
المطلب الثاني: **خصائص** الدفع الإلكتروني	14
المطلب الثالث: **اهمية** وسائل الدفع الإلكتروني	15
المبحث الثالـث: المؤسسات وتبني الدفع الإلكتروني في قطاع الخدمات	**16**
المطلب الأول: المؤسسات العمومية الاقتصادية الخدماتية	16
المطلب الثاني: تبني المؤسسات لخدمات الدفع الإلكتروني	16
المطلب الثالث: **تسويق خدمات النقل**	18
خلاصة	**20**
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة	
تمهيـد:	**21**

المبحث الاول: الدراسات السابقة	**21**
المطلب الاول: الدراسات العربية	21
المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية	24
المطلب الثالث: دراسة الحالة " المؤسسة العمومية لنقل الحضري تيارت " ETUS TIARET"	31
المبحث الثاني: نموذج قبول تكنولوجيا الدفع الإلكتروني	**36**
المطلب الأول: منهجية الدراسة	36
المطلب الثاني: بناء النموذج وتحديد الفرضيات الدراسة	38
المبحث الثالث: تحليل البيانات وعرض النتائج	**43**
المطلب الأول: تحليل بيانات الاستبيان	43
المطلب الثاني: اختبار النموذج والفرضيات	49
خـلاصـة	**53**
خاتمة	**53**
المراجع	**55**
الملاحق	**55**
الملخص	**65**

قـــائـــــمـــــة الـــــجـــــداول

رقم الجدول	عـــــنـــوان الجـــــــدول	رقم الصفحة
01	احصائيات الحـــفلات	33
02	احصائيات الركـــاب	33
03	جدول قياس دراجات الراي LIKERT	37
04	جدول تحديد مدى الاتجاه	37
05	جـدول توزيــع عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية	42
06	نتائج الصدق والثبات لمحاور الاستبيان	44
07	الأهمية النسبية لفقرات محاور الاستبيان	46
08	معاير الموثوقية تقاربية لنموذج القبول	47
09	قياس الموثوقية التميزية للمباني	49
10	معاملات المسار لنموذج الهيكلي	51

قـــائـــــمـــــة الأشـــكـــــال

رقم الجدول	عـــــنـــوان الـــشـــكـــــــل	رقم الصفحة
01	عناصر جودة خدمة النقل	**19**
02	مستوى خدمة النقل	**19**
03	مخطط مصلحة الاستغلال	**33**
04	مخطط مصلحة الصيانة	**34**
05	مخطط مصلحة التموين	**35**
06	نموذج الدراســـة	**41**

قـــائـــــمـــــة الـــمـــــلاحق

الملحق	العنــوان	رقم الصفحة
استبيان	استبيان حول قبول الدفع الإلكتروني لدى عملاء المؤسسة العمومية للنقل الحضري لولاية تيارت ETUS TIARET	62-63-64

قـــائـــــمـــــة الأخـــتـــصـــارات

الاختصار	التسمية الكاملة	المعنى بالعربية
RTGS	Real Time Gross Settelement	تسوية المبالغ الضخمة في الوقت الآني
SWIFT	Society for Worldwide international bank Financial Telecommunication	منظمة البنوك العالمية للاتصالات المالية
NEFT	National Electronic Funds Transfer	تحويلات التمويلات الإلكترونية المحلية
BACS	Bankers Automated Clearing Services	خدمات تصفية المعاملات البنكية آليا
CHAPS	Clearing house Automated Payment System	نظام تصفية المعاملات البنكية الداخلية آليا
EFT	Electronic Funds Transfer	تحويلات التمويلات الإلكترونية
ATM	Automated Teller Machine	الصراف الآلي
PIN	Personnel Identification Number	رقم التعريف الشخصي
POS	Point of Salles	نقاط البيع
UPI	Unified Payment Interface	واجهة دفع موحدة
TAM	Technology Acceptence Model	نموذج قبول التكنولوجيا
CR	Composite Relability	الموثوقية المركبة
AVE	Average Variance Extraction	متوسط التباين المستخرج
GOF	Goodness Of Fit	جودة الملائمة

مقدمة

مقدمة:

فرض الواقع المعاش حاليا على جميع القطاعات و الأنشطة الاقتصادية مواكبة التطورات و التغيرات و ذلك لتحقيق تنمية مستدامة شاملة و استمرارية بتبني تكنولوجيات حديثة, لهذا كانت للمؤسسات و المنظمات ذات التوجه الخدماتي الأولوية لتحقيق هذه المساهمات الفعالة و ذلك كون قطاع الخدمات الذي يعتبر كقطاع اقتصادي قائم بحد ذاته في زمننا, و من ابرز القطاعات الحيوية في مجال الخدمات هي خدمات النقل.

يتميز قطاع النقل باختلاف أنواع البري, الجوي و البحري يشكل جزءا مهما في الحياة المعاصرة و يعتبر معيار قياس لمدى تطور الدول و جودة خدمات النقل تعكس مستوى الاقتصاد و التحضر لأنه المسؤول عن تنشيط حركة الحياة في المدينة بكافة أنشطتها الاقتصادية و الاجتماعية.

فاستخدام النقل يعتبر أساسي من اساسيات الحياة اليومية لكل افراد المجتمع لا يمكن الاستغناء عنه، ويرتبط سلوكه تجاه وسيلة النقل بجودتها وإدراك العوامل المؤثرة عليه عند استعمالها فكلما زادت معرفته وادراكه لمختلف الخدمات المقدمة في وسائل النقل زادت قدرته على اختيار انسب الوسائل وبالتالي زيادة دوره في تطوير محيطه الاقتصادي والاجتماعي.

بعد ان شهد قطاع النقل مواكبة للتطور الحاصل والعصرنة كباقي القطاعات نتيجة العولمة تبنت المؤسسات خدمات جديدة ووسائل مستحدثة لتحسين الأداء وتحسين تجربة الاستخدام للركاب، ومن اهمها تكنولوجيا الدفع الالكتروني.

من اجل إنجاح ذلك ودفع العملاء لاستخدام هذه الخدمة الجديدة يجب توفر مجموعة من الشروط والعوامل لتحقيق الاستجابة والقبول.

الإشكالية:

ما مدى قبول عملاء المؤسسات العمومية الاقتصادية الخدماتية لتكنولوجيا الدفع الالكتروني؟

وانطلاقا من الإشكالية العامة للدراسة يمكن طرح الاسئلة الفرعية التالية:

-ما الذي يؤثر على قرار القبول؟

-كيف تؤثر العوامل الخارجية على الموقف والقبول؟

-ما طبيعة العلاقة بين العوامل المؤثرة فيما بينها؟

فرضيات الدراسة: استنادا الى مشكلة الدراسة تم صياغة مجموعة من الفرضيات كإجابات محتملة على الأسئلة الفرعية السابقة وعمدنا الى اثبات صحتها او نفيها وكانت الفرضيات كالاتي:

الفرضية 01: تؤثر المخاطر سلبا على السهولة.

الفرضية 02: تؤثر المخاطر سلبا على الفائدة.

الفرضية03: تؤثر السهولة إيجابا على الفائدة.

الفرضية04: تؤثر السهولة إيجابا على الموقف.

الفرضية05: تؤثر الفائدة إيجابا على الموقف.

الفرضية06: يؤثر الموقف إيجابا على القبول.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى معرفة مدى قبول العملاء لخدمات الدفع الالكتروني وذلك من خلال فهم تكنولوجيا الدفع الالكتروني وتبني المؤسسات لها وإدراك العوامل المؤدية الى ذلك وفهمها من اجل تعزيز القبول لدى العملاء.

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة تتمثل في قيمة البحث المضافة واثراء الموضوع خاصة وانه من المواضيع المطلوبة ذات أهمية كبيرة في عصرنا.

أسباب اختيار الموضوع:

من أسباب اختيارنا لهذا الموضوع هو طبيعته وارتباطه بالواقع المعاش وكذا زيادة الاهتمام به خصوصا بعد جائحة كورونا وتداعياتها التي اثرت على نمط حياتنا اليومية ومعاملاتنا.

حدود الدراسة:

تتضمن الإطار الزماني والمكاني للبحث في شقيه النظري والتطبيقي،

الحدود الزمانية أجريت هذه الدراسة سنة 2023.

الحدود المكانية اجربت هذه الدراسة في ولاية تيارت، الجزائر.

منهج الدراسة:

المنهج المعتمد في الدراسة هاته المنهج الوصفي والتحليلي القياسي.

عينة ومجتمع البحث تمثلت في سكان ولاية تيارت المستخدمين لوسائل النقل العمومي وعينة الدراسة قدرت ب 95 شخصا.

صعوبات الدراسة:

دخول عمال المؤسسة قيد الدراسة مؤسسة النقل الحضري العمومي ETUS في اضراب مفتوح خلال فترة توزيع الاستبيان ما أثر على عينة الدراسة و نتائجها.

عدم توفر إحصاءات حديثة ونسب دقيقة متعلقة بالموضوع لمؤسسة ETUS Tiaret.

هيكل الدراسة:

من اجل معالجة إشكالية الموضوع تم تقسيم الدراسة الى فصلين، فصل نظري و تطبيقي مع مقدمة و خاتمة.

الفصل الأول النظري.

المبحث الأول: مدخل عام للتكنولوجيا الدفـــع الإلكـتـرونـي وقبولها.

المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني خصائصها وأهميتها.

المبحث الثالث: المؤسسات وتبني الدفع الإلكتروني في قطاع الخدمات.

الفصل الثاني التطبيقي.

المبحث الأول: الدراسات السابقة.

المحث الثاني: نموذج قبول تكنولوجيا الدفع الإلكتروني.

المبحث الثالث: تحليل البيانات وعرض النتائج.

خاتمة

الفصل الأول

النظري

المبحث الأول: مدخل عام لتكنولوجيا الدفع الإلكتروني وقبولها

تمهيد

نظرا للتطورات الهائلة في مجالات الاتصال والأنظمة الرقمية العالمية الذي ساهم في ظهور الإنترنت، أدى بدوره إلى تطوير مختلف مجالات الحياة والقطاعات في العالم، بما في ذلك التجارة الإلكترونية ما مكن المنظمات، التجار والمستهلكين من تجنب المتاعب والتأخير بتوفير بدائل وتسهيلات.

وهذا بدوره سهل التعاملات لتبادل الأموال إلكترونيًا دون الحاجة للالتقاء أو التنقل، وهو ما يُعرف بنظام الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا الدفع الإلكتروني ومفهوم القبول.

اولا: تعريف التكنولوجيا و القبول

كلمة تكنولوجيا TECHNOLOGYمصطلح مركب من TECHNO حّوَتْهُ جميع دوائر المعارف والحرف والفنون الانسانية اي (مهارة الحرف) وLOGY وهو المنطق المثير للجدل ونقاش وقد استعملت اول مرة في انكلترا في القرن السابع عشر تعني دراسة الفنون النافعة وهي ربط الناتج النظري بالتجهيز المادي وهي عملية شاملة لجميع العمليات الخاصة بالنظم التطوير والإدارة[1].

القبول، لغة هو اخذ الشيء عن رضا والرضا بالشيء وميل النفس اليه. اما في مجال التسويق هو أحد عناصر 4A's (Acceptability, Affordability, Accessibility, Awareness) القبول، تحمل التكلفة، الولوج و السهولة، الوعي. القبول عامة يقصد به رأي المستهلك حول ما إذا كان يريد او لا يريد شراء المنتج المعروض، ويعني مدى ودرجة تقارب المنتج مع تطلعات وتصور العملاء في السوق.

ثانيا: مفهوم الدفع الإلكتروني وعناصره

الدفع الإلكتروني هو المال او العملة التي تتبادل بصفة إلكترونية، يتضمن ذلك حوالات الأموال الإلكترونية والدفع المباشر ويسمى أيضا النقود الإلكترونية.

وتكمن الحاجة الى عمليات الدفع الإلكتروني في تنفيذ الإجراءات الإلكترونية مثل:

1 بن سعيد لخضر تطور التكنولوجي وأثره على التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر، ماجستير، علوم اقتصادية جامعة ابن خلدون تيارت سنة الجامعية2010 -2011 ص13.

1. تحويل الأموال بين البنوك والعملاء
2. الدفع للشراء عن طريق الأنترنيت مقابل للحصول على السلع او الخدمات
3. تسديد مستحقات الدولة على المواطن مثل غرامات المخالفات وغيرها
4. تسديد فواتير الخدمات الأساسية مثل الماء والكهرباء والهاتف وغيرها[1].

وعرفه البنك المركزي الأوروبي على انه " كل العمليات دفع صدرت وعولجت بطريقة الكترونية " [2].

تمثل وسائل الدفع الإلكتروني أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني الذي تـُنَفّذ فيه المعاملات إلكترونيا، ومصطلح إلكتروني يعني تقنية تستخدم فيها وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو إلكترو مغناطيسية في تبادل المعلومات وتخزينها، وتتضمن عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف في تعامل هي:

- ✓ المتعامل الدافع أو المشتري،
- ✓ المصرف الذي أصدر وسيلة الدفع،
- ✓ المصرف الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع
- ✓ شبكة البطاقات.

كما تعرف وسائل الدفع الإلكتروني بأنها مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في: البطاقات المصرفية، الشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية.

وتعرف أيضا على أنها تلك الوسائل التي تسير العمليات بها إلكترونيا، فلا وجود للحوالات ولا وجود للقطع النقدية، اوراق مالية.

كما تم تعريفها على أنها عبارة عن الوسيلة الإلكترونية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بينها وبين وسائل الدفع التقليدية يكمن في أن كل عملياتها تسير إلكترونيا. هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية، إي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، إرسال البيانات عبر خط تليفوني، شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات، الى الملامسة المادية.

---

1 https://main.eapp.gov.ps/c_dashboard/epaidنظام الدفع الإلكتروني الحكومي وزارة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات،

2 تعريف البنك المركزي الاوروبي لوسائل الدفع الالكترونية.

كما تم تعريفها أيضا إنها التعامل بوحدات رقمية إلكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب الشخص إلى حساب الشخص الآخر، هذه الوحدات إما أن تحدد بذاكرة كمبيوتر صغير ملتصق ببطاقة يحملها المستهلك بحيث يستخدمها في الوفاء. الخزن بذاكرة الكمبيوتر الشخصي للمستهلك، بحيث يستخدمه عن طريق هذا الكمبيوتر.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف وسائل الدفع الإلكترونية على أنها: مجموعة الأدوات والتقنيات والتحويلات الإلكترونية التي تستعملها المصارف، المؤسسات، الأفراد كوسيلة للدفع مما يسهل عملية التبادل بطريقة آمنة وسريعة وبأقل التكاليف الممكنة[1].

المطلب الثاني: أنظمة الدفع والوسائط

لكي تتم عملية الدفع الإلكتروني يجب توفر أنظمة ووسائط وهي كالآتي:

1 أنظمة الدفع

نظام الدفع هو أي نظام يُستخدم لتسوية **المعاملات المالية** من خلال تحويل القيمة النقدية. ويشمل ذلك المؤسسات والأدوات والأفراد والقواعد والإجراءات والمعايير والتقنيات التي تجعل التبادل ممكنًا[2].

ويُسمى نوع شائع من نظام الدفع بشبكة تشغيلية تربط بين الحسابات البنكية وتوفر التبادل النقدي باستخدام الودائع المصرفية[3].

مع ظهور أجهزة الكمبيوتر والاتصالات الإلكترونية، ظهرت العديد من أنظمة الدفع الإلكترونية البديلة. يشير مصطلح **الدفع الإلكتروني** إلى الدفع الذي يتم إجراؤه من حساب بنكي إلى حساب آخر باستخدام الطرق الإلكترونية وبدون التدخل المباشر لموظفي البنك[4].

---

1 دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحقيق الشمول المالي دراسة حالة امارات–الجزائر مذكرة ماستر في علوم اقتصادية " اقتصاد نقدي وبنكي" مركز الجامعي ميلة 2021–2022 ص ص 3،4 زقراير ياسر وبالهوشات صهيب

[2] What is a payment system? Federal Reserve Bank of New York. OCT ,13th 2000

[3] Biago Bossone and Massimo Cirasino "The Oversight of the Payment Systems: A Framework for the Development and Governance of Payment Systems in Emerging Economies «The World Bank, July 2001, p.7

[4] "Payment Systems: Design, Governance and Oversight", edited by Bruce J. Summers, Central Banking Publications Ltd, London, 2012, p.3

يشير مصطلح الدفع الإلكتروني الضيق إلى التجارة الإلكترونية – عبارة عن مدفوعات لشراء وبيع السلع أو الخدمات المقدمة عبر الإنترنت، أو على نطاق واسع لأي نوع من أنواع تحويل الأموال الإلكتروني.

تَستخدم أنظمة الدفع الحديثة بدائل نقدية مقارنة بأنظمة الدفع التقليدية. ويشمل ذلك بطاقات السحب الآلي وبطاقات الائتمان والتحويلات الإلكترونية للأموال والائتمانيات المباشرة والخصوم المباشرة والخدمات المصرفية عبر الإنترنت وأنظمة دفع التجارة الإلكترونية.

قد تكون أنظمة الدفع مادية أو إلكترونية ولكل منها إجراءات وبروتوكولات خاصة بها. لقد سمح التقييس لبعض هذه الأنظمة والشبكات بنموها على نطاق عالمي، ولكن لا يزال هناك العديد من الأنظمة الخاصة بكل بلد.

أمثلة من أنظمة الدفع التي أصبحت متاحة على الصعيد العالمي هي بطاقات الائتمان والصراف الآلي لشبكات. تُستخدم أشكال أخرى محددة من أنظمة الدفع أيضًا لتسوية المعاملات المالية للمنتجات في أسواق الأسهم وأسواق السندات وأسواق العملات والأسواق الآجلة، بالإضافة إلى ذلك توجد أشكال لتحويل الأموال بين المؤسسات المالية ويتم تحقيق ذلك محليًا باستخدام أنظمة المقاصة الآلية وأنظمة التسوية الإجمالية في الوقت الفعلي Real-Time Gross Settlement (RTGS) تم تحقيق ذلك دوليًا باستخدام شبكة سويفت[1].
The Society For Worldwide International Bank Financial telecommunications;(SWIFT)

وكذا نظام خدمة السويتش الإلكتروني(E-Switch) : يضم هذا النظام ما يلي :وجود شبكة ربط إلكترونية بين فروع المصرف الواحد، بحيث يمكن العميل من السحب أو الإيداع في حسابه لدى أي فرع دون ضرورة الحضور إلى الفرع الذي فتح فيه حسابه، كما هو الأمر بالنسبة إلى الشبكات التي يمكن قبضها من أي فرع من فروع المصرف دون ضرورة الحضور إلى الفرع الموجود فيه حساب الساحب .كما يقوم هذا النظام على الربط الإلكتروني بين المصارف المختلفة لإجراء عمليات التحويل فيما بينها، وتبادل الرسائل إلكترونيا عبر نظام مشفر وعلى درجة عالية من الإتقان والحماية والأمان[2]. بالإضافة نظام تحويلات التمويل الالكتروني الوطنيNEFT National Electronic Funds: : Transfer هي عبارة عن منصة على الإنترنت حيث تقوم البنوك بتبادل القيمة وبالتالي تمكين أداء التحويلات بين البنوك مثل

[1] Schueffel Patrick (2017). The Concise Fintech Compendium. School of Management Fribourg, Switzerland

2بن ساسي هانة دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية "نقدي وبنكي" جامعة عبد الحفيظ بوصوف –ميلة 2019–2020 ص12

NEFT و NIBSS لتحويل الأموال الفوري بين البنوك لـ مستفيد واحد أو عدة مستفيدين للأفراد. مدفوعات NEFT هي آنيّة وفورية[1].

