



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز التجارة دراسة حالة المدفوعات الرقمية في الجزائر

مشروع مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تجارة دولية

الأستاذ المشرف:

ربيع مسعود

إعداد الطالب:

طيطيلة محمد

أعضاء لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
محمد خضر بسكرة	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	محبوب مراد
محمد خضر بسكرة	مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	ربيع مسعود
محمد خضر بسكرة	ممتحنا	أستاذ محاضر	صيفي وليد

السنة الجامعية: 2025/2024



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

الموضوع:

دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز التجارة دراسة حالة المدفوعات الرقمية في الجزائر

مشروع مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تجارة دولية

الأستاذ المشرف:

ربيع المسعود

إعداد الطالب:

طبيطةة محمد

أعضاء لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
محمد خيضر بسكرة	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	محبوب مراد
محمد خيضر بسكرة	مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	ربيع مسعود
محمد خيضر بسكرة	ممتحنا	أستاذ محاضر	صيفي وليد

السنة الجامعية: 2024/2025

اهداء

إلى من غرس في حب العلم،

إلى من كانت دعواته تلامنني في كل خطوة

إلى كل من ساندني ووقف إلى جاني

إلى أفراد عائلتي الكريمة وأصدقائي الذين كانوا خير عون وسند

أهدى ثمرة هذا الجهد المتواضع

والله ولي التوفيق

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي علم الإنسان ما لم يعلم وسخر له سبل العلم والمعرفة وأسبغ علينا نعمه ظاهرة وباطنة والصلوة والسلام
على معلم البشرية سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان لكل من كان له دور في رحلتي العلمية ودعمني نحو تحقيق هذا الإنجاز
أخص بالشكر أستاذنا المشرف الفاضل ربيع المسعود الذي لم يدخل علينا بوقته وجهده فكان لنا نعم الموجه والداعم.
كما أتوجه بجزيل الشكر إلى لجنة المناقشة الكريمة التي تفضلت بقبول مناقشة هذا العمل وأسهمت بملحوظاتها القيمة
في إثرائه

ولا يفوتيني أنأشكر جميع أساتذة كلية العلوم التجارية على ما بذلوه من جهد في تعليمنا وإعدادنا لهذه المرحلة
وأخيرا إلى كل من قدم لنا الدعم والمساندة ولو بكلمة طيبة أو دعوة صادقة لهم منا كل الامتنان والتقدير سائلين الله
أن يوفقهم جميعا لما فيه الخير والصلاح

والله ولي التوفيق

الخطة

إهداء

شكر وعرفان

ملخص الدراسة

قائمة المداول

قائمة الأشكال والرسوم البيانية

قائمة الملاحق

مقدمة

إشكالية البحث

أهمية الموضوع

أسباب اختيار الموضوع

فرضيات البحث

الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار النظري للدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية

المبحث الأول: مفاهيم حول التجارة والتجارة الإلكترونية

تمهيد

المطلب الأول: ماهية التجارة

- الفرع الأول: تعريف التجارة
- الفرع الثاني: لحنة تاريخية عن تطور التجارة
 1. التجارة في العصور القديمة
 2. التجارة في العصر الإسلامي
 3. التجارة في القرون الوسطى

4. التجارة في عصر النهضة الأوروبية

5. التجارة في العصر الحديث

المطلب الثاني: أنواع التجارة

- الفرع الأول: التجارة المحلية
- الفرع الثاني: التجارة الدولية
- الفرع الثالث: التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: مقارنة التجارة الإلكترونية مع التجارة التقليدية والأعمال الإلكترونية

- الفرع الأول: الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية
- الفرع الثاني: مقارنة بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية

المطلب الرابع : تصنيف التجارة الإلكترونية

المطلب الخامس: اين تمارس التجارة الإلكترونية؟

1. الفرع الأول: تعريف الأسواق الإلكترونية
2. الفرع الثاني: المكونات والمشاركون الرئيسيون في السوق الإلكترونية

المبحث الثاني: الدفع الإلكتروني

تمهيد

المطلب الأول : الخدمات المالية الرقمية

- الفرع الأول: تعريف الخدمات المالية الرقمية
- الفرع الثاني: أنواع الخدمات المالية الرقمية
 1. التمويل الرقمي
 2. التأمين في التكنولوجيا المالية
 3. تكنولوجيا البلوكشين
 4. المدفوعات الرقمية

المطلب الثاني: تطور المدفوعات الرقمية

المطلب الثالث: أنواع ووسائل المدفوعات الرقمية

- الفرع الأول: البطاقات البنكية
 - 1. الأطراف المشاركة في معالجة معاملات بطاقات المدفوعة
 - 2. معالجة مدفوعات بطاقات الائتمان عبر الإنترنط
- الفرع الثاني: الحافظ الإلكتروني
- الفرع الثالث: الشيك الإلكتروني
- الفرع الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية
- الفرع الخامس: النقود الإلكترونية

المطلب الرابع: مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية

المبحث الثالث :الأمان والاطر القانونية المنظمة للخدمات المالية الرقمية

تمهيد

المطلب الأول: اليات الأمان في أنظمة الدفع الإلكتروني

- الفرع الأول: التشفير (Encryption) في أنظمة الدفع الإلكتروني
- الفرع الثاني: التحقق بخطوتين (FA2): المصادقة الثنائية
- الفرع الثالث: نظام كشف ومنع الاحتيال
- الفرع الرابع: المصادقة البيومترية
- الفرع الخامس: إشعارات فورية للمعاملات

المطلب الثاني: الأطر القانونية المنظمة لأنظمة الدفع الإلكتروني

- الفرع الأول : جهود لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي
- الفرع الثاني: الجهود المبذولة على المستوى الأوروبي
- الفرع الثالث: على الصعيد الأمريكي
- الفرع الرابع : الجهود المبذولة على المستوى العربي
- الفرع الخامس: الإطار التنظيمي الجزائري

خلاصة الفصل الاول

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

المبحث الأول : نماذج رائدة في الدفع الإلكتروني

المطلب الأول لحة عن واقع الدفع الإلكتروني في جمهورية مصر

- الفرع الأول: تطور نقاط البيع الإلكترونية
- الفرع الثاني: تطور بطاقات الدفع الإلكترونية

المطلب الثاني : لحة عن واقع الدفع الإلكتروني في المملكة العربية السعودية

- الفرع الأول : انتشار الدفع الإلكتروني على مستوى المملكة
- الفرع الثاني: الدفع الإلكتروني لدى الأفراد

خلاصة المبحث

المبحث الثاني الخدمات المالية الرقمية في الجزائر

المطلب الأول : البنية التحتية

- الفرع الأول: الشبكة الهاتفية و شبكة الأنترنت
- 1. أولاً الهاتف الثابت
- 2. الهواتف النقال

المطلب الثاني: المؤسسات المشرفة على الخدمات المالية الرقمية في الجزائر

- الفرع الأول : بنك الجزائر
- الفرع الثاني: تجمع النقد الآلي
- الفرع الثالث: بريد الجزائر

المطلب الثالث : أنواع وسائل الدفع الإلكتروني المتاحة في الجزائر

- الفرع الأول: البطاقة الذهبية
- الفرع الثاني: البطاقة البنكية (بطاقة الدفع ما بين البنوك -CIB-
- الفرع الثالث: الدفع عبر نقاط البيع (TPE)

المطلب الرابع: تطور نشاط الدفع الإلكتروني في الجزائر

- الفرع الأول : تطور عدد بطاقات الدفع
- الفرع الثاني:تطور الدفع عبر الإنترن特 باستخدام البطاقة البنكية CIB
- الفرع الثالث: احصائيات نشاط نهائيات الدفع الإلكتروني
- الفرع الرابع: احصائيات الدفع عبر الهاتف النقال

خلاصة المبحث

الفصل الثالث: دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز التجارة – دراسة حالة المدفوعات الرقمية في الجزائر