2. الـوسـائـط

الوسائط هي في الأساس "تأمين كل الخطوات الأساسية لتعاملات التجارة الإلكترونية: العرض، الطلب والدفع. هو نظام مبني على خدمة وساطة التي تعمل كطرف ثالث موثوق للبائعين والمستهلكين، وتساهم مباشرة في تأمين التبادلات وتوثيقها"[2].

وتعتبر في مجال الخدمات المصرفية الوسائط الالكترونية صور للوفاء للتعامل عبر الانترنيت التي تستخدم في عملية الدفع الالكتروني، حيث أن تطور وسائل الدفع في صورة وسائل الكترونية فرض أشكال مختلفة لكيفية تداولها وأهم هذه الأشكال المصرفية ما يلي:

1.2 الهاتف المصرفي (Phone Bank): مع تطور الخدمات المصرفية على المستوى العالمي، أنشئت البنوك خدمة "الهاتف المصرفي" لتفادي طوابير العملاء في الاستفسار عن حساباتهم أو بعض الخدمات الأخرى. حيث تستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا وخلال الإجازات والعطلات الرسمية أيضا، كما تمكنهم هذه الخدمة من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لدفع بعض الالتزامات الدورية مثل: دفع فواتير التليفون والغاز والكهرباء، فضلا عن تقديم جميع العمليات المصرفية.

هكذا يختفي المفهوم التقليدي للبنك الثابت يصبح عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة التليفون أو عبارة عن عنوان الكتروني على شبكة الانترنيت العالمية، من ثم يطلق عليه البنك المحمول او البنك الهاتفي.

2.2 خـدمات المقاصة المصرفية الإلكترونية :B.A.C.S (Bankers Automated Clearing Services)

حل هذا النظام مكان أوامر الدفع المصرفية. ظهر نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي (RTGS) الذي يتم في خدمات مقاصة الدفع الالكترونية للتسوية الالكترونية في المدفوعات بين المصارف، ذلك ضمن نظام المقاصة

1 NEETU KUMARI, JHANVI KHANNA CASHLESS PAYMENT: A BEHAVIOURIAL CHANGE TO ECONOMIC GROWTH, Department of Commerce, Udhampur Campus University of Jammu Udhampur, 182101, India Qualitative and Quantitative Research Review, Vol 2, Issue 2, 2017 ISSN No: 2462-1978 eISSNNo:: 2462-2117 P 89.

[2] An intermediation and Payment System Technology, Computer network and ISDN system volume 28, issues 7-11. May 1996 p1197-p1206.

الالكترونية للمدفوعات (clearing house automated payment system) , CHAPS هو نظام ينطوي على عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء او تأخير و بنفس قيمة اليوم.

3.2 الأنترنت المصرفي: إن نظام الانترنيت القائم على البنك المنزلي، نظام له أهمية كبيرة على مستوى البنوك أو على مستوى العملاء الذين يتوفرون على خطوط الانترنيت، كما تتعدد أشكاله فيما يلي:

– توفير الخدمات المصرفية لكل عملائها، حتى في المناطق البعيدة والنائية والتي لا تتوفر لهذه البنوك فروع فيها.

– يمكن العملاء أيضا من التأكّد من أرصدتهم لدى المصارف.

– يقدم و ييسر لهم طريقة دفع قيمة الكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونيا .

– يساعدهم أيضا ويرشدهم إلى الطريقة المثلى في إدارة المحافظ المالية من أسهم سندات.

– كما يوضح للعملاء أشكال النشرات الالكترونية الإعلانية الخاصة بكل الخدمات المصرفية.

– يحدد طريقة تحويل الأموال من حسابات العملاء المختلفة.

– مدى إمكانية عقد الاجتماعات عن بعد على شاشات الكمبيوتر لمناقشة استفسارات العملاء، استقبال الردود والنصائح المالية من الخبراء المتخصصين في ذلك.

– يعمل الانترنيت المصرفي على تبادل المعلومات في المؤسسة، حيث يدفع كل مساهم مبلغ معين عن استخدامه للأنترنيت.

– كما يعمل الإنترنيت على تحسين استخدام التقنيات التجارية مثل التسويق المباشر.

4.2 القابض: عبارة عن وسيط بين المتعاملين يتلقى طلبات وبيانات كل منهما يتحقق منها عن طريق موقعه على الشبكة، ويتولى مباشرة عملية عرض السلعة أو الخدمة والتسليم والوفاء نظير عمولة معينة. كما تستخدم البنوك وسائل نقل الكترونية للمعلومات ذات السرعة الفائقة، التي تساعدها على أداء مهامها بكفاءة تتماشى التطورات الحاصلة في المجال المصرفي[1].

[1]لوصيف عمار استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة الى التجربة الجزائرية ماجستير علوم اقتصادية جامعة منتوري قسنطينة 2008–2009 ص ص 32 33

المطلب الثالث: العوامل المساهمة في التحول الى الدفع الإلكتروني :

من أبرز العوامل التي أدت إلى تراجع وسائل الدفع التقليدية وحلول وسائل الدفع الإلكتروني مكانها، ما يلي:

1. **تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية:** إن الإحساس بالأمان الذي ولدته نظم الدفع التقليدية بمرور الوقت مرتفع جدا، إلا أن لنظام الدفع التقليدي مشاكل كثيرة منها:

انعدام الملائمة: في الحاجة إلى الوجود الشخصي سواء شخصيا أو عضلة تليفون لكلا الطرفين يقيد الحرية المعلوماتية، وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير اقتناء المنتج أو الخدمة وينتج عنه تكلفة أعلى، وبالنسبة للبائع يعني ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة انخفاض المبيعات أو فقدانها.

إجراء المدفوعات في الوقت غير الحقيقي: لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي ويتوقف التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد، فالمدفوعات بالشيكات قد تستغرق ما يصل إلى أسبوع.

ارتفاع تكلفة المدفوعات: إن كل معاملة تكلف مبلغا ثابتا من المال وبالنسبة للمدفوعات الصغيرة تغطي بالكاد التكاليف المصروفات، وأكبر مشكل واجهه المجتمع فيما يخص وسائل الدفع التقليدية هو مشكلة الشيكات بدون رصيد حيث أصبحت مشكلة اجتماعية بسبب الانتشار الواسع لها.

2. **استخدام شبكة الإنترنت في المجال المصرفي:** كان للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في حدوث ثورة في المعاملات المصرفية من خلال شبكة الإنترنت، خاصة بظهور شبكة الويب العالمية، وقد أتى انتشار واستخدامات الإنترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي، حيث تم إنشاء مقر لها على الإنترنت بدلا من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على العميل تعامل مع البنك عبر الإنترنت وهو في منزله ويمكنه محاورة موظف البنك على شاشة الكومبيوتر ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية

التوجه نحو التجارة الإلكترونية: يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بمعناها الشامل بأنها عملية شراء وبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت، إن كانت العلاقة التجارية قد قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب والقبول بخصوص أي تعاقد، وهي أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما نقدا أو باستخدام أدوات الدفع البديل وهي وسائل الدفع التقليدية، فإن التجارة

الإلكترونية تعبر عن تبادل السلع والخدمات والمعلومات بين أطراف متباعدة مكانيا عبر شبكة الإنترنت، من مستوجب تطوير طرق وسائل الدفع، الإلكترونية من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية تقوم على أربع عناصر هي: بائعون، مشترون، شبكة الإنترنت و وسائل الدفع الإلكترونية، وبذلك استدعت الضرورة إلى استحداث وسائل دفع تكون ملائمة لطبيعة هم متطلبات التجارة الإلكترونية، وقد استفادت الشركات بدورها نتيجة لظهور شبكة الإنترنت والتجارة الإلكترونية في وسائل السداد الإلكترونية من انخفاض التكاليف مقارنة بطريقة إرسال الفواتير الورقية ثم بعدئذ إجراء تسليم المدفوعات[1].

1زقراري ياسر، بلهوشات صهيب دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحقيق الشمول المالي دراسة حالة الإمارات – الجزائر ماستر2 علوم اقتصادية اقتصاد نقدي وبنكي المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف –ميلة– 2021–2022 ص ص6–7.

المبحث الثاني وسائل الدفع الإلكتروني خصائصها و الهميتها

تتعدد أنواع وسائل الدفع الالكتروني ويمكن إدراجها في :

المطلب الأول وسائل الدفع الالكتروني

أولا النقود الالكترونية: تعتبر النقود الالكترونية من بين أهم وسائل الدفع الالكتروني وقد حضت بمجموعة من التعاريف، كما ان لها مجموعة من الأنواع؛

تعريف النقود الالكترونية "قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة "

ويعرفها صندوق النقد الدولي على أنها " قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة في شكل إلكتروني أو في ذاكرة إلكترونية لصالح المستهلك "

أنواع النقود الالكترونية .

ويوجد عدة أنواع من النقود الإلكترونية وهي:

1- من حيث الرقابة: وهي على نوعين :

- النقود الإلكترونية المحددة: ويتميز هذا النوع من النقود إمكانية التعرف على الشخص الذي قام بسحب النقود من المصرف شأنها في ذلك شان بطاقة الائتمان في عملية متابعة السحب وحركته من خلال نظام الكتروني من البداية حتى النهاية.
- النقود الإلكترونية غير اسمية (مغفلة الهوية): هذا النوع من النقود يتم التعامل به دون معرفة هوية المتعامل فهي كالأوراق النقدية في التعامل وليس لها علاقة بمن يتعامل بها ولا يمكن التعرف على هوية مستخدميها سواء انتقلت منهم أو إليهم.

2 - من حيث التعامل: تنقسم إلى:

- نقود إلكترونية عن طريق الشبكة: وتسمى نقودا رقمية حيث يتم دفع مقابلها للمصرف واستلام قطع ممغنطة. يشترط لمستخدمي هذا الأسلوب الاتصال الكترونيا بالمصدر للتأكد.
- نقود الكترونية خارج الشبكة: لا يتم الرجوع فيها للمصدر بل تعتمد على البطاقة التي تتضمن مؤشرا لقيمة المتبقية بعد كل تعامل نقدي وتعتبر قليلة الأمان.

ثانيا محفظة النقود الالكترونية

تعريف المحفظة الالكترونية: هي وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر أي أنها عبارة عن وحدات رقمية الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص الى شخص اخر، ويتم الوفاء بها بطريقتين الأولى تخزن فيها الوحدات الالكترونية على القرص الصلب بالكمبيوتر الشخصي للعميل من خلال برنامج تسلمه اليه الشركة مصدرة هذه اللوحات بواسطة البنك، و ثانيهما ان تخزن النقود الالكترونية في ذاكر كمبيوتر صغير مثبت على بطاقة يحملها المستهلك بحيث يستخدمها في الوفاء عن طريق هذه البطاقة.

أهمية المحفظة الالكترونية

وللمحفظة الالكترونية أهمية بالغة من حيث :

– توفير مكان تخزين آمن بالنسبة إلى بيانات بطاقة الائتمان والنقد الالكتروني؛

– إن مهمة المحافظ الالكترونية الأساسية هي جعل السوق أكثر كفاءة؛

– إن المحافظ الالكترونية يمكنها أن تخدم أصحابها من حيث تتبع المشتريات، ومسك دفاتر لعادات الشراء للمستهلك واقتراح ما قد يجده المستهلك منخفض السعر بالنسبة إلى صنف يشتريه بانتظام؛

–حل مشكلة الدخول المتكرر على معلومات الشحن والسداد ومسك النماذج في كل مرة يقوم فيها المستهلك بالشراء .

فيديو توضيحي حول ماهية اهمية المحافظ الإلكترونية يمكن مشاهدته بواسطة القارئ QR[1].

[1] https://www.dw.com/ar/كليك–فائدة –المحافظ–الإلكترونية51583989-

ثالثا: الشيك الإلكتروني

مفهوم الشيك الإلكتروني: يعرف الشيك الإلكتروني على أنه " وثيقة إلكترونية تتضمن العديد من البيانات تتمثل في رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع واسم البنك، اسم المستفيد (Payee)، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع والتظهير الإلكتروني للشيك.

كما يعرف الشيك الإلكتروني" هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) عبر الأنترنت ويحتفظ بحساب مصرفي ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل على الأنترنت ليقوم البنك بتحويل قيمة الشيك إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله).

وفي تعريف آخر للشيك الإلكتروني " هو وثيقة إلكترونية تحمل التزاما قانونيا هو ذات الالتزام في الشيكات الورقية، ويحمل نفس البيانات الأساسية ولكن يكتب بطريقة إلكترونية كالحاسب أو المساعد الرقمي الشخصي (PDA)أو المحمول، ويتم التوقيع إلكترونيا".

رابعا: نظام التحويلات المالية الإلكترونية Electronic Funds Transfer – EFT :

مفهوم نظام التحويلات المالية الإلكترونية :بعد أن كانت البنوك تقوم بعملية التحويل بناءا على أمر مكتوب وموقع من العميل أصبح بالإمكان إعطاء الأمر بشكل إلكتروني نظرا لظهور أنظمة آمنة لاستخدامه.

ويعرف نظام التحويلات المالية الإلكترونية على أنه " النظام الذي يتيح بطريقة إلكترونية آمنة نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى حساب آخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات" .

وفي تعريف آخر لنظام التحويلات المالية الإلكترونية " هي عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للآمر والجانب الدائن للمستفيد سواء تم التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أم في بنكين مختلفين ."

إجراءات عملية التحويل المالي الإلكتروني:

إن عملية التحويل تنفذ بتوقيع العميل نموذجا معتمدا لصالح الجهة المستفيدة، ويمكن هذا النموذج من اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني (يوميا، أسبوعيا، شهريا) ويختلف نموذج التحويل الإلكتروني عن الشيك في صلاحية تسري لأكثر من عملية تحويل واحدة، وعادة ما يتعامل البنك والعميل مع وسطاء 22وظيفتهم بتوفير البرمجيات اللازمة للتحويلات، ولإتمام عملية التحويل المالي الإلكتروني نميز حالتين :

– وجود وسيط: يقوم العميل ببناء وإرسال التحويل المالي عن طريق المودم إلى الوسيط ويدون هذا الأخير ويجمع التحويلات المالية ويرسلها إلى المقاصة المالية الآلية التي ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل، ويقارن بنك العميل التحويل المالي برصيد العميل، وفي حال عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل يتم إرسال إشعار بعدم كفاية الرصيد إلى الوسيط ليقوم بدوره بإعادة إرسال الإشعار إلى العميل، أما إذا كان الرصيد كافيا لتغطية قيمة التحويل المالي فعندها يتم اقتطاع قيمة التحويل منه وتحويلها إلى حساب المستفيد (البنك أو التاجر) في وقت السداد المحدد بالنموذج.

– عدم وجود وسيط: وفي حالة تنفيذ التحويلات المالية الإلكترونية دون المرور بوسيط، يستلزم على التاجر أن يملك البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية، حيث تكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر، وعندها يقوم العميل باعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك مصدق لصالح التاجر، ثم يقوم التاجر بإرسال الاعتماد إلى دار المقاصة الآلية التي بدورها ترسل الاعتماد إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد، وتحويله إلى حساب التاجر، وعندها لا حاجة للتحقق من كفاية رصيد العميل لأن الشيك المصدق يضمن ذلك.

خامسا البطاقات البنكية: تعريف البطاقات البنكية: ظهرت النقود البلاستيكية مع بداية القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد كانت المتاجر الكبرى والفنادق وشركات البترول هي أول من أصدر هذه البطاقات، وقد كان هدفها ضمان إخلاص عملائها باستمرار تعاملهم معها عن طريق منحهم تسهيلات في السداد من خلال تلك البطاقات التي تصدرها.

ويمكن تعريف البطاقات البنكية بأنها "البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية التي تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها كالكارت الشخصي أو الفيزا، (VISA) والماستر كارد بدلا من حمل النقود التي تتعرض للسرقة والتلف."

أنواع البطاقات البنكية: هناك أنواع عدة من البطاقات البنكية منها :

أ. بطاقة الدفع: وتعتمد في الأساس على توافر رصيد فعلي لصاحب البطاقة لدى البنك أو المؤسسة مصدر البطاقة في شكل حساب جاري يتم خصم مدفوعات صاحب البطاقة من هذا الحساب الجاري ولا يوجد أي ائتمان ممنوح لصاحب البطاقة وتعتمد قدرته على الدفع فقط على مدى تغطية رصيد حسابه الجاري للمدفوعات ومن الممكن أن يتم تمويل هذا الحساب الجاري من بطاقة الدفع الائتمانية بتحويل الأموال من البطاقة الائتمانية إلى الحساب الجاري ،ومن مميزات هذا النوع من البطاقات هو توفير وقت وجهد العملاء وارتفاع عوائد البنوك المصدرة لها .

ب. بطاقة الخصم أو الدفع الشهري أو القيد الآجل charge card: إصدار مثل هذه البطاقات لا يتطلب من حاملها الدفع المسبق للبنك المصدر في صورة حساب جاري كما في النوع السابق (بطاقة الدفع)، وإنما تتم لحسابه

معه شهريا (أي أن فترة الائتمان لهذه البطاقة لا تتجاوز شهرا)، عن طريق إرسال البنك كشف حساب لحامل البطاقة يتضمن المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته من السلع والخدمات، وكذلك مسحوباته النقدية من آلات الصرف أو البنوك على أن يكون ذلك في حدود الحد الأقصى للبطاقة، وتتضمن اتفاقية الإصدار بأنه إذا تأخر حامل البطاقة عن السداد خلال فترة محددة فإن البنك يحمله فوائد معينة.

ت. بطاقة الائتمان credit card: وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع آجل لقيمتها، على أن يقوم بتسديد قيمة المشتريات إلى البنك خلال 25 يوم من تاريخ استلامه لفاتورة الشراء ولا يدفع الزبون أي فوائد للبنك على هذه الخدمة إذا سدد خلال الفترة، إلا أنه

يتحمل فوائد مقدارها 15 %على الرصيد المتبقي بدون سداد، أما البنك فإنه يتقاضى من الزبون عمولة من 3% الى 5% من قيمة الفاتورة[1].