مقدمة الفصل

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية

تمهيد

المطلب الأول: منهج وأداة الدراسة

- الفرع الأول : مجتمع وعينة الدراسة
- الفرع الثاني: مجالات الدراسة

المطلب الثاني: أداة الدراسة وتصميم الاستبيان

- الفرع الأول: وصف أداة الدراسة
- الفرع الثاني: أبعاد المتغيرات
- الفرع الثالث: اختبار الصدق والثبات
 1. اختبار الصدق التميزي
 2. اختبار الثبات والاتساق

المطلب الثالث : الدراسة الديمغرافية لأفراد العينة

المبحث الثاني: تحميل وتفسير نتائج الاستبيان

المطلب الأول: تحليل عبارات المخور الأول

المطلب الثاني: تحليل عبارات المخور الثاني

المطلب الثالث : اختبار الفرضيات

- الفرع الأول: اختبار الفرضية الجزئية الأولى
- الفرع الثاني: اختبار الفرضية الجزئية الثانية
- الفرع الثالث: اختبار الفرضية الجزئية الثالثة
- الفرع الرابع: اختبار الفرضية الجزئية الرابعة
- الفرع الخامس: اختبار الفرضية الجزئية الرئيسية

خلاصة الفصل

الخاتمة

ملخص الدراسة: الملخص:

تحدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على كيف يمكن للخدمات المالية الرقمية وخاصة وسائل الدفع الإلكتروني أن تساهم في تشجيع المعاملات التجارية في الجزائر حيث ركزت بشكل خاص على ثلاث أدوات مستخدمة بكثرة : البطاقة الذهبية، البطاقة البنوكية، وتطبيق " بريدي موب ". ولتحقيق هذا الهدف اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وإجراء استبيان شمل أربعة محاور وزع على عينة مكونة من 103 مستهلكين جزائريين، لمعرفة آرائهم وتجاربهم مع هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة في الدفع.

أظهرت نتائج الاستبيان أن أغلب المشاركون عبّروا عن رضاهم النسجي تجاه استخدام هذه الوسائل، خاصة من حيث سهولة الاستخدام، الأمان، وسرعة تنفيذ العمليات، وهي عوامل كان لها تأثير إيجابي واضح على تشجيع النشاط التجاري . ومع ذلك، لوحظ أن عامل التوفر والانتشار لا يزال ضعيفاً، مما قد يحد من الاستفادة الكاملة من هذه الخدمات في مختلف المناطق.

بشكل عام، تؤكد هذه الدراسة أن الدفع الإلكتروني يمكن أن يكون أداة فعالة لدعم التجارة وتطويرها، بشرط تحسين البنية التحتية وتوسيع نطاق الخدمات لتصل إلى شرائح أوسع من المجتمع الجزائري.

الكلمات المفتاحية:

الخدمات المالية الرقمية، الدفع الإلكتروني، التجارة، بطاقات الدفع، بريدي موب، الجزائر

Abstract:

This study aims to shed light on how digital financial services, particularly electronic payment methods, can contribute to enhancing commercial transactions in Algeria. It specifically focuses on three widely used tools: the Gold Card, the bank card, and the “BaridiMob” mobile application. To achieve this objective, the researcher adopted a descriptive-analytical approach and conducted a survey based on four main axes. The questionnaire was distributed to a sample of 103 Algerian consumers to explore their opinions and experiences with these modern technological payment methods.

The survey results showed that most participants expressed relative satisfaction with the use of these tools, especially in terms of ease of use, security, and transaction speed—factors that had a clearly positive impact on boosting commercial activity. However, it was noted that availability and widespread access to these services remain weak, which may limit their full potential across different regions.

Overall, the study confirms that electronic payment can serve as an effective tool to support and develop commerce, provided that infrastructure is improved and services are expanded to reach broader segments of Algerian society.