سادسا ماكينة الصراف الآلي Automated Teller Machine((**ATM**: جهاز الصراف الآلي هو جهاز مدمج مكون من محطة كمبيوتر مع خزنة نقود ونظام حفظ السجلات و البيانات في وحدة واحدة ، مما يسمح للعملاء بالولوج إلى دفتر البنك (نظام حفظ السجلات) ببطاقة بلاستيكية تحتوي على رقم التعريف الشخصي (PIN) و يمكن الولوج إليها أيضًا بإدخال رقم سري خاص "code" في محطة الكمبيوتر المرتبطة بالسجلات المحوسبة (الحاسوبية) للبنك وتعتبر آلات توزيع النقود، الودائع و تحويل الاموال بين حسابين او أكثر و دفع الفواتير.

سيتم استخدام ماكينات الصرف الآلي بشكل كبير ومعتاد لإجراء مختلف عمليات الدفع المتنوعة عبر الإنترنت مثل الفواتير واشتراكات التلفزيون وإعادة شحن اشتراكات الهاتف GSM وما إلى ذلك.

يُنصح العملاء بالحفاظ على بطاقات الصراف الآلي ATM (الخصم والائتمان) الخاصة بهم آمنة وعدم إفشاء أرقام التعريف الشخصية الخاصة بهم.

سابعا محطة نقاط البيع (POS). point of sale يتم نشر محطات نقاط البيع فيها مواقع التجار حيث يقوم المستخدمون بتمرير بطاقاتهم الإلكترونية من خلالهم لدفع ثمن المشتريات أو الخدمات بدلاً من استخدام المال نقدا، كما هي محطات نقاط البيع في الوقت الفعلي عبر الإنترنت ، يتم الخصم من الحساب المصرفي للعملاء فورًا مقابل قيمة المشتريات التي تمت أو الخدمات التي استفادوا منها.

[1] د. ابو بكر سالم، أ.قاجة آمنة قراءة في الأهمية الاقتصادية لوسائل الدفع الإلكتروني –التجربة الماليزية نموذجا– مجلة التنمية و الاستشراف للبحوث و الدراسات، المجلد01 العدد01 ديسمبر2016 ص ص 45–50.

ثامنا تطبيقات الدفع (UPI Apps) Unified Payment interface هو نظام دفع عبر الهاتف المحمول يسمح لك بذلك للقيام بالمعاملات المالية المختلفة على هاتفك الذكي. تسمح لك بإرسال الأموال أو تلقيها باستخدام الدفع الافتراضي[1]،امثلة منها .Samsung pay ,Pay Pal ,Apple pay

المطلب الثاني خصائص الدفع الإلكتروني

تتسم وسائل الدفع الإلكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن مثيلاتها من وسائل الدفع التقليدية، ومن أهم هذه الخصائص نجد:

أولا- الطبيعة الدولية: أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم، تضفي الصفة الدولية على العقد الذي يتم عبر الإنترنت الذي يفترض تباعد وأطرافه حيث يغيب الحضور المادي على طاولة المفاوضات أو ما يسمى بمجلس العقد، فوسيلة الدفع الإلكتروني تستجيب لهذه السمة حيث أنها تكون وسيلة دفع لتسوية المعاملات التي تتم عن بعد، فيتم الدفع من خلال إعطاء أمر الدفع الذي يتم وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالإيصال المباشر بين أطراف العقد.

ثانيا- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية التي تهيمن على إدارة عملية التبادل. والنقود التي تتم من خلالها تسوية المعاملات عن طريق الدفع الإلكتروني يمكن أن تكون مخصصة سلفا لهذا الغرض، حيث تتم عملية الخصم من المبلغ المخصص مسبقا لهذا الغرض، إذن لا يمكن سحب معاملات أخرى عن المبلغ المخصص للدفع الإلكتروني بغير هذه الطريقة و وهذا بالنسبة للعقود التي يكون فيها الثمن مصحوبا بالدفع مقدما، وهذا ليس في كل الأحوال حيث يمكن الدفع بالبطاقات البنكية العادية رغم عدم وجوده المبالغ المخصصة لغرض الدفع سالفا.

ثالثا- تسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الإنترنت، أي من خلال المسافات يتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم وإعطاء أمر وتدفعه ويشار إليه معطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

[1] NEETU KUMARI, JHANVI KHANNA CASHLESS PAYMENT: A BEHAVIOURIAL CHANGE TO ECONOMIC GROWTH, Department of Commerce, Udhampur Campus University of Jammu Udhampur, 182101, India Qualitative and Quantitative Research Review, Vol 2, Issue 2, 2017 ISSN No: 2462-1978 eISSN No: 2462-2117 P88-90.

رابعا- يتم الدفع و بأحد الأسلوبين: هما:

1. من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوع مسبقا.
2. من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملة.

خامسا- يلزم تواجد نظام مصرفي معد إتمام ذلك: أي توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

سادسا- وسائل الأمان الفنية: يتم الدفع الإلكتروني من خلال فضاء معلوماتي مفتوح، فإن خطر السطو على أرقام البطاقات أثناء الدفع الإلكتروني قائم، فازداد هذا الخطر في الدفع عبر الإنترنت عن غيرها من الشبكات باعتبارها فضاء يستقبل جميع الأشخاص من جميع البلدان بمختلف مقاصدهم ونواياهم، لذلك يجب أن يكون مصحوبا بوسائل أمان فنية من شأنها أن تحدد ماهية المدين الذي يقوم بالدفع للدائن الذي يستفيد منه، فتتم بطريقة مشفرة وبرامج خاصة معدة لهذا الغرض حيث لا يظهر الرقم البنكي على شبكة الويب، كما يتم عمل أرشيف للمبالغ التي يتم السحب عليها باستخدام هذه الطريقة يكون من السهل الرجوع إليه.

المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني

تتمثل اهمية وسائل الدفع الإلكتروني في انها اداة وفاء مقبولة في كل انحاء العالم بديلة عن الاوراق المالية ومخاطر حمل النقود. وكذا وسيلة مرنة لسداد تكاليف السياحة والسفر واتمام الصفقات التجارية والتبادلات المالية؛ تعمل على استقطاب عملاء جدد من خلال الحملات الدعائية لمصدري النقود والمنظمات التي تقدم الخدمات وتوفير حماية اضافية للمال وذلك بخفض النقود السائلة في السوق، التقليل من الاحتفاظ بمبالغ نقدية كبيرة في المتاجر، بالإضافة لتفادي اخطاء واردة في عمليات العد والإحصاء.

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني مصدرا لتوليد مداخيل اضافية تتمثل في الاستغلال المسبق للأموال والأصول[1] مع توفير عائدات تتمثل في الشحن، الإشراك، التجديد، العمولة والاقتطاع. كما انها تساهم في تخفيض التكاليف والأعباء الإضافية في التعاملات وتقليل الوسائط. ومن الناحية الاقتصادية تتمثل في زيادة الشفافية، تقليص الضرائب ومكافحة التهرب الضريبي تعزيز الرقابة المالية. الرقي بالاستثمارات وجذب رجال الأعمال والمستثمرين ما يساهم في تكثيف النشاط الاقتصادي و تنوعيه.

---

1 زقراير ياسر وبولهوشات صهيب دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحقيق الشمول المالي دراسة حالة امارات-الجزائر مذكرة ماستر في علوم اقتصادية "لاقتصاد نقدي و بنكي مركز الجامعي ميلة 2021-2022 ص ص9- 11

المبحث الـــثالـــث: المؤسسات وتبني الدفع الإلكتروني في قطاع الخدمات

المطلب الأول: المـؤسســات الـعـمـومـيــة الاقتصادية الخدماتية.

إن المنظمات والمؤسسات كيان اقتصادي قائم بحد ذاته يشتمل على عدة تعاريف.

يعرف بيرو (François Perroux) المؤسسة بأنها " شكل إنتاج بواسطته وضمن نفس الذمـة Patrimoine تدمج أسعار مختلف عوامل الإنتاج المقدمة من طرف أعوان متميزين عن مالك المؤسسة بهدف بيع سلعة أو خدمات في السوق، من أجل الحصول على دخل نقدي ينتج عن الفرق بين سلسلتين من الأسعار".

كما يعرفها لبرتون (M. Leberton) حيث يقول: " إن المؤسسة تعني كل شكل شَكّل تنظيم اقتصادي مستقل ماليا، ويقترح نفسه لإنتاج سلع او خدمات للسوق".

وحسب تعبير هربرت سبنسر (H. Spencer) " تشبه المؤسسة العضو أو الجهاز الذي ينجز وظائف مهمة للمجتمع".

كما تعرف المؤسسة على انها مجموعة من الأفراد يعملون على تحويل مدخلات إلى مخرجات، او كونها " منظمة تنسق بين رأس المال والكفاءات الأخرى"، ويتمثل هدفها في تحقيق أكبر عائد ممكن من رأس المال المستثمر، تدار في أغلب الأحيان من قبل فريق إداري يمتلك درجة معينة من الاستقلالية في تحديد استراتيجيتها وتنسيق نشاطاتها المتمثلة في تقديم سلع وخدمات في بيئة محددة[1].

إن قطاع الخدمات اكثر استقطابا للمؤسسات العمومية الاقتصادية اهما الطاقة، الصحة، التعليم، الأمن، الإعلام والاتصالات، النقل و المواصلات.

المطلب الثاني: تبني المؤسسات لخدمة الدفع الإلكتروني

لتحقيق اهداف الدفع الإلكتروني لكل من المنظمات المالية و المؤسسات العمومية الاقتصادية و كذا العملاء لابد من توفير البنية التحتية الجيدة، تطويرها بشكل مستمر و الولوج السهل و السريع الى مواقع تلك المؤسسات على شبكة الانترنت، ونشر الثقة الإلكترونية التي تعتبر من اهم عوامل النجاح العلاقة بين المنظمة وعملاءها و وضع سياسات قانونية شاملة تتماشى مع خصوصيات كل مجتمع، و رفع كفاءة موظفي المنظمات ونشر وعي بين الزبائن الحالين و المستهدفين بالعمل بالدفع الإلكتروني.

[1] أ. درامشية لمياء و د. بلقاسمي فاطمة المؤسسة الاقتصادية العمومية في الجزائر دراسة تأصيلية. مركز جامعي احمد زبانة غليزان، جامعة محمد بن احمد وهران2 2019 ص ص 1-2.

ويمكن جمع مقومات النجاح في النقاط التالية:

- ✓ ضرورة قيام المنظمة بدور توعوي اكبر للتعريف بخدمات المالية الإلكترونية؛
- ✓ العمل على تطوير مهارات، قدرات الموظفين و العاملين بالمنظمة؛
- ✓ العمل على تطوير وتحسين الموقع الإلكتروني للمنظمة على شبكة الأنترنت؛
- ✓ اعفاء الخدمات الالكترونية من رسوم لإتاحتها للجميع؛
- ✓ إقامة رقابة صارمة ضابطة لهذه التعاملات وإلا فإن مساق الرهان يتحول من الرغبة في تعظيم المكاسب إلى وجوب تقليل الخسائر؛
- ✓ قيام الحكومة والمؤسسات المالية بتوفير البنى التحتية المناسبة؛[1]
- ✓ السلطة و توفر الإرادة السياسية للأصحاب القرار للتغير؛
- ✓ الأمان و الحماية للمستخدمين و المتعاملين من الأخطار و عمليات النصب و الاحتيال وحماية البيانات الشخصية؛
- ✓ الاستثمار في القطاع، بما أن التكنولوجيا في تطور مستمر و تغير يجب مواكبتها؛
- ✓ توفير البيانات الحقيقية (real data) من طرف الحكومة و المؤسسات العامة و الخاصة و توفير الشفافية[2].

المطلب الثالث: تسويق خدمات الـــنـــقـــــل

إن من ابرز القطاعات الاقتصادية قطاع الخدمة و الذي يعتبر نشاطا غير ملموس لا يستوجب حضور مقدم الخدمة و المستفيد منها في آن واحد و لا تقود الى امتلاك نتائج المخرجات و هذا ما يميزها عن السلع الملموسة، إن الخدمات الاعتيادية الهامة في الحياة اليومية للفرد و التي من ابرزها خدمة النقل.

خدمة النقل:

إن خدمة النقل تعتبر العصب الحساس في الكيان الاقتصادي والاجتماعي نظرا لدوره الأساسي في ربط مختلف القطاعات هذا من جانب، ومن جانب آخر نجد أنه يهدف دائما الى وضع الإستراتيجيات اللازمة لحل وتفادي مختلف مشكلات تنقلات الأفراد والسلع من مكان وجودها وانتاجها الى اماكن انعدامها او استغلالها لتحقيق عدالة اجتماعية ونماء نشاط اقتصادي.

---

[1] د. منصوري الزين وسائل و أنظمة الدفع و السداد الإلكترونية –عوامل الانتشار و شروط النجاح، جامعة البليدة مجلة الإقتصاد الجديد العدد00–ديسمبر 2009 ص152.

[2] NEETU KUMARI, JHANVI KHANNA CASHLESS PAYMENT: A BEHAVIOURIAL CHANGE TO ECONOMIC GROWTH, Department of Commerce, Udhampur Campus University of Jammu Udhampur, 182101, India Qualitative and Quantitative Research Review, Vol 2, Issue 2, 2017 ISSN No: 2462-1978 eISSNNo:: 2462-2117 P 91

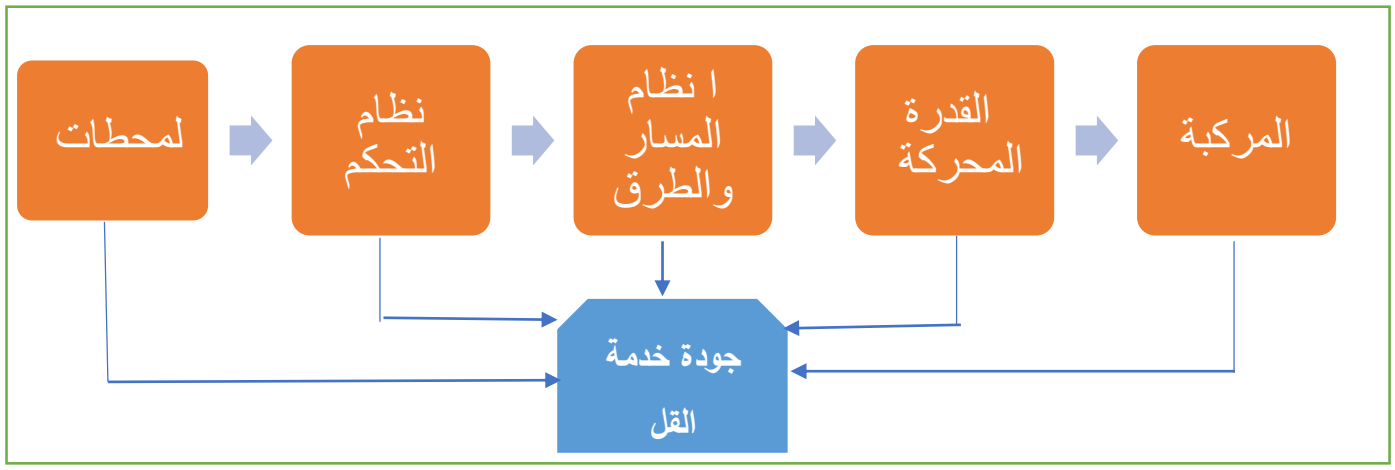
خدمة النقل الحضري العمومي:

يعد النقل بصفة عامة من بين أهم القطاعات التي تستدعي من الجهات المختصة أن تكون على التحكم والتسيير الجيد لمختلف وظائفها، لاسيما تلك الموجهة بالدرجة الأولى لخدمة الفرد والمجتمع، حيث يعتبر من بين المتطلبات الأساسية التي تستوجب تضافر كل الجهود من أجل تأدية مهامه على أحسن وجه، ولعل من أهم أنواعه التي تخدم بصورة مباشرة وكبيرة المجتمع المدني نجد النقل الحضري، الذي أخذ دوره ينمو خاصة مع تطور نمط و نظام الحياة العصرية مما يستوجب ضرورة التحكم و التسيير الجيد لحركة الحافلات داخل الوسط الحضري من أجل ضمان تسيير فعال يخلق مستوى خدمة جيدة على كل النواحي، ومن دون إهمال حق الأجيال القادمة في تلبية حاجاتهم، وعليه يعتبر النقل الحضري من المتطلبات الأساسية لكل مجتمع، فهو ضرورة اجتماعية تفرضها ظروف الحياة

اليومية، وهو أيضا نشاط يضمن حمل الأشخاص والسلع و الخدمات من موضع إلى آخر بالوسائل المتباينة النوع والسرعة والسعة، وذلك لتعظيم المنافع الزمنية و المكانية[1].

ا مستوى الخدمة: السعة، التكرار، سهولة الوصول، السرعة والتكلفة .نوعية الخدمة: السلامة، الاعتمادية، السرعة، الراحة، الآثار البيئية، استخدامات الأرض، التكلفة مستوى الطلب.

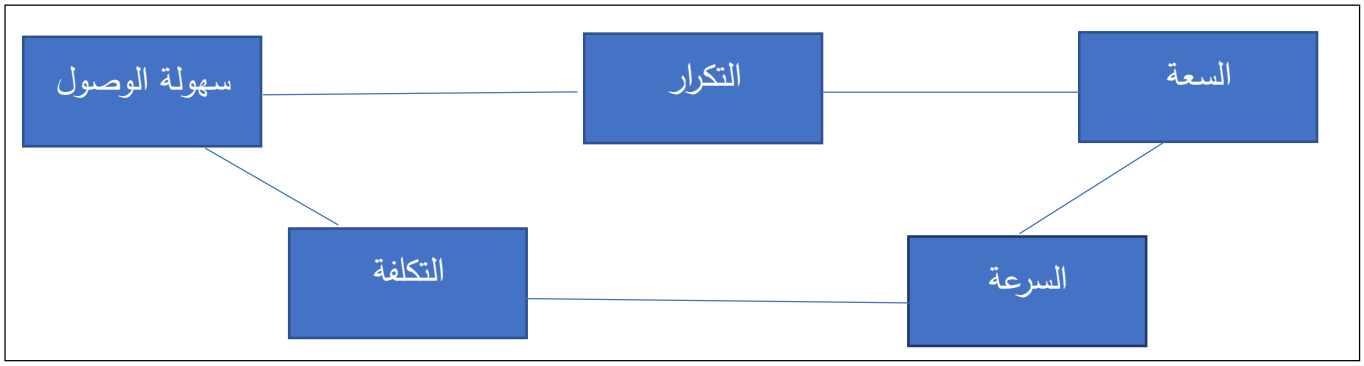
شكل رقم 01: عناصر جودة خدمة النقل



المصدر: من اعداد الطالبين

1حكيم بن جروة، نورالدين مزهودة أهمية تسويق خدمات النقل الحضري العمومي في تحقيق البعد الاجتماعي لتنمية المستدامة جامعة قاصدي مرباح ورقلة مجلة أداء المؤسسات الجزائرية –العدد 2017/12 ص137.

الشكل رقم 02 مستوى خدمة النقل.



المصدر: من اعداد الطالبين

خلاصة الفصل

تم التطرق في هذا الفصل الى مجموعة من التعاريف والمفاهيم المتعلقة بالقبول و الدفع الإلكتروني و تكنولوجياته و قد شملت مختلف خصائصه و مميزاته مع التطرق الى وسائله و ادواته من البطاقات الذكية و التطبيقات و النقود الالكترونية وأنظمته كالRTGS و غيرها ما اسهم بانتشارها عالميا و قبولها من طرف العملاء، بالإضافة الى التطرق الى مفهوم المؤسسة و تبني المؤسسات الاقتصادية الخدماتية لتكنولوجيا الدفع الالكتروني و مقومات إنجاح ذلك.

الفصل الثاني

التطبيقي

المبحث الأول: الدراسات السابقة

تمهيد

قبل التطرق بالدراسة لقبول تكنولوجيا الدفع الإلكتروني لعملاء المؤسسات الاقتصادية العمومية تجدر بنا الإشارة لبعض الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع و ذلك ضمن شقيه تكنولوجيا الدفع الإلكتروني كوسيلة مستحدثة في المعاملات التجارية و مدى قبولها من طرف العملاء و المستهلكين في الولوج اليها و استخدامها للسداد و دفع المستحقات عند الحصول و استغلال المنتجات المادية و الخدمية.

المطلب الأول الدراسات العربية

الدراسة الاولى

عجوز موسى، سلهب اسيل والموسومة بـ "**العوامل المؤثرة في قبول المستخدمين المحتملين لتطبيق "ركاب" للنقل العام في فلسطين**"

هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في العوامل المؤثرة في قبول المستخدمين المحتملين لتطبيق "رُكّاب" للسيارات العمومية في فلسطين. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الكمي من خلال 116 استبانة الكترونية تم بناؤها وفقاً لنظرية انتشار الابتكارات ونموذج قبول تكنولوجيا. حيث تم جمع البيانات بالاستناد على أسلوب العينة الغرضية. بينما تم تحليل البيانات بالاعتماد على نمذجة المعادلات البنائية بالمربعات الصغرى الجزئية باستخدام برنامج –Smart pls. أظهرت النتائج أن نموذج الدراسة المقترح ساعد في تفسير ما نسبته 66.3 في المئة من التباينات في النوايا الفعلية للمستخدمين المحتلمين تجاه تبني تطبيق "رُكّاب". حيث أثبتت النتائج بأن هناك علاقة ارتباط بين المزايا النسبية، والملاءمة، والصعوبة، والملاحظة وبين فوائد الاستخدام. أظهرت النتائج أن المزايا النسبية، والصعوبة، والملاحظة كانت ذات دلالة إحصائية في التأثير على سهولة الاستخدام، ولم تثبت النتائج أن الملاءمة كانت ذات تأثير على سهولة الاستخدام. وأثبتت النتائج بأن هناك علاقة ارتباط بين فوائد استخدام تطبيق "رُكّاب" وسهولته وبين النوايا السلوكية. وأظهرت النتائج أن النوايا السلوكية كانت ذات تأثير قوي على النية الفعلية لاستخدام تطبيق "رُكّاب". بالإضافة الى ذلك، وجدت الدراسة أن قرابة 74.59 بالمئة من المستجيبين على استعداد لاستخدام تطبيق "رُكّاب" في المستقبل. يستمد هذا البحث أصالته من كونه يستكشف بطريقة تجريبية العوامل المؤثرة في قبول المستخدمين المحتملين لتطبيق "رُكّاب" للسيارات العمومية في فلسطين. والتي يظهر عدم تناولها في الأدبيات السابقة. الأمر الذي يعتبر إضافة للأدبيات العلمية ويفيد مجتمع الأعمال وصناع السياسات.

الدراسة الثانية

كمال مصطفى رويبح الموسومة بـ اتجاه المستهلكين نحو خدمات الدفع الإلكترونية بالهاتف النقال: دراسة ميدانية لبعض عوامل القبول في الكويت

تتناول هذه الدراسة استقصاء العوامل المؤثرة على نية المستهلكين استخدام الهاتف النقال المزود بتكنولوجيا "أم نت" في الدفع الإلكتروني بدولة الكويت، وتتمثل الأهداف الرئيسة للدراسة في تطوير نموذج لاستخدام هذه التكنولوجيا، بالاعتماد على ثلاث نظريات في مجال احتضان تكنولوجيا المعلومات (نموذج "تام" والنظرية السببية، ونظرية الإشباع) والتعرف على اتجاهات المستخدمين نحو استخدام "أم نت"، وتحديد أهم أسباب الاحتضان، وكذلك التعرف على أثر دور الجنس والخبرة في تقبل التقنية الجديدة. وقد استخدمت الدراسة طريقة كمية وأخرى كيفية. اعتمدت الطريقة الأولى على عينة عشوائية من طلبة جامعة الكويت، حيث بلغ عدد الاستقصاءات المستخدمة في تحليل البيانات 175 قائمة، وتوصلت نتائج الدراسة باستخدام تحليل الانحدار إلى أن الجنس والخبرة مع التقنية متغيران مهمان في عملية احتضان "أم نت"، كما أن هناك اتجاهات إيجابية لدي المستخدمين نحوها، كما توصلت الدراسة إلى أن فوائد الاستخدام و الشعور بالمتعة هما أهم دوافع استخدام الذكور بقطع النظر عن خبرتهم مع التكنولوجيا، في حين أن الشعور بالمتعة هو أهم دوافع الاستخدام لدى الإناث. كما أظهرت النتائج أهمية الإحساس بالثقة بوصفه عاملا مؤثرا في استخدام الإناث فقط. علاوة على ذلك أظهرت النتائج ترابط خلفيات التجربة والشعور بالثقة بالنسبة للمستخدمين الذكور، أما المتغيرات التي لم تؤثر معنويا في الاستخدام فقد تمثلت في الاتجاه الاجتماعي والمحافظة على الخصوصية. و لتعزيز النتائج السابقة اعتمدت الدراسة كذلك على طريقة كيفية، استخدمت فيها الأسئلة المفتوحة والتعليقات الحرة من أجل استقصاء مزيد من أسباب الرفض والقبول، حيث أظهرت أن قلة المحلات المستخدمة للتكنولوجيا وبطء خطوات إتمام عملية الدفع مقارنة ببطاقة الكي نت، وتعامل شركة "أم نت" مع بنك واحد أهم عوامل عدم استخدامها، وقد اقترحت الدراسة عدة توصيات أكاديمية وتطبيقية من أجل زيادة انتشار خدمات الدفع بالنقال.

الخلاصة و التوصيات

ركزت الدراسة على نية استخدام الدفع بالنقال عن طريق استخدام تكنولوجيا "أم نت" الجديدة في الكويت. وتقدم الدراسة عدة إسهامات؛ حيث إنها قامت بتسليط الضوء على العوامل التي تؤثر في نية الاستخدام عن طريق المزج بين منهجية كمية و أخرى نوعية في تجميع البيانات، كما توصلت إلى أهمية و دور التجارب الحية و الجنس في التأثير على نية

الاستخدام، كذلك يعد البحث الدراسة الأولى التي استطاعت استقصاء وجود علاقة بين الاتجاه الاجتماعي و الشعور بالمتعة من جهة، و بين الشعور بالمتعة و الشعور الثقة من

جهة ثانية، إلا أن هذه العلاقة ليست مطلقة و عرضة لتأثير الجنس و شكل التجارب التي أخضع لهما المبحوث.

إسهامات الدراسة لقد توصلت الدراسة إلى إثبات أهمية متغيري الجنس و التجارب (التي تزيد من خبرة المستخدمين المحتملين) في التأثير على قبول تكنولوجيا الدفع بالنقال. وكشفت الدراسة عن أن فوائد الاستخدام والشعور بالمتعة هما أهم محددين للاستخدام بالنسبة لذوي الخبرة (المشاركين في التجارب الحية) وعديمي الخبرة (معالجة الأستاذ) من الذكور، في حين أن الشعور بالمتعة هو أهم دوافع الاستخدام بالنسبة للإناث. و عليه تظهر النتائج أهمية عامل الشعور بالمتعة في الاستخدام، و هذه النتيجة ليست حكرا على الدراسة الحالية، فقد أظهرت دراسات سابقة أجريت في الكويت أن الشعور بالمتعة كذلك هو من أهم العوامل وراء استخدام المراسلات الفورية (رويبح و ولد علي، 2005)، وكاميرا الهاتف النقال (Rouibah and Abbas, 2006). علاوة على ذلك، فإن نتائج الدراسة الحالية وسعت من نطاق نتائج الأبحاث السابقة و لاسيما دراسة Gefen et al. (2003) حول التسوق الإلكتروني و (2007) Dahlberg and Öörn حول الدفع بالنقال.

إن النتائج التي توصلت إليها دراستنا كشفت عن أن الشعور بالثقة هو عامل مؤثر في نية الاستخدام بغض النظر عن خبرة المستخدمين. أما بالنسبة إلى عامل الجنس، فقد أثبتت الدراسة دور الثقة بوصفها عاملا مؤثرا في نية استخدام الإناث فقط. إضافة إلى ذلك توصلت الدراسة إلى ضعف تأثير عاملي الاتجاه الاجتماعي و الخصوصية على نية الاستخدام، وهو ما يتسق مع تأثير هذين المتغيرين على استخدام كاميرا الهاتف النقال في الكويت (Rouibah and Abbas, 2006).

أما في ما يخص خصائص مستخدمي الإناث فقد أثبتت الدراسة أن الاتجاه الاجتماعي يؤثر على كل من سهولة الاستخدام و فوائد الاستخدام، في حين يؤثر الشعور بالمتعة على عامل الثقة فقط.

لقد قامت هذه الدراسة بتصميم نموذج لنية قبول الدفع بالنقال و اختباره في دولة و ثقافة عربيتين لم تعط الاهتمام الكافي كما هو الحال في الدراسات الغربية. و قد قدم النموذج المقترح توسيعا لنموذج "تام" التقليدي والدراسات السابقة في العالم العربي من عدة زوايا، فمن ناحية تعتبر الدراسة اختبارا خارجيا لصحة "تام" و تطبيقه على تكنولوجيا الدفع بالنقال في الكويت. من جهة ثانية قامت الدراسة بتوسيع نموذج "تام" ليشمل ثلاثة متغيرات في مجال الدفع بالنقال؛ و هي المحافظة على الخصوصية، والشعور بالمتعة، و الشعور بالثقة.

و أخيرا أسهمت الدراسة إلى حد كبير في تبيان أن نية استخدام التكنولوجيا الجديدة في الكويت تتأثر بالخصائص الفردية على شكل الجنس والتجارب الحية المقدمة للمستخدم، كما أظهرت الدراسة أن تأثير الشعور بالمتعة على نية

الاستخدام أقوى من كل المتغيرات الأخرى (سهولة الاستخدام، و فوائد الاستخدام، و الاتجاه الاجتماعي، و الشعور بالثقة، و المحافظة على خصوصية المستخدم) وهاتان النتيجتان هما أهم ما يميز نتائج الدراسة الحالية عن باقي الدراسات العربية السابقة التي لم تتطرق إليها، و أخيرا أسهمت الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة باستيعاب الدفع الالكتروني بالنقال، و بخاصة أنها الدراسة الأولى و الوحيدة على المستويين الخليجي والعربي التي تطرقت إلى الدفع بالتقال، و ليس باستخدام خدمات البنك عبر الهاتف النقال.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

الدراسة الاولى

An Empirical Investigation of Mobile Ticketing Service Adoption in Public Transportation, By MATTI ROSSI

تقدم نتائج هذه الدراسة اعتماد خدمة التذاكر المتنقلة في وسائل النقل العام. تستند الخلفية النظرية للدراسة على تبني التكنولوجيا ونظريات الثقة ، والتي يتم تعزيزها بمفاهيم سياق استخدام الهاتف المحمول والتنقل. تشير النتائج التجريبية التي توصلت إليها من تحليلات بيانات المسح إلى أن توافق خدمة إصدار التذاكر عبر الهاتف المحمول مع سلوك المستهلك هو أحد المحددات الرئيسية للتبني.

تم العثور أيضًا على عوامل التنقل والتوافق، بما في ذلك قيود الميزانية، وتوافر البدائل الأخرى، وضغط الوقت في حالة استخدام الخدمة ، ليكون لها تأثير قوي على قرار التبني.

وتشير النتائج التي توصلت إليها إلى أن الميزات السياقية والمتنقلة الخاصة بالخدمة هي محددات مهمة لاعتماد الخدمة المتنقلة ، وبالتالي ينبغي دمجها في نماذج التبني.

المناقشة والاستنتاجات

تدعم النتائج التي توصلت إليها تأثير الخصائص التقنية المتصورة على نية اعتماد خدمة تذاكر الهاتف المحمول.

كان لسهولة الاستخدام والفائدة تأثير ذو دلالة إحصائية على قرار التبني. ومع ذلك ، كان تأثير كلا العاملين ضعيفًا نسبيًا مقارنة بالعوامل المدروسة الأخرى.

تشير هذه النتيجة إلى أن بنيات TAM التقليدية قد لا تكون محددات قابلة للتطبيق على نطاق واسع لقرار التبني كما وجد في العديد من الدراسات التي أجريت في الإعدادات التنظيمية.

كانت أقوى عوامل التنبؤ لنية الاستخدام هي الخبرة السابقة في خدمة إصدار التذاكر عبر الهاتف المحمول وتوافق خدمة إصدار التذاكر عبر الهاتف المحمول مع استخدام الشخص لوسائل النقل العام .

المستهلكون الذين يرون أن مدفوعات الهاتف المحمول متوافقة مع طريقة استخدامهم لكل من وسائل النقل العام والهواتف المحمولة ، هم الأكثر احتمالاً أن يتبنوا خدمة إصدار التذاكر عبر الهاتف المحمول. و ذلك راجع الى استخدام الهواتف المحمولة ، والعادات العامة.

التأثير الاجتماعي، من حيث توصيات الشعوب الأخرى وإدراك أنماط السلوك المعتمدة ، كان أيضًا محددًا قويًا للتبني . وكان للموقف تجاه التكنولوجيا والثقة والمخاطر ارتباطًا إيجابيًا بقرار التبني ، كما كان متوقع.

ومن المثير للاهتمام ، أن التكلفة لم تكن عاملاً محددًا مهمًا لاعتماد تذاكر الهاتف المحمول في بيانات هذه الدراسة، يمكن تفسير ذلك إلى حد كبير من خلال هيكل أجرة النقل العام لمدينة هلسنكي حيث كانت تذاكر المحمول أقل تكلفة من استخدام النقود لشراء تذكرة واحدة، قد يكون البديل الأكثر اقتصادا هو استخدام تذكرة البطاقة الذكية ، ولكن في حالة عدم احتواء الاستخدام على البطاقة الذكية أو نسيان إضافتها ، يكون البديل المحمول متاحًا بسهولة أكبر.

كما تم العثور على العوامل السياقية ، بما في ذلك الافتقار إلى النقد ، والحاجة غير المتوقعة لاستخدام وسائل النقل العام ، وانتهاء صلاحية بطاقة السفر الدورية ، والإسراع ، في تحديد الاستخدام المستقبلي للتذاكر المتنقلة على المحمول.

تشير بيانات الدراسة الى أنه من المحتمل أن يلجأ المستخدمون إلى إصدار التذاكر عبر الهاتف المحمول عندما لا تتوفر وسائل أخرى للدفع. إلى جانب التنقل ، أي التحرر من القيود المكانية والزمانية ، تمثل هذه العوامل السياقية البعد المتنقل للخدمة وتحدد الميزة التنافسية لخدمة حجز التذاكر المتنقلة مقارنة بخيارات الخدمة الأخرى.

كان أحد الاكتشافات المثيرة للاهتمام هو أن التنقل يبدو مقسمًا إلى فئة خاصة به في مساحة اتخاذ القرار للمستهلكين. حدسيًا ، يمكن أن يكون مرتبطًا بمكاسب الأداء التي توفرها تكنولوجيا الهاتف المحمول ، وعلى هذا النحو ، سيكون

مرتبطًا ارتباطًا وثيقًا بمفهوم الفائدة. في نموذجنا ، يبدو أن للتنقل تأثير أقوى على قرار التبني من عامل الفائدة. تشير هذه النتيجة إلى أن خدمات الهاتف المحمول لها مزايا فريدة تختلف عن الفائدة العامة للتكنولوجيا.

تساهم الدراسة في أبحاث التجارة عبر الأجهزة المحمولة من خلال الاختبار التجريبي لتأثير سياق الاستخدام والتنقل على اعتماد تذاكر الهاتف المحمول. تتمثل مساهمة الدراسة الرئيسية في اكتشاف أن التنقل والعناصر السياقية تلعب دورًا مهمًا للغاية في تبني الحالية لزيادة قدرتها على التنبؤ. إن تأثير هذه العوامل على اعتماد أنواع مختلفة من الخدمات المتنقلة أمر معقول ، بالنظر إلى الطبيعة السياقية والشاملة لاستخدام خدمات الهاتف المحمول بشكل عام. من وجهة نظر إدارية ، تشير النتائج إلى أن الميزة النسبية لخدمات الهاتف المحمول تكمن في الوصول إلى الخدمة في كل مكان وعلى قدرة مستخدمي الهاتف المحمول على حل المشكلات السياقية المختلفة مثل الانتظار في قائمة الانتظار باستخدام خدمات الهاتف المحمول.

النتائج التي توُصّل إليها الإشارة إلى أن مطوري خدمات الهاتف المحمول يجب أن يعتمدوا على المزايا النسبية للتنقل والاستجابة السياقية عند تطوير خدمات متنقلة جديدة ، بمعنى آخر، يجب على المطورين البحث عن حالات الاستخدام ، حيث تكون وسائل الدفع الأخرى أقل جدوى (على سبيل المثال ، نقص النقد أو عدم وجود موظفين خدمة في موقع الخدمة). ومع ذلك ، في الوقت نفسه ، يجب أن تفي الخدمات بالمتطلبات المتعلقة بسهولة الاستخدام والتوافق والموثوقية وربما أيضًا التقدير الاجتماعي أو الاهتمام لكسب قبول المستهلك على نطاق واسع.

بينما قدمت الدراسة العديد من القضايا المثيرة للاهتمام لكل من التطوير العملي والبحث الأكاديمي حول خدمات الهاتف المحمول ، هناك حاجة إلى البحث المستقبلي لمواصلة تطوير النموذج الموضح في هذه الورقة البحثية. درست الدراسة الحالية العلاقات المباشرة بين محددات التبني المختلفة ونية التبني. يمكن تطوير النموذج بشكل أكبر من خلال البحث عن التأثيرات الوسيطة والهياكل السببية بين المتغيرات المختلفة وإجراء تحليل مسار إضافي على النحو الذي افترضته النماذج السلوكية السابقة [33 ، 34]. بالإضافة إلى ذلك ، تقتصر الدراسة الحالية على إصدار تذاكر الهاتف المحمول ويجب اختبار النموذج مع مجموعة متنوعة من خدمات وتطبيقات الهاتف المحمول المختلفة. يمكن العثور على عوامل توضيحية إضافية لتعزيز النموذج من أدبيات سلوك المستهلك. إن أحد السبل المهمة لأبحاث التجارة المتنقلة المستقبلية التي قدمتها النتائج التي توُصّل إليها هو الدراسة عن كثب للعوامل السياقية وتأثيرها على

سلوك مستخدم الهاتف المحمول. علاوة على ذلك ، يجب أن تكون دراسات العوامل السياقية في حالات الاستخدام الفعلي ذات أهمية[1].