Keywords:

Digital financial services, electronic payment, commerce, payment cards, BaridiMob

قائمة الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
25	مقارنة بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية	1
51	أمثلة على الأنشطة التي تعتبر مشبوهة:	2
52	أهم مزايا المصادقة البيومترية	03
67	التحول التدريجي في أنماط الدفع بين عامي 2019 و2023 في السعودية	04
68	تطور عدد البطاقات وأجهزة نقاط البيع في المملكة العربية السعودية(2019-2023)	05
71	تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر	06
73	تطور عدد الاشتراكات حسب المتعامل إلى غاية السادس الأول من 2023	07
73	توزيع الهاتف النقال حسب التكنولوجيا	8
80	تطور عدد بطاقات الدفع من 2023-2025	09
81	تطور عدد محطات الدفع الالكتروني العاملة	10
81	تطور معاملات الدفع الالكتروني 2016 الى الثالثي الأول من 2025	11
82	نشاط تجسسات الدفع الإلكتروني(TPE)	12
83	تطور استعمال الدفع الالكتروني حسب نوع النشاط الاقتصادي	13
84	جدول رقم 14 : تطول عدد المعاملات والتحويلات المالية عبر الهاتف	14
89	ابعاد ومحاور الدراسة	15
90	نتائج اختبار الصدق التميزي	16
91	نتائج اختبار الفا كرونباخ لجميع الابعاد	17
92	تحليل ثبات الاسساق الداخلي لكل بعد	18
93	تحليل ثبات الاسساق الداخلي لكل الابعاد	19
94	عدد افراد العينة من حيث الجنس	20
94	الفئة العمرية	21
95	الحالة المهنية	22
95	المستوى الدراسي	23
96	وسائل الدفع الالكتروني المستخدمة	24
96	مدة استخدام وسائل الدفع الالكتروني	25
97	القيمة الجدولية لدرجة التبني	26

98	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد سهولة الاستخدام	27
99	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد الأمان والثقة	28
100	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد الانتشار والتوفر	29
101	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد الكفاءة والدقة	30
102	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد	31
103	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد	32
104	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد	33
105	توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد	34
107	جدول رقم 35 : تحليل الانحدار خطى البسيط للمتغيرين x_1 و y_1	35
108	اختبار التباين للفرضية الجزئية 1	36
109	اختبار الانحدار الخطى البسيط للمتغيرين x_2 و y_2	37
110	اختبار التباين للفرضية الجزئية 2	38
111	اختبار الانحدار الخطى البسيط للمتغيرين x_3 و y_3	39
112	اختبار التباين للفرضية الجزئية 3	40
113	اختبار الانحدار الخطى البسيط للمتغيرين x_3 و y_3	41
114	اختبار التباين للفرضية الجزئية 4	42
115	اختبار الانحدار الخطى البسيط للمتغيرين x و y	43
116	اختبار التباين للفرضية الرئيسية	44

قائمة الأشكال والرسوم البيانية:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
36	نموذج بطاقة الدفع الالكترونية البنكية	1
38	إجراءات الدفع ببطاقة الائتمان	
42	عملية مقاصة الشيكات	3
64	نمو نقاط البيع الالكترونية في جمهورية مصر	4
64	تطور بطاقات الدفع الالكتروني في جمهورية مصر العربية	05
77		06
78		07

قائمة الملحق :

الصفحة	الملحق	الرقم
127	الاستبيان	01
131	صفحة من الجريدة الرسمية العدد 28	02

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جذرية بفعل الثورة الرقمية التي أثّرت بعمق في مختلف القطاعات وفي مقدمتها القطاع المالي فقد أدّت هذه التحولات إلى ظهور ما يعرف بالخدمات المالية الرقمية التي تمثل امتداداً تكنولوجياً للخدمات المصرفية والمالية التقليدية وتعتمد على الوسائل الرقمية في تقديم حلول دفع وإدارة الأموال وتسهيل المعاملات المالية بمختلف أشكالها وقد أصبحت هذه الخدمات عنصراً أساسياً في البنية التحتية للاقتصاد الرقمي وأداة فعالة لتحسين الشمول المالي وتعزيز النشاط التجاري ولقد بُرِزَت بعض أنواع الخدمات المالية الرقمية كعامل محفز لنطْرُر التجارة سواء من خلال تسهيل عمليات الدفع والتسوية أو من خلال توسيع قاعدة المستهلكين وتمكينهم من الوصول إلى الأسواق بشكل أكثر كفاءة فقد ساهمت هذه الخدمات في تيسير المعاملات التجارية وخفض التكاليف التشغيلية وتقدیم حلول مرنّة وسريعة توأّكب طبيعة التجارة الحديثة خصوصاً في ظل تنامي التجارة الإلكترونية والعاشرة للحدود