الدراسة الثانية

How to Encourage the use of public transport? A Multiservice Approach Based on Mobile Technologies.

من الضروري تعزيز استخدام وسائل نقل أنظف ، والتقنيات الجديدة هي المفتاح لتحقيق هذا الهدف. تركز معظم الحلول المستندة إلى الأجهزة المحمولة على الخدمات المتعلقة بالرحلة نفسها (تذاكر الهاتف المحمول ومعلومات حركة المرور في الوقت الفعلي ومخططي الرحلات).

اعتماد وجهة نظر شاملة ، واعتبار كل رحلة لها غرض (العمل، المدرسة، التسوق ،الترفيه) يتم النظر في نهج الخدمة الجديدة. تقدم هذه الورقة البحثية نهجًا متعدد الخدمات يربط بين خدمات المدينة ووسائل النقل العام لتشجيع استخدام وسائط النقل المستدامة. يعتمد نهج الخدمات المتعددة هذا على تقنيات الهاتف المحمول ، وهي قناة فريدة من نوعها للتفاعل بين مزودي الخدمة والعملاء. يتجسد النموذج المفاهيمي لهذا النهج في مثال ملموس. قد يمثل نهج الخدمات المتعددة هذا خطوة نحو التنقل المستدام ، مع تحسين صورة وكفاءة مشغلي النقل العام (PTOS) ، وتعزيز ولاء ومبيعات الشركات المحلية وتوفير الراحة وجودة الخدمة الأفضل وتوفير المال للعملاء.

يقدم هذا البحث نهجًا متعدد الخدمات يربط بين خدمات المدينة ووسائل النقل العام لتشجيع استخدام وسائط النقل المستدامة. يعتمد نهج الخدمات المتعددة هذا على تقنيات الهاتف المحمول ، وهي قناة فريدة من نوعها للتفاعل بين مزودي الخدمة والعملاء.

في منتصف النموذج المفاهيمي لنهج الخدمات المتعددة توجد خدمات النقل العام ، والتي تمثل الرابط المشترك مع خدمات المدينة الأخرى (المطاعم ، البوتيكات ، البقالة ، البنوك). يتكون هذا النموذج المفاهيمي أيضًا من أربع خطوات:

[1]An Empirical Investigation of Mobile Ticketing Service Adoption in Public Transportation, By MATTI ROSSI Aalto University Espoo Finland & 04 authors Article in Personal and Ubiquitous Computing. January 2008.

1) تحليل ملامح التنقل والاهتمامات ؛
2) استهداف وتقديم عروض الخدمات ؛
3) قياس كفاءة وفعالية الحملة؛
4) تحسين عروض الخدمات المستقبلية.

تم تجسيد نهج الخدمات المتعددة هذا في مثال ملموس. تم تطوير تطبيق تذاكر المحمول لوسائل النقل العام لأجهزة Android ، والذي تم دمجه بعد ذلك مع مزودي الخدمة الآخرين. يتيح التطبيق للمستخدمين ليس فقط شراء تذاكر السفر والتحقق منها ولكن أيضًا من الوصول إلى سوق القسائم.

يمكن للعملاء الحصول على خصومات وعروض في المطاعم والبوتيكات وصالات الألعاب الرياضية ومقدمي الخدمات الآخرين ، مع نقاط مكتسبة عند شراء تذاكر السفر. لذلك ، كلما زاد عدد العملاء الذين يسافرون ، زاد عدد النقاط التي يكسبونها والمزيد من الخصومات والصفقات التي يمكنهم الوصول إليها. اتضح أن هذا الحل بديهي ومفيد للعملاء ، وقد حظي بتقدير كبير من قبل PTOs والشركات المحلية.

سيسمح نهج الخدمات المتعددة المقترح بالمساهمة في التحسين الشامل لمستويات خدمة النقل العام ، والصورة ، وإمكانية الوصول ، بهدف رئيسي هو زيادة استخدام وسائل النقل العام وبالتالي المساهمة في التنقل المستدام. كما أنه سيعزز الشركات المحلية ، بسبب زيادة الوعي والولاء والمبيعات. يشمل العمل المستقبلي العمل على هذا النهج وصقله وإظهار القيمة لجميع أصحاب المصلحة المعنيين.

المدن تنمو من حيث الحجم في جميع أنحاء العالم. يضع هذا عبئًا على البنية التحتية للنقل العام ويخلق العديد من المشكلات مثل الاكتظاظ وتأخر الخدمات وعدم رضا الركاب. السلطات الحكومية في مختلف البلدان بما في ذلك الهند تتبنى مفاهيم المدن الذكية للتغلب على هذه المشاكل.

تتميز المدن الذكية باستخدامها المكثف للتقنيات الناشئة لإدارة خدمات المواطنين المختلفة. وفقًا لذلك ، درس الباحثون في هذه الورقة نية تبني الذكاء الاصطناعي (AI) المدعوم من قبل مواطني المدينة الذكية لتقديم خدمات معلومات النقل العام الآلية في أي وقت وفي أي مكان.

يمكن أن تشمل هذه الخدمات العثور على المسارات والجداول الزمنية أو شراء التذاكر أو تسجيل الشكاوى أو جمع التعليقات من الركاب.

استخدمت الدراسة نموذج UTAUT ممتد لقياس نية التبني. يتم إجراء مسح أولي باستخدام استبيان منظم ويتم تحليل البيانات باستخدام تقنية نمذجة المعادلة الهيكلية.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن توقع الأداء ، ومتوسط الجهد المتوقع ، والتأثير الاجتماعي ، وظروف التسهيل ، والتجسيم ، والثقة تؤثر بشكل مباشر على نية تبني Chatbot. حل Chatbot المقترح في هذه الدراسة له آثار اجتماعية من حيث جذب المزيد من المواطنين لاستخدام وسائل النقل العام بدلاً من مركباتهم الخاصة ، وبالتالي تقليل الازدحام وتأخير السفر وتلوث المناخ.

توفر الدراسة أيضًا رؤى حيوية لمسؤولي النقل العام وصناع السياسات أثناء تصميم أو ترقية أنظمة معلومات النقل العام في دولة نامية مثل الهند. تقدم هذه الدراسة مساهمة جديدة في الأدب لأنها تثبت بشكل تجريبي نية استخدام AI powered Chatbot

تشير نتائج الدراسة إلى أن المسافرين يعتزمون استخدام Chatbot للنقل العام داخل مدينة ذكية عندما تكون هناك بنية تحتية مواتية ، وقبول اجتماعي ، وسهولة في الاستخدام ، وتلبية الأداء. سيساعد Chatbot المسافرين بشكل هائل نظرًا لأن جزءًا كبيرًا من السكان العاملين في الهند يعتمد على جدول زمني دقيق وجودة خدمات النقل العام.

التجسيد أو ميزة الدردشة الشبيهة بالبشر تجعل المحادثة مع Chatbot أكثر طبيعية بدلاً من التفاعل التقليدي ذي التنسيق الثابت.

موثوقية استجابات Chatbot تجعلها أكثر جدارة بالثقة مقارنة بالدراسات السابقة ، التي استكشفت اعتماد PTIS المستند إلى الويب بشكل أساسي ، تسلط هذه الدراسة الضوء بشكل فريد على التكنولوجيا الناشئة التي أدت إلى حل Chabot المدعوم من AI للتغلب على العديد من مشكلات PTIS الحالية وتحسين رضا الركاب.

على الرغم من أن هذه الدراسة البحثية وجدت أن نظام Chatbot سيكون إضافة مفيدة إلى PTIS ، إلا أنه يحتوي على العديد من القيود التي تخلق سبلًا للباحثين لإجراء مزيد من الدراسات، تم جمع البيانات فقط من ركاب وسائل النقل العام في منطقة بيون الحضرية في الهند. يتطلب تعميم نتائج الدراسة على مناطق جغرافية أخرى اعتبارات متأنية.

درس البحث فقط نية اعتماد Chatbot AI powered للنقل العام. ومع ذلك ، قد يتم التحقيق في التركيبات الأخرى مثل الاستخدام الفعلي ورضا العملاء في الدراسات المستقبلية.

الدراسة الثالثة

Factors Influencing Adoption Intention of AI Powered Chatbot for Public Transport Services within a SMART CITY

في السنوات الأخيرة ، كانت هناك زيادة ملحوظة في المعاملات غير النقدية بسبب تطور التكنولوجيا المالية. نتيجة للتوسع في منتجات التكنولوجيا المالية مثل المحفظة الإلكترونية ، يتحول المستهلكون من التعامل النقدي إلى غير النقدي. يُنظر إلى المستهلكين من الشباب في القرن الحادي والعشرين على أنهم يتمتعون بالدهاء التكنولوجي لأنهم ولدوا في عصر تكنولوجيا الهواتف الذكية. تهدف هذه الدراسة إلى دراسة العوامل المؤثرة على الشباب الماليزيين لاستخدام المحفظة الإلكترونية كطريقة دفع من خلال تطبيق نموذج قبول التكنولوجيا الموسع (TAM).

تم جمع إجمالي 330 بيانات من مستخدمي المحفظة الإلكترونية في منطقة وادي كلانج في ماليزيا وتحليلها من خلال نشر نمذجة المعادلات الهيكلية للمربعات الصغرى الجزئية (SEM–PLS). من خلال تطبيق نهج من خطوتين على سبيل المثال ، نموذج القياس لأحمال المؤشرات ، والصلاحية المتقاربة ، والموثوقية ، والنموذج الهيكلي لتحليل المسار ، تكشف نتائج هذه الدراسة أن الفائدة المتصورة ، وسهولة الاستخدام المتصورة والخصوصية والأمان لها علاقة إيجابية وهامة بالسلوك نية استخدام المحفظة الإلكترونية.

تساعد هذه الدراسة مزودي الخدمات في السوق الرقمية على زيادة فهمهم لفائدة استخدام المحفظة الإلكترونية لأغراض المعاملات. وتجدر الإشارة إلى أن هذا التحليل له قيود قليلة.

أولاً ، نظرًا لوقت الباحث المحدود ، ركزت هذه الدراسة على الطلاب الذين يسعون للحصول على درجات جامعية في وادي كلانج والتي قد لا تمثل ماليزيا بشكل أفضل. نظرًا لتوسيع استخدام نظام الدفع الرقمي على نطاق واسع ، يُقترح أيضًا تنفيذ الدراسة في جميع أنحاء ماليزيا بما في ذلك المناطق الريفية والحضرية.

ثانيًا ، لا يتابع الشباب فقط شهاداتهم في جامعات مختلفة ، بل يتم توظيفهم أيضًا في قطاعات ومؤسسات وظيفية مختلفة. ومع ذلك، قد يختلف قرار استخدام المحفظة الإلكترونية بناءً على مقاييس الدخل المختلفة للشباب.

أجريت هذه الدراسة لمعرفة السلوك بين الشباب فيما يتعلق بنية استخدام المحفظة الإلكترونية. تم استخدام الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام المدركة والنية السلوكية سابقًا لتحديد سلوك الاستخدام الفعلي. نظرًا لأن الخصوصية والأمن أصبحا مصدر قلق كبير بين الأجيال الشابة لاستخدام التكنولوجيا الرقمية ، فقد استخدمت هذه الدراسة متغير الخصوصية والأمان لفحص التأثيرات على التغيير السلوكي. الخصوصية والأمان هما أحد الأبعاد الأساسية التي يجب على موفري المحفظة الإلكترونية التأكيد عليها من أجل خلق نية إيجابية بين المستهلكين. بدون الحماية المناسبة للخصوصية والأمان ، سيكون العملاء حذرين بشأن استخدام تقنية المحفظة الإلكترونية (.Wei et al، 2009).

يُقترح أيضًا تضمين عدد قليل من المتغيرات لفحص نية استخدام المحفظة الإلكترونية. يوصى بميزات مميزة مثل الثقة والتكلفة والموثوقية لتطبيقها في الدراسة حول النية السلوكية لاستخدام المحفظة الإلكترونية. لذلك يمكن تكرار الدراسة المستقبلية باستخدام نفس المفهوم ولكن مع سياق مختلف لدراسة النية السلوكية لاستخدام المحفظة الإلكترونية.

المطلب الثالث: دراسة الحالة "مؤسسة العمومية لنقل الحضري « **ETUS** »"

أ – تعريف المؤسسة

المؤسسة العمومية للنقل الحضري و الشبه الحضري لمدينة تيارت هي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و هي تحت وصاية وزارة الأشغال العمومية و النقل.
يتمثل الهدف الأساسي للمؤسسة في ضمان النقل العمومي للمسافرين بكل الوسائل الملائمة على امتداد النسيج الحضري و الشبه الحضري و ذلك طبقا للتنظيم العام للنقل الذي تحدده السلطات العمومية. يدير المؤسسة مجلس إدارة و يسيرها مدير عام و يراقبها محافظ حسابات .تتربع المؤسسة على مساحة تقدر بـ:15 26م²،
أُنشأت المؤسسة بتاريخ 2008/01/10 بموجب المرسوم **الرئاسي** رقم 06-500 المؤرخ في 24 /2006/12 الخاص بإنشاء المؤسسات العمومية المؤسسة العمومية للنقل الحضري والشبه الحضري لولاية تيارت.

القانون الأساسي.

طابع النشاط : صناعي و تجاري.

تاريخ بداية النشاط : 2008/04/09.

التسمية : المؤسسة العمومية للنقل الحضري والشبه الحضري لولاية تيارت ETUS TIARET .

شعار المؤسسة: **لسنا وحدنا، لكننا الأفضل.**

الهيكل التنظيمي للمؤسسة

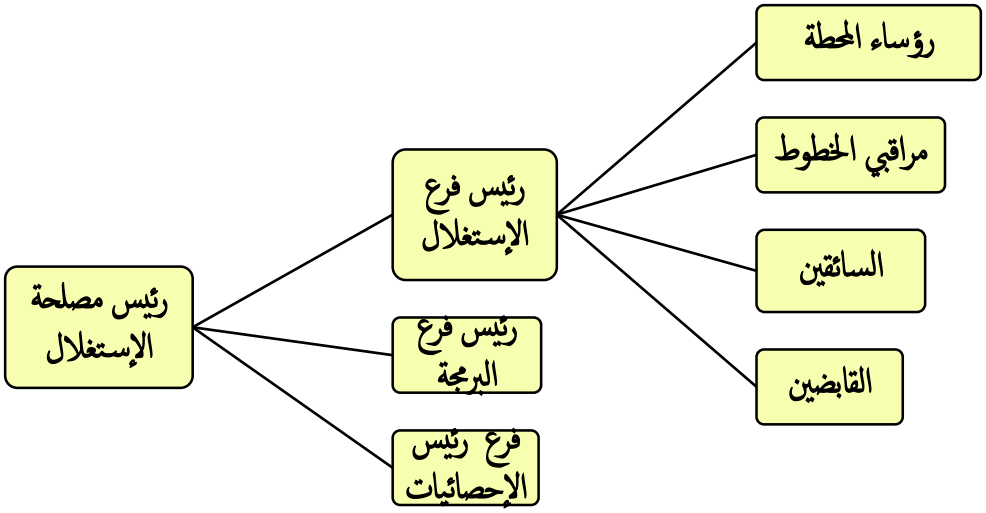
تتكون مؤسسة النقل الحضري و الشبه الحضري تيارت من خمسة مصالح رئيسية و هي:

1. **مصلحة الادارة العامة**
2. **مصلحة مالية والمحاسبة**
3. **مصلحة الاستغلال**
4. **مصلحة الصيانة**
5. **مصلحة التموين**

مصلحة الاستغلال هي مصلحة تابعة للمديرية العامة للمؤسسة تكتسي أهمية بالغة، مهمتها الرئيسية استغلال كافة الخطوط الثمانية (08) التابعة للمؤسسة والتوزيع الأمثل لثلاثون (**30**) حافلة الموجودة في الحظيرة على هذه الخطوط وهذا لضمان تغطية فعالة ومستمرة لكافة النسيج الحضري لمدينة تيارت.

هياكلها تتكون مصلحة الاستغلال من تعداد بشري كفء ومدعم (بنسبة أكثر من 75% من العدد الإجمالي لعمال المؤسسة) وهذا لضمان السير الحسن لكافة المهام الموكلة لها ويتمثل في 130عاملا.

الشكل رقم 01: مخطط مصلحة الاستغلال



المصدر مصلحة الاستغلال مؤسسة النقل الحضري تيارت ETUS TIARET

االجدول رقم 01 احصائيات الحافلات

الحفلات / السنوات	عدد الحافلات الإجمالي	عدد الحافلات المستغلة	عدد الحافلات الإحتياط	عدد الحافلات المتوقفة	عدد الخطوط المستغلة
2018	30	26	-	4	9
2019	30	26	-	4	7
2020	20	25	02	3	7

المصدر: رئيس مصلحة الاستغلال مؤسسة النقل الحضري **ETUS TIARET**

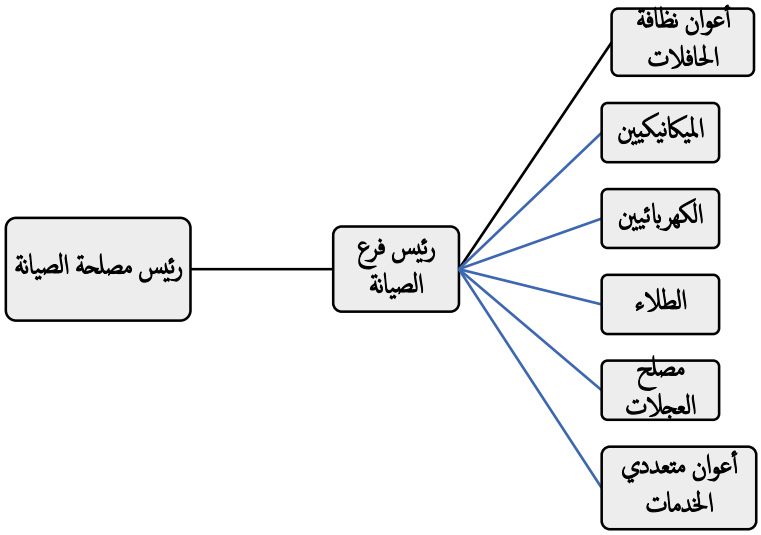
الجدول: رقم 02 احصائيات الركاب

السنوات	عدد الركاب	نسبة امتلاء الحافلة	المقاعد الممنوحة
2018	**6'923'690**	**%58.70**	**10'855'900**
2019	**6'865'103**	**%56.48**	**12'148'300**
2020			

المصدر: رئيس مصلحة الاستغلال مؤسسة النقل الحضري **ETUS TIARET**

مصلحة الصيانة تابعة للمديرية العامة للمؤسسة هدفها الرئيسي التدخل للقيام بعمليات : تصليح، إعادة تأهيل وتركيب قطع الغيار وهذا لضمان تواجد حافلات المؤسسة في أحسن حال، هياكلها تتكون مصلحة الصيانة من تعداد بشري كفء يضمن السير الحسن لكافة المهام الموكلة لها ويتمثل في 30عاملا.

الشكل رقم02 مخطط مصلحة الصيانة



المصدر مصلحة الصيانة مؤسسة النقل الحضري تيارت ETUS TIARET

مصلحة التموين تابعة للمديرية العامة للمؤسسة تعمل على إعداد دفاتر الشروط بهدف توفير جميع الخدمات والمشتريات (قطع غيار، تجهيزات، ألبسة، لوازم مكتبية.....الخ) وتغطية كافة النقائص لضمان السير الحسن للمؤسسة، إضافة إلى تسيير جميع المخازن التابعة لها.

هياكلها: تتكون مصلحة التموين من تعداد بشري يضمن السير الحسن لكافة المهام الموكلة لها.

الشكل رقم 03: مخطط مصلة التموين

المصدر مصلحة التموين مؤسسة النقل الحضري تيارت

ب – تبني المؤسسة للدفع الإلكتروني:

انفردت مؤسسة النقل الحضري لولاية تيارت بقبول مشروع رقمنه نظام التذاكر و الدفع الإلكتروني المطروح في وزارة النقل على المستوى الوطني. تم تجسيد المشروع من قبل شركة ناشئة « **Start Up** » صاحبة الفكرة و المشروع ،تم تكييف وفق متطلبات مدير الأسبق مؤسسة تيارت حيت تم ابتكار تطبيق لتتبع مسار الحافلات **Tiaret Bus**

وتطبيق للدفع الإلكتروني **ETUS PAY** بالإضافة الى بطاقة شحن و تعبئة "**حـافـلـتـي**" تعمل كلها وفق نظام تذاكر رقمي و دفع الكتروني و البداية الفعلية سنة 2021.

لقد كان التصور الأولي للمؤسسة لعائدات الدفع الإلكتروني لأول السنة لا تتعدى 03% الا انه قد فاقت التصورات بتحقيق نسبة 15%.

شهد اول شهر من اصدار التطبيق و البطاقة انخفاض في عائدات المؤسسة قدر بنسبة 30% و السبب يعود لعدم الترويج للخدمة الجديدة و استغلال المنافسين لتطبيق تبع مسار الحافلات **Tiaret Bus** واخذهم للحصة معتبرة في الشهر الموالي انتشر التطبيقين بما يقارب 10000 مستخدم، مع تضاعف العائدات و الحصة السوقية.

لقد بلغت نسبة متوسط استخدام الدفع الإلكتروني **19%** يوميا من اجمالي الركاب لمؤسسة النقل العمومي الحضري تيارت – ETUS –

المبحث الثاني : نموذج قبول تكنولوجيا الدفع الإلكتروني

تبنى الدراسات على مجموعة من الأساليب المتعلقة بجمع البيانات، معالجتها بالتحليل و الحصول على نتائج تسمح بتحسين اتخاذ قرارات سليمة و موضوعية تكون حلا و إجابة على الإشكاليات المطروحة .

المطلب الأول : منهجية الدراسة و اجراء عملية البحث

1 منهجية الدراسة :

لتحقيق اهداف الدراسة تم اعتماد على منهج وصفي تحليلي و الذي يعتبر اكثر استعمالا في عدة مجالات، ان الهدف من الدراسة هو ادراك مدى قبول تكنولوجيا الدفع الإلكتروني من خلال دراسة العوامل المؤثرة على درجة القبول في المجتمع المدروس (سكان ولاية تيارت) مستخدمي النقل العمومي حيث تم استهداف 97 فردا كعينة للدراسة. قدمت لهم استمارات استبيان على شكل اليكتروني و أخر ورقي مطبوع وزعت على التوالي 48 ،49 خلال فترة امتدت من 25 الى 31 ماي 2023، (شهدت هذه الفترة اضراب مفاجئ لعمال مؤسسة النقل ETUS TIARET) بعد جمع الاستمارات الموزعة تم الغاء استمارتين.

2 أدوات الدراسة:

الاستبيان، تضمنت الاستبانة جزئين هما: الجزء الأول البيانات الشخصية المتكونة من **07** أسئلة، الجزء الثاني متكون من 21 فقرة مقسمة الى خمس محاور

1) **محور المخاطر** تضمن 04 فقرات
2) **محور السهولة** تضمن 05 فقرات
3) **محور الفائدة المنتظرة** تضمن 04 فقرات
4) **محور الموقف** تضمن 04 فقرات
5) **محور القبول** تضمن 04 فقرات .

تم الإعتماد في أجوبة الاستبيان على مقياس **ليكرت LIKERT** لقياس درجة الرأي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 03 قياس دراجات راي لكل فقرة LIKERT

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من اعداد الطلبين

كما تم الاعتماد على عدة أدوات إحصائية منها المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري و المدى.

1 المتوسط الحسابي بأخذ اكبر قيمة له في المحور لترتيب العبارة من حيث الأهمية.

2 الانحراف المعياري باخذ اقل قيمة له في المحور في حالة تساوي المتوسط الحسابي بين فقرتين من نفس المحور

3 المدى يساوي اعلي درجة في مقياس ليكرت – ادنى درجة منه (5-1)=4 و للحصول على طول الفئة نقوم بتقسيمه على عدد درجات الموافقة 5/4=0.80 فنحصل على المجالات التالية:

جدول رقم 04 : جدول تحديد مدى الاتجاه العام

مجال المتوسط الحسابي	الاتجاه العام
من 01 الى 1.80 درجة	درجة منخفضة جدا
من 1.81 الى 2.60 درجة	درجة منخفضة
من 2.61 الى 3.40 درجة	درجة متوسطة
من 3.41 الى 4.20 درجة	درجة عالية
من 4.21 الى 05 درجة	درجة عالية جدا

المصدر من اعداد الطلبة

كما تم الاستعانة بالخصائص السيكو-مترية وهي مجموعة مؤشرات و عوامل عددية تعكس جودة أداة الدراسة (الاستبيان) وقابلية قياسها واهمها مؤشر الصدق و التبات "الفا كرو- نباخ".

و في الدراسة تم الإستعلنة ببرنامج SPSS V.022 و Smart-PLS 4.

المطلب الثاني بناء النموذج و تحديد فرضيات الدراسة

تسعى هذه الدراسة لتحديد العوامل التي يمكن أن تؤثر على عملاء المؤسسة العمومية لنقل الحضري و الشبه الحضري –تيارت– في قبول خدمة الدفع الإلكتروني (تطبيق ETUS PAY / بطاقة حافلتي) في تسوية معاملاتهم اليومية، وقد اعتمدت الدراسة على نموذج قبول التكنولوجيا الذي قدمه Davis (1989) والذي يقوم على مجموعة من الأسس النظرية والفرضيات، والتي تسعى في مجملها لتحديد دور كل من المخاطر، السهولة والفائدة المتصورة(المنفعة المدركة) الت اعتبرت في هذه الدراسة كمتغيرات خارجية في عملية قبول لتكنولوجيا، إضافة إلى متغيرات داخلية تتمثل في الموقف و القبول. (Zhou, 2012) و (Chawla & Joshi, 2018) و (Abbas, Hassan, Asif, & Junaid, 2018) و (Afshan , Arshian , Nazneen , & Reema , 2018) و (Mutahar, Norzaidi ., Ramayah, Osama, & Adnan , 2018)

1-المخاطر المتصورة (Perceived risk): تم اقتراح نظرية المخاطر المتصورة لأول مرة من قبل ريموند باور **(Raymond Bauer)** في عام 1960 لتحديد سلوك العملاء وفحص مختلف العوامل التي يمكن أن تؤثر عليهم عند اتخاذ القرارات، وتطرق إليها **(Sayyed Khawar , Hafiz , Asif, Hafiz, & Faiqa , 2018, p. 834)** من خلال التوقعات الشخصية المتعلقة بالخسائر التي يمكن أن تحدث في محاولة تحقيق نتيجة معينة، وعرف مفهوم المخاطر المتصورة تطورا نتيجة لتطور سلوك الأفراد فبعدما كانت هذه المخاطر في الماضي محصورة في الاحتيال وجودة المنتج فقد أصبحت في وقتنا الحالي تعني احتمال الخسارة في السعي لتحقيق النتيجة المرجوة أثناء استخدام الخدمة الإلكترونية نتيجة لشيوع استخدام هذا النوع من الخدمات، وتلعب المخاطر دورا محوريا في قرار تبني أنظمة المعلومات من خلال المشاعر المرتبطة بعدم اليقين، عدم الراحة أو القلق، الانزعاج النفسي، الصراع الداخلي، وهي تصرفات تنشأ عند تقييم منتج ما بناء على التكاليف والمنفعة والفوائد والمخاطر **(Featherman & Pavlou, 2003, p. 454)**، ونظرا لاختلاف المخاطر التي يمكن أن تواجه العملاء فقد حاولت مجموعة من الدراسات حصر هذه المخاطر في مجموعات رئيسية أهمها: مخاطر الأداء، والمخاطر النفسية، والمخاطر المالية، ومخاطر الخصوصية، ومخاطر الوقت، والمخاطر الاجتماعية، والمخاطر الشاملة **(Featherman & Pavlou, 2003, p. 455) (Afshan , Arshian , Nazneen , & Reema , 2018, p. 390) (Mutahar, Norzaidi , Ramayah, Osama, & Adnan , 2018, p. 185)، (Sayyed Khawar , Hafiz , Asif, Hafiz, & Faiqa , 2018, p. 843)**

وعن تأثير المخاطر المتصورة على سلوك الأفراد في تبني المعاملات البنكية عبر الهاتف المحمول فقد بينت العديد من الدراسات أن المخاطر المتصورة تكون أكثر حدة في المعاملات البنكية عبر الهاتف المحمول مقارنة بالخدمات البنكية التقليدية بسبب البنية التحتية اللاسلكية التي تعتبر أكثر عرضة للقرصنة والهجمات الضارة **(Yousafzai, Pallister, & Foxall, 2003).**

وباعتبار المخاطر المتصورة أهم العقبات التي تؤثر على نية المستخدم (العميل) في تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول فقد أجمعت العديد من الدراسات على التأثير السلبي للمخاطر المتصورة على نية المستخدم (**(Afshan , Arshian , Nazneen , & Reema , 2018)** ،**Alalwan A. , Dwivedi, Rana , & Williams, 2016)**، **(Dasgupta, Paul, & Sanjay, 2011)** و **(Hanafizadeh, Behboudi, Koshksaray , & Tabar, 2014)**، كون المستخدمين يدركون بوعي ودون وعي المخاطر عند تقييم المنتجات والخدمات للشراء و / أو التبني.

2-الفائدة المتصورة (Perceived Usefulness): أكدت العديد من الدراسات على الفائدة المتصورة (**P U**) في نموذج قبول التكنولوجيا والذي لا يمكن الاستغناء عنه **(Featherman & Pavlou, 2003, p. 456)**، وتعبر (**P U**) عن مقدار الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدامه لتكنولوجيا أو تقنية معينة سيعزز من أدائه الوظيفي **(Mutahar, Norzaidi , Ramayah, Osama, & Adnan , 2018, p. 186)**، وبذلك يمكن القول أن (**P U**) تعبر عن التصور الذي يكون لدى المستخدم والمتعلق بتكنولوجيا معينة والذي يرتبط بالمزايا التي يمكن أن يستفيد منها عند استخدامه لهذه التكنولوجيا، وتشير العديد من الدراسات على غرار **(Cheong & Myeong- Cheol , 2005)** و **(DAVIS, BAGOZZI, & WARS, 1989, p. 986)** إلى وجود تأثير ايجابي للفائدة المتصورة على نية الاستخدام (**(Gu , Lee, & Suh, 2009)** ،**Hanudin, 2007, p. 38)** .

3-السهولة المتصورة (Perceived Ease of Use) : تعتبر سهولة الاستخدام أيضا من العوامل المهمة في **TAM** والتي لها تأثير كبير في قبول/أو رفض التكنولوجيا، وتعبر (**EOU**) وفقا لـ **Davis** عن الدرجة التي يتوقع بها المستخدم المحتمل أن يكون النظام المستهدف خاليًا من الجهد **(Hanudin, 2007, p. 39)**، ونظرا لخصوصية الخدمات البنكية الالكترونية عبر الهاتف المحمول والتي تتطلب حدا معينا من المعرفة والمهارة فيمكن أن تلعب **PEOU** دورًا مهمًا في تحديد نية العملاء لتبني استخدام هذه التكنولوجيا، كما يمكن للأفراد المشاركة في عملية المفاضلة المعرفية بين الجهود المطلوبة للتطبيق الناجح للتكنولوجيا أمام الفوائد والمزايا التي يتم الحصول عليها باستخدام مثل هذه التكنولوجيا ، وتم دعم هذه الفرضية من خلال العديد من الدراسات أهمها **(Hanafizadeh, Behboudi, Koshksaray , & Tabar, 2014)**، **(Gu , Lee, & Suh, 2009)**، **(Alalwan A. , Dwivedi, Rana , & Williams, 2016)** و **.(Luarn & Lin, 2005)**

4-الموقف نحو الاستخدام (Attitude to Use): يعبر الموقف (**ATT**) عن المرحلة التي تسبق اتخاذ القرار النهائي في تبني التكنولوجيا/ من عدمه والتي تكون نتيجة لأهم عاملين في **TAM** (السهولة والفائدة) **(Gamal Aboelmaged, Mohamed; Gebba, Tarek R, 2013, p. 38)**، وتطرق (**Kotler, 2009**) للموقف من خلال الأحاسيس والمشاعر والانفعالات تجاه شيء معين، بما في ذلك استخدام تكنولوجيا جديدة، بحيث يعبر الموقف عن الدرجة التي يتم بها

تقييم سلوك الشخص الايجابي أو السلبي لذلك الشيء أو لذلك السلوك **(Widanengsih, 2021, p. 75)**، وتم التعبير عن الموقف تجاه الاستخدام بالدرجة التي يقبل بها العملاء التكنولوجيات الجديدة **(Alla NASSIF, 2019, p. 30)**، وتشير العديد من الدراسات إلى العلاقة والتأثير الايجابي للموقف على الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا **(Mansour, Eljelly, & Abdelgardir, 2016, p. 249) (Purwanto & Mutahar, 2020, p. 3971)**، (نصري، 2015، صفحة 672) و **(Au & Enderwick, 2000)**،

5-الاستخدام الفعلي (Actual System Use) : تأتي مرحلة الاستخدام أو النية في الاستخدام كنتيجة للموقف الذي يتحدد عند المستخدم، وتعتبر أهم مرحلة في نموذج قبول التكنولوجيا، وترتبط هذه المرحلة بالرغبة من عدمها تجاه تكنولوجيا معينة والتي تنتج عن الموقف الذي يتخذه المستخدم تجاه تكنولوجيا (نظام أو تقنية) (بسعود و تيماوي ، 2021، صفحة 578).

واستخدام التكنولوجيا من طرف المستخدمين يكون نتيجة للموقف الذي يعزز نية المستخدم في عملية الاستخدام، فالنية السلوكية تعبر عن رغبة أو مصلحة الشخص للقيام بسلوك معين، وتتوافق النية السلوكية في غالب الاحيان مع مدى اهتمام الشخص بشيء معين، والذي ينشأ بعد تلقي التحفيز من المنتج الذي يراه، ويساهم هذا التحفيز في تجربة المنتج والاقبال عليه وشرائه وتملكه **(Widanengsih, 2021, p. 75)**، وفي غالب الأحيان يتغير الاهتمام بمرور الوقت نتيجة لتغير البيئة المحيطة بالشخص، وكلما اتسع الفاصل الزمني زاد احتمال حدوث تغيرات في اهتمامات شخص ما **(Alla NASSIF, 2019, pp. 30-31)**.[1]

استنادا الى ما سبق و بناءا عليه تمت صياغة الفرضيات كالاتي

1- فرضيات الدراسة :

H1: تؤثر المخاطر سلبا على السهولة.

H2: تؤثر المخاطر سلبا على الفائدة.

H3: تؤثر السهولة إيجابا على الفائدة.

H4: تؤثر السهولة إيجابا على الموقف.

H5: تؤثر الفائدة إيجابا على الموقف.

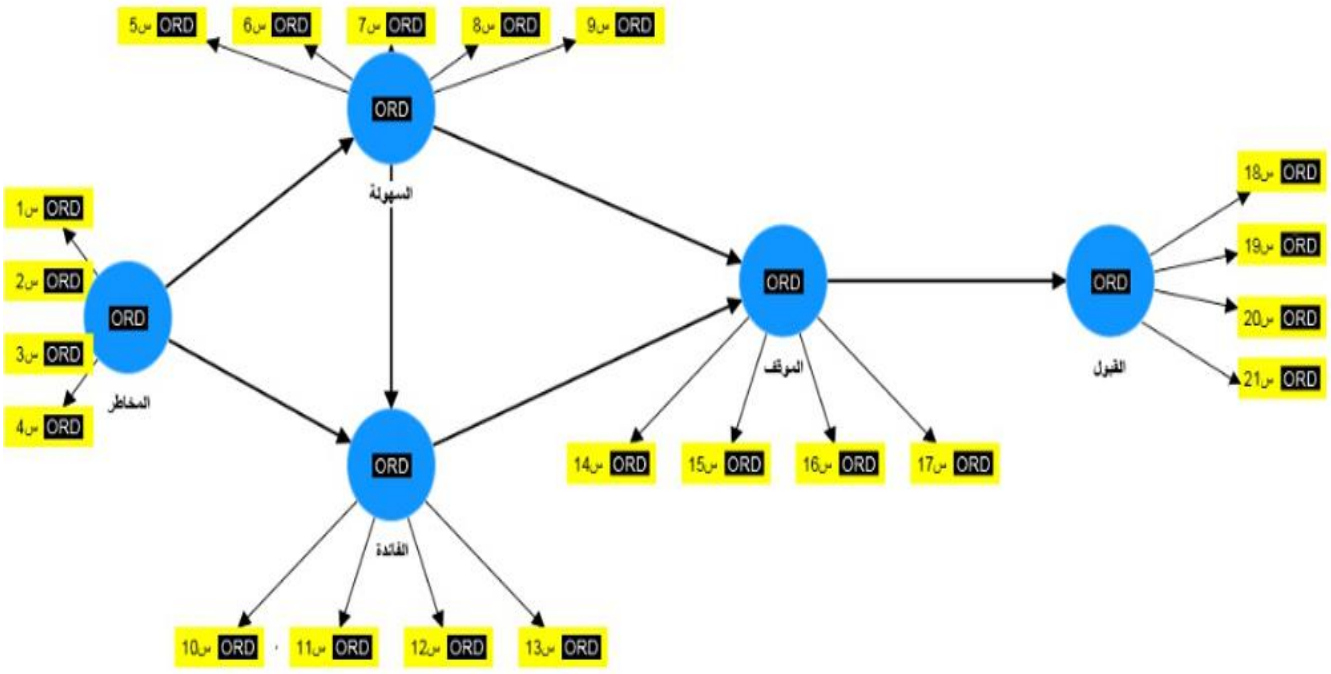
H6: يؤثر الموقف إيجابا على القبول.