وعلى الرغم من المزايا الكبيرة التي تقدّمها الخدمات المالية الرقمية إلا أن هناك مجموعة من التحدّيات التي قد تحدّد من فعاليتها من بينها ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض المناطق ومخاوف الأمان السيبراني إضافة إلى التحدّيات التنظيمية والتشريعية التي لا تزال في كثيّر من الأحيان غير متّوقة مع وثيرة الابتكار التكنولوجي

وانطلاقاً من هذه المعطيات تسعى هذه الدراسة في جانبها النظري إلى استكشاف دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز التجارة من خلال تحليل العلاقة بين استخدام هذه الخدمات وتطور النشاط التجاري سواء في شكله التقليدي أو الإلكتروني كما تهدف إلى تسلیط الضوء على التحدّيات التي تواجه هذا التحوّل واقتراح توصيات من شأنها دعم الاستفادة القصوى من الإمكّانات التي توفرها الخدمات المالية الرقمية في دعم النمو الاقتصادي والتجاري أما على المستوى المحلي في الجزائر فقد لاحظنا ملامح هذا التحوّل تبرّز من خلال إطلاق العديد من المبادرات لتطوير منظومة الدفع الإلكتروني مثل البطاقة الذهبية لبريد الجزائر وتطبيقات الدفع عبر الهاتف النقال كـ"بريدي موب" إلى جانب التوسّع في استخدام البطاقات البنكية والخدمات المصرفية عبر الإنترنّت و يأتي ذلك في إطار سعي الدولة

إلى ترسیخ الشمول المالي وتعزیز الاقتصاد الرقمي ومواكبة الاتجاهات العالمية في مجال التكنولوجيا المالية غير أن هذا التقدم لا يزال يطرح

تساؤلات حول مدى تأثیره الحقيقی على النشاط التجاری وحول العراقیل التي تقف في وجه انتشاره الفعال

وبناء على ذلك تمثل إشكالية هذا البحث في السؤال الرئيسي الآتي:

إشكالية البحث

يمکن صياغة إشكالية البحث وفق ما تم تقديمها من وقائع وتساؤلات بالشكل التالي :

ما هو تأثیر الخدمات المالية الرقمية على المعاملات التجارية والخدماتية في الجزائر؟

ويترافق عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية:

• كيف ساهمت الخدمات المالية الرقمية في تسهيل النشاط التجاری في الجزائر؟

• ما هي التحدیات التي تعیق تبني هذه الخدمات بشكل واسع؟

• وما هي الآليات والسبل الكفیلة بتعزیز الشمول المالي من خلال تطوير خدمات الدفع الإلكتروني؟

أهمية الموضوع:

تبغ أهمية هذا البحث من كونه يتناول دور الخدمات المالية الرقمية في تسهيل التجارة في الجزائر خاصة في ظل الجهود المبذولة لتعزیز

التحول الرقمي وتوسيع نطاق الخدمات الإلكترونية.

كما تکمن أهمية البحث في تسليط الضوء على التحدیات التي تواجه انتشار أنظمة الدفع الإلكتروني في الجزائر سواء من حيث البنية

التحتية أو القوانین المنظمة أو درجة تقبل الأفراد والتجار لهذه الوسائل الحديثة، ومن خلال دراسة هذه العوائق يسعى البحث إلى تقديم

حلول ومقترنات تدعم تطوير الدفع الإلكتروني مما یسهم في تحفيز التجارة وتشجیع ریادة الأعمال الرقمية ودفع عجلة التنمية

الاقتصادية في البلاد.

منهج الدراسة: للإمام بموضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي للتمكن من وصف وتحليل الجوانب النظرية من خلال جمع المعلومات التي كتبت حول الموضوع من خلال مراجع متعددة ومختلفة كتب، مقالات، مداخلات، موقع... الخ، أما في ما يخص الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على منهج دراسة الحالة (استبيان الكتروني) الذي يمكن من التعمق وفهم جميع البيانات والمعلومات وتلخيص الحقائق الماضية والحاضرة المتعلقة بالموضوع وواقعه في بعض الدول التي تبني الخدمات المالية الرقمية ، وذلك بالاعتماد على المصادر والوثائق والاحصائية المتوفرة في الموقع على الأنترنت والمجلات.