[1] شباح رشيد، دحماني رضا اثر المخاطر المتصورة على تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول في الجزائر مجلة المنتدى للدراسات و الأبحاث الاقتصادية المجلد 02/6 (2022) ص ص412 431.

2 – بناء نموذج الدراسة:

بالاستعانة ببرنامج **Smart–Pls 04** تم تحديد النموذج التصوري و المتكون من خمس متغيرات كامنة تعكس نموذج الدراسة النظري، المعتمد في اغلب الدراسات التجريبية ، و الذي يهدف الى تحديد ما يؤثر على قبول الدفع الإلكتروني من طرف عملاء و مستخدمي النقل العمومي لمؤسسة .ETUS TIARET

الشكل رقم 06 : نموذج الدراسة.



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج**Smart – Pls 4**

ان الشكل البياني يستعرض نموذج الدراسة بتأثير العوامل المخاطر السهولة الفائدة المنتظرة على الموقف الذي بدوره يؤثر على القبول بناءا على الفرضيات المقترحة في الدراسة.

المبحث الثالث: تحليل البيانات و عرض النتائج

المطلب الأول تحليل بيانات الاستبيان

وقد كانت البيانات المتعلقة بخصائص عينة الدراسة كما هو موضح في الشكل التالي :

الجدول رقم 05: توزيع عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

المتغير	التصنيف	التكرار	النسب %
الجنس	ذكـــر	49	51.6
	انثـــى	46	48.4
السن	اقل من 18 سنة	02	02.1
	من 18 الى 25 سنة	65	68.4
	من 26 الى 35 سنة	16	16.8
	من 36 الى 59 سنة	10	10.5
	اكثر من 60 سنة	02	02.1
الحالة الاجتماعية	اعزب	80	84.2
	متزوج	03	03.2
	بالأولاد	12	12.6
الغرض من استعمال النقل	التمدرس	43	45.3
	العمل	12	12.6
	النزهة و الترفيه	05	05.3
	أغراض أخرى	11	11.6
	كـــل ما ســـبق	24	25.3
استعمال النقل	يومي	67	70.5
	أسبوعي	14	14.7
	شهري	05	05.3

	في المناسبات	09	09.5
استعمال الدفع الإلكتروني	نـــعـــم	29	30.5
	لا	66	69.5
وسيلة الدفع المستخدمة في النقل	تطبيق **ETUS Pay**	02	02.1
	بطاقة **حافلتي**	18	18.9
	كلاهما (تطبيق+بطاقة)	09	09.5
	لاشيء مما سبق (الدفع نقدي)	66	69.5

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على بيانات الدراسة المتحصل عليها من برنامج SPSS

من خلال البيانات الشخصية نلاحظ ان عينة الدراسة المقدرة ب95 فردا متباينة وفق المعايير المعتمدة تدل على ان مختلف فئات المجتمع تستخدم الدفع الإلكتروني في وسائل النقل.

الجنس: نلاحظ من نتائج الجدول ان نسبة الذكور 51.6% و الإناث 48.4% انها متقارب أي ان اختلاف الجنس لم يكن ذا تأثير على استخدام وسائل النقل.

السن: نلاحظ ان الفئة العمرية الأكثر استخداما لوسائل النقل هي الشباب من 18-25 بنسبة قدرت بـ 68% ثم تاليها من 25-35 بنسبة 16.8% ومنه ان الفئة العمرية اكثر اقبالا على استعمال وسائل النقل هي الشبابية.

الحالة الاجتماعية: نلاحظ من خلال الجدول ان فئة العزاب هي الغالبة بنسبة 84.02% ثم تاليها فئة المتزوجين باولاد بنسبة 12.6%

الغرض من استعمال النقل: نلاحظ من خلال نتائج الجدول ان نسبة استعمال النقل لغرض التمدرس كانت 45.3% ، تليها استعمال في كل ما سبق ب25.3% و لغرض العمل بنسبة 12.6%.

تردد استعمال النقل: نلاحظ من نتائج الجدول ان اعلى نسبة 70.5% تمثل الاستعمال اليومي ثم تليها نسبة 14.7% للاستعمال الأسبوعي ومنه ان تردد مستخدمي النقل العمومي اغلبه يومي ثم أسبوعي.

استعمال الدفع الالكتروني: من الجدول نلاحظ ان اعلى نسبة هي 69.5% إجابة بـ لا و 30.5 % إجابة بـ نعم أي ان الأغلبية لم يستعملوا الدفع الالكتروني من قبل.

وسيلة الدفع المستخدمة: نلاحظ من نتائج الجدول ان اعلى نسبة هي 69.5% الدفع نقدا ثم تليها نسبة 18.9% الدفع باستخدام بطاقة حافلتي، و منه ان الغالبية تستعمل الدفع نقدا و من يستعمل الدفع الالكتروني يستعملون البطاقة.

قياس صدق وثبات الاستبيان:

صدق فقرات الاستبيان: يقصد بصدق الاستبيان هو التأكد من أنه قادر بالفعل على قياس ما أعدت لقياسه, كما يعرف الصدق ايضا بانه شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية, ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحيه ثانيه, بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها[1].

جدول رقم06 نتائج الصدق وثبات الاستبيان

االرقم	محور الاستبيان	معامل الفا كرومباخ
01	المخاطر	**0.812**
02	السهولة	**0.587**
03	الفائدة المنتظرة	**0.714**
04	الموقف	**0.798**
05	القبول	**0.755**

المصدر من اعداد الطلبة باستعانة ببرنامج Smart-Pls 04

من خلال الجدول المتعلق بمعامل ألفا كرونباخ فقد تبين أن كل فقرات المحاور تتمتع بالصدق والثبات كونها أكبر من العتبة 0.70، باستثناء محور السهولة الذي بلغت قيمة الثبات فيه 0.66 بعد حذف الفقرات 7 و 8 وهي النسبة التي يمكن قبولها في الدراسات الاستكشافية في غالب الأحيان، ومنه فان الاستبيان يتمتع بالصدق و الثبات.

تحليل البيانات وتحديد الأهمية النسبية لفقرات الاستبيان

يتضمن هذا الجزء من الدراسة تحليلا مفصلا للبيانات وعرضا لمختلف التحليلات الاحصائية التي تم اجراؤها على عينة الدراسة.

التقييم النسبي لكل من المتغيرات الرئيسية في التأثير على المتغير التابع والمتمثل في، وتم استخدام الأوساط الحسابية للفقرات المشمولة في الأسئلة الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة وذلك وفقا للتقسيم النسبي التالي:

ا

[1] عبيدات ذوقان و اخرون, البحث العلمي, مفهومه – ادواته – و اساليبه,دار الفكر, عمان, 2001, ص 179.

لجدول رقم07: الأهمية النسبية لفقرات محاور الاستبيان

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه العام للعينة
01	ف1	2.378	1.033	03	درجة منخفضة
02	ف2	2.578	1.067	02	درجة منخفضة
03	ف3	2.263	1.168	04	درجة منخفضة
04	ف4	3.031	1.890	01	درجة متوسطة
المخاطر		**2.562**	**0.890**	**درجة منخفضة**	
05	ف5	4.189	0.688	01	درجة عالية
06	ف6	3.936	0.788	03	درجة عالية
07	ف7	3.926	0.884	04	درجة عالية
08	ف8	3.589	1.387	05	درجة عالية
09	ف9	4.094	0.744	02	درجة عالية
السهولة		**3.88**	**0.547**	**درجة عالية**	
10	ف10	4.147	0.837	03	درجة عالية
11	ف11	4.231	0.856	01	درجة عالية جدا
12	ف12	4.052	0.803	04	درجة عالية
13	ف13	4.168	0.724	02	درجة عالية
الفائدة المنتظرة		**4.149**	**0.552**	**درجة عالية**	

14	ف14	4.189	0.688	03	درجة عالية
15	ف15	4.284	0.871	01	درجة عالية جدا
16	ف16	3.957	0.933	04	درجة عالية
17	ف17	4.210	0.810	02	درجة عالية جدا
المـــوقـــف		**4.16**	**0.652**	**درجة عالية**	
18	ف18	3.600	1.085	01	درجة عالية
19	ف19	4.042	0.742	04	درجة عالية
20	ف20	3.978	0.850	03	درجة عالية
21	ف21	4.115	0.897	02	درجة عالية
الـــقـــبـــول		**3.933**	**0.672**	**درجة عالية**	

المصدر من اعداد الطلبة باستعانة برنامج SPSS v22

1. تقييم متغير محور المخاطر من ف1 إلى ف4 وكانت نتائج الاستجابات كما هو موضح في اعلى الجدول المتعلقة بمتوسطات إجابات المبحوثين فما يتعلق بالمخاطر نلاحظ ان المتوسط حسابي يتراوح مابين 1.033 كادنى درجة الى 3.033 كاعلى درجة و الفقرة ف 4 بينت ان مخاطر المتعلقة بالأنترنت و أنظمة التشغيل بقي هاجس المستهلك اكثر لقبول الدفع اليكترونيا واكدته إجابات الممسوحة اليكترونيا فكان الاتجاه اكثر للموافقة .

2. تقييم متغير محور السهولة من ف5 إلى ف9 وكانت نتائج الاستجابات كما هو موضح في اعلى الجدول المتعلقة بمتوسطات إجابات المبحوثين فكانت محصورة بين 3.889 كأدنى درجة الى 4.183 كأعلى درجة و الإتجاه كان لموافقة لأغلب المستجوبين و بدرجة عالية لجميع الفقرات.

3. تقييم متغير محور الفائدة المنتظرة من ف10 الى ف13 وكانت نتائج الاستجابات كما هو موضح في اعلى الجدول المتعلقة بالمتوسطات الحسابية للمبحوثين حيث كانت محصورة بين 4.052 كأدنى قيمة و 4.231 كأعلى قيمة. ان الفقرة ف11 و المتوجه لها بدرجة عالية جدا اكدت ان من اكبر الفوائد المتصورة من استعمال الدفع الإلكتروني هو تجنب العدوى و انتقال الامراض و خاصة بعد تجاوز فترة جائحة كورونا.

4. تقييم متغير محور الموقف من ف14 الى ف17 وكانت نتائج الاستجابات كما هو موضح في اعلى الجدول المتعلقة بالمتوسطات الحسابية حيث كانت 3.957 كأدنى قيمة و 4.284 كقيمة اعلى و كان الاتجاه بدرجة عالية فكانت الفقرتين 14و 17 مجسدة للموقف الإيجابي تجاه الدفع الإلكتروني.

5. تقييم متغير محور القبول من ف18 الى ف21 وكانت نتائج الاستجابات كما هو موضح في اعلى الجدول المتعلقة بالمتوسطات الحسابية حيث كانت 3.600 كأدنى قيمة و4.115 كقيمة اعلى و كان الاتجاه بدرجة عالية، و الفقرة ف21 اكدت ان في تسويق الخدمات يجب التركيز على سلوك المستهلك والتكوين الجيد لمقدمي الخدمات.

مطلب الثاني اختبار النموذج و الفرضيات

1.اختبار النموذج

1.1 الموثوقية التقاربية

يندرج ضمن معايير الموثوقية التقاربية مجموعة من المعايير تهدف إلى تقييم الاتساق الداخلي مثل: موثوقية المؤشرات الفردية، الموثوقية المركبة ومتوسط التباين المستخلص، ومن خلال الجدول التالي سنستعرض أهم نتائج هذه المؤشرات:

جدول رقم08 معايير الموثوقية التقاربية المتعلقة بنموذج قبول الدفع الإلكتروني في وسائل النقل

المبنى	الفقرة	التحميل الخارجي	متوسط التباين AVE	الموثوقية المركبة	الفا كرومباخ
المخاطر	ف1	0.891	0.633	0.892	0.812
	ف2	0.791			
	ف3	0.764			
	ف4	0.713			
السهولة	ف5	0.670	0.394	0.717	0.587
	ف6	0.877			
	ف7	0.579			

	ف8	0.462			
	ف9	0.752			
الفائدة المنتظرة	**ف10**	0.822	0.541	0.726	0.714
	ف11	0.704			
	ف12	0.756			
	ف13	0.647			
الموقف	**ف14**	0.757	0.623	0.803	0.798
	ف15	0.767			
	ف16	0.775			
	ف17	0.855			
القبول	**ف18**	0.585	0.579	0.828	0.755
	ف19	0.870			
	ف20	0.864			
	ف21	0.687			

المصدر: من اعداد الطالبين مع الإستاد باستعمال Smart Pls 04

من خلال الجدول أعلاه المتعلق بالموثوقية التقاربية نلاحظ ان التحميلات الخارجية لجميع مؤشرات المحاور تتجاوز عتبة القبول 0.70 أي ان الفقرات تفسر ما وضعت لأجله و هو ما يدل على موثوقية المؤشرات التي تم اعتمادها في الدراسة، وقد تم قبول بعض الفقرات بالرغم من عدم تجاوز تحميلاتها عتبة القبول وهي 5، 7، 8، 13، 18، 21 نتيجة لكون عملية الحذف (للفقرتين ف7،ف8 من محور السهولة) لم تغير من قيمة الموثوقية المركبة **CR=0.713 composite releability**

وعن معايير الموثوقية التقاربية لكل من ألفا كرومباخ والموثوقية المركبة فقد تجاوزتا عتبة 0.70 وهو ما دل على موثوقية الاتساق الداخلي للقياسات، اما قيمة التباين المستخلص AVE قد زادت بعد حذف الفقرات 7،8 بشكل

ملحوظ من 0.394 الى 0.595 وتجاوزت عتبة 0.50 وهو ما يؤكد أن كل مبنى من مباني الدراسة يفسر في المتوسط أكثر من نصف تباين مؤشراته

2.الموثوقية التمايزية

تعبر الموثوقية التمايزية عن المدى الذي يكون فيه المبنى متمايزا عن المباني الأخرى في التقاطه لظواهر لا تمثلها المباني الأخرى في النموذج، ومن أهم مؤشرات الموثوقية التمايزية نجد كلا من معيار فورنال لاكر ومعيار التحميلات المتقاطعة.

معيار فورنال لاكر Fornell-LarckerCriterion: يقوم هذا المؤشر على مقارنة الجذر التربيعي لقيم AVE مع الارتباطات الأخرى للمتغير الكامن، ويجب أن يكون الجذر التربيعي لقيمة AVE لكل مبنى أكبر من أعلى ارتباط له مع أي مبنى آخر للدلالة على أن المبنى يشترك في تباين مؤشراته أكثر من اشتراكه في تباين المؤشرات الأخرى[1]، وعن معيار فورنال–لاكر في دراستنا فقد كانت نتائجه كما يلي:

جدول رقم 09 قياس الموثوقية التمايزية للمباني

	المخاطر	السهولة	الفائدة	الموقف	القبول
المخاطر	0.793				
السهولة	-0.350	0.771			
الفائدة	-0.078	0.266	0.735		
الموقف	-0.310	0.436	0.467	0.789	
القبول	-0.159	0.539	0.585	0.720	0.761

المصدر: من اعداد الطالبين مع باستعمال Smart Pls 04

تبين اقطار مصفوفة اختبار فورنال لاكر ان قيمها اكبر من قيم الجانب السفلي للمصفوفة و هو ما يؤكد ان المباني في النموذج مرتبطة أي كل محور منطبق على نفسه و يفسر نفسه بنفسه .

[1]BABA, Abubakar Isah ; ABDULLAHI, Abubakar, Relationship between Stress and Performance of Health Workers, Asian Journal of Multidisciplinary Studies, vol 5, n 7, 2019, p43.

3.قدرة النموذج على التنبؤ GoF Goodness of Fit

تعبر جودة النموذج عن مدى مطابقة النموذج القياسي مع النموذج النظري المقترح من طرف الطالبين ويمكن حساب معامل جودة النموذج من خلال الجذر التربيعي لمتوسط معاملات التحليل R^2

افي النموذج مضروبة في متوسط مجموع AVE

$$GOF = \sqrt{AVE * R^2}$$

لدينا مجموع متوسطات AVE= 0.5936 ومتوسطات معاملات التحليل R^2= 0.2585 ومنه

$$GOF = \sqrt{0.15344} = 0.3917$$

بما انGoF يساوي 0.3917 اكبر من العتبة المقدرة بـ 0.36 أي ان نموذج مقبول و ذو قدرة على التنبؤ.

اختبار الفرضيات:

إن اختبار فرضيات الدراسة يتطلب منا تحديد معاملات مسار النموذج الهيكلي "المباشرة" وتحديد دلالتها الاحصائية ويتم ذلك بالاستعانة بتقنية البسترة«bootstrapping» الذي يساعد على حساب العينات الصغيرة افل من 5000 فرد في برنامج Smart- Pls يبين الجدول التالي نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم 10 : معاملات المسار للنموذج الهيكلي

الفرضية	العلاقة المباشرة	معامل المسار	T- Statistics	P-Values	طبيعة العلاقة
H1	المخاطر---> السهولة	-0.350	3.257	0.001	علاقة سالبة
H2	المخاطر---> الفائدة	0.017	0.115	0.909	-
H3	السهولة ---> الفائدة	0.272	1.957	0.050	علاقة موجبة
H4	السهولة ---> الموقف	0.336	3.333	0.001	علاقة موجبة
H5	الفائدة ---> الموقف	0.378	3.179	0.001	علاقة موجبة
H6	الموقف ---> القبول	0.720	10.327	0.000	علاقة موجبة

المصدر: من إعداد الطالبين بالاستعانة ببرنامج Smart-Pls04

من خلال نتائج الجدول نلاحظ ما يلي:

ان معاملات المسار للمباني كلها معنوية عند مستوى 5% ماعدا المسار **المخاطر ـــــــــ الفائدة** فإنها غير معنوية باعتبار مستوى الدلالة تجاوز 5% أي 0.909 >0.050.

المخاطر ـــــــــ السهولة: من قيمة معامل المسار 0.351- وجود تأثير سلبي للمخاطر على السهولة، وأن زيادة المخاطر بوحدة واحدة يؤدي إلى تراجع السهولة بـ0.351 وحدة.

السهولة ـــــــــ الفـــائدة: من قيمة المسار 0.272 وجود تأثير إيجابي للسهولة على الفائدة أي ان كلما زادت السهولة بوحدة واحدة زادت الفائدة بـ0.272 وحدة.

السهولة ـــــــــ الموقف: من قيمة المسار 0.336 وجود تأثير إيجابي للسهولة على الموقف أي ان كلما زادت السهولة بوحدة واحدة زاد الموقف بـ0.336 وحدة.

الفائـدة ـــــــــ الموقف: من قيمة المسار 0.378 وجود تأثير إيجابي للفائدة على الموقف أي ان كلما زادت الفائدة بوحدة واحدة زاد الموقف بـ 0.378 وحدة.

الموقف ـــــــــ القبـول: من قيمة المسار 0.720 وجود تأثير إيجابي للموقف على القبول أي ان كلما زاد الموقف بوحدة واحدة زاد القبول بـ0.720 وحدة.

الخلاصة

في هذا الفصل تم التطرق الى الجانب التطبيقي للدراسة تكملة للجانب النظري في اطار معرفة مدى قبول الدفع الإلكتروني لدى عملاء المؤسسات العمومية الاقتصادية الخدماتية بدراسة حالة المؤسسة العمومية للنقل الحضري تيارت –ETUS– حيث تم توزيع استبيان على 95 فردا من سكان ولاية تيارت كعينة دراسة ثم تم صياغة مجموعة من الفرضيات وبناء نموذج تصوري على أساسها ليتم اختبار و اثبات صحتها.

بعد التحليل البيانات و اختبارها تم اثبات صحة الفرضيات و تحقيق نموذج نهائي، تم التوصل الى وجود موقف إيجابي ودرجة قبول عالية نسبيا للدفع الإلكتروني.

خاتمة

خاتمة

حاولت هذه الدراسة القاء نظرة شاملة حول تبني المؤسسات العمومية الإقتصادية خدمات الدفع الإلكتروني و تكنولوجياتها و مدى تجاوب و قبول العملاء لـهـذه الخدمة كممارسة فعلية بديلة عن وسائل الدفع التقليدية.

تمت دراسة حالة على عملاء مؤسسة عمومية خدماتية تتمثل في المؤسسة العمومية للنقل الحضري لولاية تيارت ETUS و التي كانت رائد في تبني هذه الخدمة على المستوى الوطني تزامنا مع جائحة كورونا، من اجل قياس قبول خدمة الدفع الإلكتروني لدى عملاءها.

للإجابة عن هذه الإشكالية كطرح نظري وما تم دراسته سابقا قمنا بصياغة فرضيات واثبات صحتها في الدراسة التطبيقية من خلال مختلف الاختبارات باستخدام أسلوب النمذجة بالمعادلات الهيكلية فقد تبين ما يلي:

الفرضية الاولى:

تؤثر المخاطر سابا على السهولة، هي علاقة سالبة والفرضية صحيحة ومحققة.

الفرضية الثانية:

تؤثر المخاطر سلبا على الفائدة، هي فرضية خاطئة وغير محققة.

الفرضية الثالثة:

تؤثر السهولة إيجابا على الفائدة، هي علاقة موجبة والفرضية صحيحة ومحققة.

الفرضية الرابعة:

تؤثر السهولة ايجابا على الموقف، هي علاقة موجبة ولفرضية صحيحة ومحققة.

الفرضية الخامسة:

تؤثر الفائدة ايجابا على الموقف، هي علاقة موجبة والفرضية صحيحة ومحققة.

الفرضية السادسة:

يؤثر الموقف إيجابا على القبول، هي علاقة موجبة والفرضية صحيحة ومحققة.

النتائج:

- ❖ الجنس لا يؤثر في الاستخدام و قبول الدفع الإلكتروني.
- ❖ الشباب من 18 الى 35 سنة لهم قابلية اكثر لاستخدام و قبول الدفع الإلكتروني.
- ❖ الغرض من استعمال النقل للأغلبية كان لغرض التمدرس، كل المتطلبات اليومية وكذا العمل.
- ❖ ان التردد الاعلى لإستغلال خدمة النقل كان يومي و اسبوعي.
- ❖ ان الأغلبية لم تستعمل الدفع الإلكتروني من قبل.
- ❖ وسيلة الدفع الإلكترونية المستخدمة في الحافلة كانت بطاقة "**حافلتي**".
- ❖ تطبيق " Etus Pay " قليل الإستعمال.
- ❖ الأغلبية مازالت تستعمل الدفع التقليدي.
- ❖ العملاء لديهم تخوف كبير من الدفع الإلكتروني خصوصا من المخاطر المالية والمشاكل التقنية للاتصال وانظمة التشغيل.
- ❖ فيما يتعلق سهولة الاستخدام يوجد تذبذب في إجابات بين موافق، محايد ومعارض، ذلك راجع الى عدم الاستعمال الفعلي للدفع الإلكتروني لأغلبيتهم.
- ❖ ان اكبر فائدة منتظرة من استعمال الدفع الإلكتروني هي تفادي العدوى و انتقال الأمراض.
- ❖ الموقف تجاه الدفع الإلكتروني ايجابي لدى الأغلبية العينة.
- ❖ يوجد قبول لدفع الإلكتروني لدى الأغلبية.
- ❖ ان النموذج المقترح TAM لقبول تكنولوجيا الدفع الإلكتروني مقبول.

الاستنتاجات:

- ❖ ان مؤسسة محل الدراسة لم تقم بدراسة السوق للمشروع قبل طرحه ولم تحط العملاء بمعلومات الكافية المتعلقة باستخدام الخدمة التكميلية في خدمات النقل.
- ❖ لم تراعي المؤسسة تركيبة الديمغرافية لعملائها.
- ❖ بعض العملاء لا يعتبرون البطاقة نوع من الدفع الإلكتروني لقلة وعيهم.
- ❖ ضعف الجهود التسويقية والترويجية للمؤسسة حول خدمة الدفع الإلكتروني.
- ❖ بالرغم من وجود قبول الا انه لا يوجد استخدام فعلي للدفع الإلكتروني يقابله.

الاقتراحات والتوصيات:

- ❖ تكثيف الجهود التسويقية والترويجية للمؤسسة.
- ❖ القيام بحملات توعوية وإعطاء ضمانات وطمأنة العملاء للقضاء على هاجس التخوف.
- ❖ تركيز على دراسة ديمغرافية للمجتمع المستهدف وتقسيم السوق حسب الفئات الديمغرافية لتحسين الاستجابة وزيادة القبول بتلبية حاجاتهم بدقة.
- ❖ تقديم عروض واشتراكات خاصة تستهدف اغلبية مستخدمي وسائل النقل، [الطلبة و المتمدرسين، العمال، العائلات، الشباب و كبار السن].
- ❖ عروض تحفيزية لاستعمال الدفع الإلكتروني في وسائل النقل (عند استعمال الدفع الإلكتروني لفترة منتظمة تحصل عل استعمال مجاني بعدها.
- ❖ تقديم اشتراكات [أسبوعية، شهرية، نصف سنوية وسنوية] استخدام الدفع الإلكتروني بأسعار مدروسة مختلفة لكل اشتراك، ما يزيد عائدات الدفع الالكتروني من اجمالي العائدات المالية العامة للمؤسسة وكذا استدامتها.
- ❖ خلق ميزة تنافسية تتميز بها المؤسسة عن المنافسين في القطاع الخاص بإضافة خطوط جديدة لتغطية احياء أكثر.
- ❖ تطوير التطبيقات وكذا أنظمة التشغيل والتجهيزات.

اقاق الدراسة

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدى قبول تكنولوجيا الدفع الإلكتروني لدى عملاء مؤسسات الاقتصادية، إثراءا لهذا الموضوع وذلك لقلة الدراسات المحلية المتعلقة به.

وتم التوصل لوجود قبول استخدام الدفع الإلكتروني لكن يقابله نقص في الاستخدام الفعلي و هذا ما يفتح المجال للباحثين و للدراسات القادمة للتطرق لهذا الموضوع لفهمه و إيجاد حلول لهذه الإشكالية.

المراجع

المراجع العربية:

[1] بن سعيد لخضر تطور التكنولوجي واثره على التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر، ماجستير ،,علوم اقتصادية جامعة ابن خلدون تيارت سنة الجامعية2010 -2011 ص13 ..... **ص1**

نظام الدفع الإلكتروني الحكومي وزارة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات، https://main.eapp.gov.ps/c_dashboard/epaid **ص2**

تعريف البنك المركزي الاوروبي لوسائل الدفع الالكترونية.....**ص2**

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحقيق الشمول المالي دراسة حالة امارات-الجزائر مذكرة ماستر في علوم اقتصادية " اقتصاد نقدي و بنكي" مركز الجامعي ميلة 2021-2022 ص ص 3،4 زقراير ياسر و بو لهوشات صهيب.....**ص3**

[1]بن ساسي هانة دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية "نقدي و بنكي" جامعة عبد الحفيظ بوصوف -ميلة 2019-2020 ص12.....**ص4**

[1]لوصيف عمار استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرين مع الإشارة الى التجربة الجزائرية ماجستير علوم اقتصادية جامعة منتوري قسنطينة 2008-2009 ص ص 32 33.....**ص6**

[1]زقراري ياسر، بلهوشات صهيب دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحقيق الشمول المالي دراسة حالة الإمارات – الجزائر ماستر2 علوم اقتصادية اقتصاد نقدي وبنكي المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف -ميلة-2021-2022 ص ص6-7.....**ص8**

https://www.dw.com/ar/ [1]كليك-فائدة -المحافظ-الإلكترونية51583989- **ص10**

[1] د. ابو بكر سالم، أ.قاجة آمنة قراءة في الأهمية الاقتصادية لوسائل الدفع الإلكتروني -التجربة الماليزية نموذجا- مجلة التنمية و الاستشراف للبحوث و الدراسات،المجلد01 العدد01 ديسمبر2016 ص ص 45-50.....**ص13**

زقراير ياسر و بولهوشات صهيب دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحقيق الشمول المالي دراسة حالة امارات-الجزائر مذكرة ماستر في علوم اقتصادية "لاقتصاد نقدي و بنكي مركز الجامعي ميلة 2021-2022 ص ص9- 11 .....**ص15**

[1] أ. درامشية لمياء و د. بلقاسمي فاطمة المؤسسة الاقتصادية العمومية في الجزائر دراسة تأصيلية. مركز جامعي احمد زبانة غليزان، جامعة محمد بن احمد وهران2 2019 ص ص 1-2..... **ص16**

[1] د. منصوري الزين وسائل و أنظمة الدفع و السداد الإلكترونية -عوامل الانتشار و شروط النجاح، جامعة البليدة مجلة الاقتصاد الجديد العدد00-ديسمبر 2009 ص152.....**ص17**

[1]حكيم بن جروة، نورالدين مزهودة أهمية تسويق خدمات النقل الحضري العمومي في تحقيق البعد الاجتماعي لتنمية المستدامة جامعة قاصدي مرباح ورقلة مجلة أداء المؤسسات الجزائرية -العدد 2017/12 ص137.....**ص18**

[1]شباح رشيد، دحماني رضا اثر المخاطر المتصورة على تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول في الجزائر مجلة المنتدى للدراسات و الأبحاث الاقتصادية المجلد 02/6 (2022) ص ص412 431.....**ص40**

[1]عبيدات ذوقان و اخرون، البحث العلمي، مفهومه – ادواته – و اساليبه، دار الفكر، عمان, 2001, ص 179.....**ص44**.

المراجع الأجنبية:

[1] What is a payment system? Federal Reserve Bank of New York. OCT ,13th 2000

[1] Biago Bossone and Massimo Cirasino…… **ص3**

"The Oversight of the Payment Systems: A Framework for the Development and Governance of Payment Systems in Emerging Economies"The World Bank, July 2001, p.7…… **ص3**

[1] "Payment Systems: Design, Governance and Oversight", edited by Bruce J. Summers, Central Banking Publications Ltd, London, 2012, p.3…… **ص3**

Fribourg, Schueffel Patrick (2017). The Concise Fintech Compendium. School of Management Switzerland…… **ص4**

[1] NEETU KUMARI, JHANVI KHANNA CASHLESS PAYMENT: A BEHAVIOURIAL CHANGE TO ECONOMIC GROWTH, Department of Commerce, Udhampur Campus University of Jammu Udhampur, 182101, India Qualitative and Quantitative Research Review, Vol 2, Issue 2, 2017 ISSN No: 2462-1978 eISSNNo:: 2462-2117 P 89…… **ص4**

[1] An intermediation and Payment System Technology, Computer network and ISDN system volume 28, issues 7-11. May 1996 p1197-p1206. …… **ص5**

[1] NEETU KUMARI, JHANVI KHANNA CASHLESS PAYMENT: A BEHAVIOURIAL CHANGE TO ECONOMIC GROWTH, Department of Commerce, Udhampur Campus University of Jammu Udhampur, 182101, India Qualitative and Quantitative Research Review, Vol 2, Issue 2, 2017 ISSN No: 2462-1978 eISSN No: 2462-2117 P88-90…… **ص14**

1[1] NEETU KUMARI, JHANVI KHANNA CASHLESS PAYMENT: A BEHAVIOURIAL CHANGE TO ECONOMIC GROWTH, Department of Commerce, Udhampur Campus University of Jammu Udhampur, 182101, India Qualitative and Quantitative Research Review, Vol 2, Issue 2, 2017 ISSN No: 2462-1978 eISSNNo:: 2462-2117 P 91…… **ص17**

[1]BABA, Abubakar Isah ; ABDULLAHI, Abubakar, Relationship between Stress and Performance of Health Workers, Asian Journal of Multidisciplinary Studies, vol 5, n 7, 2019, p43…… **ص49**

الملاحق

رابط الاستبيان الإلكتروني :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfGMA1SID9r3iQMH-lboj2kIUdeaUtWpP9WSuZLa_VfY5aEuQ/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

السلام عليكم

نحن طلبة جامعة إبن خلدون -تيارت- قسم العلوم التجارية، بصدد إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق الخدمات، حول موضوع مدى قبول الدفع الالكتروني لدى عملاء مؤسسة النقل الحضري "ETUS Tiaret "

نقدم لكم هذا الإستبيان من أجل جمع البيانات اللازمة التي تسمح لنا بإنجاز بذلك، لذا نرجو منكم الإجابة بكل صدق و موضوعية، كما نطمئنكم و نؤكد لكم بأن المعلومات و النتائج المتحصل عليها لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي في إطار اكاديمي بحت

نشكركم على تعاونكم.

***الجنس**

○ ذكر ○ أنثى

***العمر**

○ اقل من 18 سنة ○ من 18 الى 25 سنة

○ من 26 الى 35 سن ○ من 36 الى 59 سنة

○ اكثر من 60 سنة

*** الحالة الاجتماعية**

○ أعزب ○ متزوج

○ بأولاد ○ بدون أولاد

*** الغرض من استعمال النقل**

○ التمدرس ○ العمل

○ للنزهة و الترفيه ○ لأغراض أخرى

○ كل ما سبق

*** استعمالك للنقل**

○ يومي ○ اسبوعي

○ شهري ○ في المناسبات

*** هل استعملت الدفع الالكتروني من قبل؟**

○ نعم ○ لا

*** وسيلة الدفع المستخدمة في الحافلة**

○ التطبيق"ETUS PAY" ○ بطاقة "حافلتي"

○ كلاهما (التطبيق و البطاقة) ○ لا شيء مما سبق (الدفع نقدا)

المحور الأول : **المخاطر**	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1 عند استخدام الدفع الالكتروني قد تسرب الموسسة معلوماتي الشخصية					
2 عند استخدام الدفع الالكتروني لا يمكنني الحفاظ على خصوصيات بياناتي و معلوماتي الشخصية					
3 عند استخدام الدفع الالكتروني قد يضيع المبلغ و اخسر المال					
4 عند استخدام الدفع الالكتروني قد يضيع الوقت بسبب وجود مشاكل تقنية (اتصالات/انترنت/انظمة التشغيل)					
المحور الثاني : **السهولة**					
5 من السهل إستخدام الدفع الالكتروني					
6 التطبيق سهل الاستخدام و بسيط (Etus Pay)					
7 لا احتاج خبرة كبيرة المجال التكنولوجي للقيام بالدفع الالكتروني					
8 الدفع الالكتروني متاح للجميع و متوفر 24/24 7/7					
9 اللغة المستعملة سهلة تساعد على الادراك و الاستعاب					
المحور الثالث : **الفائدة المنتظرة**					
10 سرعة الإستجابة و الفعالية و ربح الوقت مقارنة بالدفع بالدفع النقدي					
11 بالدفع الإلكتروني أتفادى إنتقال العدوى بالأمراض المعدية و الأوبئة كجائحة كورونا عبر النقود المعدنية و الأوراق المالية					
12 تسهيل المعاملات من ناحية الدفع و الشحن و إعادة تعبئة الرصيد					
13 تفادي أخطاء العامل البشري (عند السداد و إرجاع الفكة/الاحصاء و الجرد) و التزوير و الإحتيال					
المحور الرابع : **الموقف**					
14 موقفي إيجابي تجاه الدفع الإكتروني					
15 يعد الدفع الإلكتروني فكرة جيدة تستحق التجربة					
16 تتميز خدمة الدفع الإلكتروني بمتعة أثناء الاستخدام و شعور بالإطمئنان					
17 أنصح الآخرين بإستخدام الدفع الإلكتروني					
المحور الخامس : **القبول**					
18 أرى نفسي إستخدم الدفع الإلكتروني أكثر في وسائل النقل					
19 سأستخدم وسائل الدفع الإلكتروني بإنتظام في المستقبل					
20 سأوصي الآخرين بإستخدام الدفع الإلكتروني					
21 تلاشي التنمّر و المشادّات الكلامية بين مقدم الخدمة و المستفيد					

الـــمـــلـــخـــص.

تهدف هذه الدراسة الى اظهار مدى قبول تكنولوجيا الدفع الالكتروني لدى عملاء المؤسسات العمومية الاقتصادية، اضافة الى معرفة العوامل المؤثرة في ذلك. ومن اجل تحقيق ذلك تمت دراسة حالة على عملاء مؤسسة النقل الحضري العمومية لولاية تيارت **ETUS TIARET** التي كانت المؤسسة السباقة في تبني تكنولوجيا الدفع الالكتروني في خدماتها. ولتحقيق اهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتصميم استبيان مكون من خمسة محاور و21 فقرة متعلقة بموضوع الدراسة، تم توزيعه بشكلين (الكتروني وورقي مطبوع) على عينة شملت 95 شخص من مستخدمي النقل لغرض جمع البيانات وتحليلها واختبار فرضيات الدراسة باستعمال برنامج SPSS و Smart– Pls 04 كما تم استعمال عدة اساليب احصائية لتحقيق اهداف الدراسة. تم التوصل الى وجود قبول لاستعمال الدفع الالكتروني لدى العملاء لكن يقابله نقص في الاستعمال الفعلي.

كلمات مفتاحية: الدفع الإلكتروني، القبول، تبني تكنولوجيا، النقل.

Abstract:

This study aims to showcase the extent of acceptance of electronic payment technology by clients of economic public institutions, in addition to knowing the factors affecting it.

In order to achieve this, a case study was conducted on clients of the Public Urban Transport Corporation (ETUS) of the state of Tiaret, which was the first institution to adopt electronic payment technology in its services.

To achieve the objectives of the study, the analytical descriptive approach was used, and a questionnaire consisting of five axes and 21 items related to the subject of the study was designed. It was distributed in two forms (electronic and printed paper) to a sample that included 95 persons from transport users for the purpose of data collection and analysis, and testing the study hypotheses using the program. SPSS and Smart-Pls 04, and several statistical methods were used to achieve the objectives of the study. It was found that there is an acceptance of the use of electronic payment by customers, but it is offset by a lack of actual use.

Keywords: electronic payment, acceptance, adopting technology, transport.