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب شخصية:

اختارت موضوع الخدمات المالية الرقمية لأنها يعكس شغفي بالเทคโนโลยيا ورغبتي الدائمة في مواكبة التطورات الحديثة حيث اني طالما كنت مهتما بكيفية تسهيل التكنولوجيا لحياتنا اليومية والدفع الإلكتروني أحد الأمثلة البارزة على ذلك، كما أني أؤمن بأن التحول الرقمي ليس مجرد تطور بل هو أسلوب حياة جديد يجعل التعاملات أكثر سلامية وأماناً و اختياري لهذا الموضوع ينبع أيضاً من فضولي الشخصي لفهم كيفية عمل هذه الأنظمة وتأثيرها على الأفراد والمجتمع مما يجعل البحث فيه تجربة ممتعة ومثيرة بالنسبة لي.

أسباب موضوعية:

يشهد مجال الخدمات المالية الرقمية والتجارة الإلكترونية تطوراً متتسارعاً في العالم مما جعله موضوعاً حديثاً ومهماً يستحق البحث والدراسة، ومع التحول الرقمي في الجزائر على جميع الأصعدة الاقتصادية والإدارية أصبح الاعتماد على المعاملات الإلكترونية أكثر وأكثر، ومنه فرض علينا التعامل عبر الخدمات المالية الرقمية في الكثير من المعاملات اليومية كمثال لا الحصر تسديد الحقوق الجامعية عبر البطاقة الذهبية مما يبرز الحاجة إلى فهم هذا النظام وتحليله بشكل أعمق .

فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية:

تسهم الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي في تعزيز التجارة من خلال تحسين تجربة المستهلك وزيادة كفاءة العمليات التجارية

الفرضيات الفرعية:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية وتزايد استعمالها في عمليات الشراء

► H1 يؤثر سهولة استخدام وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على زيادة استعمالها ومنافسة الوسائل التقليدية

► H0 لا يؤثر سهولة استخدام وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على زيادة استعمالها ومنافسة الوسائل التقليدية

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية الحديثة وبين نمو حجم المبيعات (من منظور المستهلك) .

► H1 يؤثر الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية الحديثة بشكل إيجابي على نمو حجم المبيعات من منظور المستهلك

► H0 لا يؤثر الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية الحديثة بشكل إيجابي على نمو حجم المبيعات من منظور المستهلك

3- توجد علاقة إحصائية بين توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة بشكل إيجابي وبين الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق

► H1 يؤثر توفر وانتشار بشكل إيجابي الخدمات المالية الرقمية الحديثة على الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق.

► H0 لا يؤثر توفر وانتشار بشكل إيجابي الخدمات المالية الرقمية الحديثة على الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق.

4- وجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة وسائل الخدمات المالية الرقمية وبين تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة التجارية من وجهة نظر المستهلك".

► H1 تؤثر كفاءة وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على تصوّر المستهلك لاحترافية وحداثة المؤسسة.

► H0 لا تؤثر كفاءة وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على تصوّر المستهلك لاحترافية وحداثة المؤسسة

الدراسات السابقة

ووجدت الكثير من الدراسات تناولت موضوع المدفوعات الالكترونية ولكن في جوانبه المختلفة منها:

الدراسة الأولى: دور أدوات الدفع الالكتروني في رضا الزبون دراسة حالة عينة من زبائن بنك التنمية المحلية وكالة ورقلة." وهي مذكورة

مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي جامعة ورقلة السنة الجامعية 2020/2022

خلصت هذه الدراسة بالنتائج التالية :

المقدمة

- ✓ يتأثر الزبائن ذو المستوى الثانوي بصفة كبيرة على أدوات الدفع الإلكتروني؛
- ✓ يتأثر الزبائن بسهولة التعامل الإيجابية أكثر من السلبية
- ✓ نسبة كبيرة من الزبائن على علم بموقع الالكترونية للصرف مثل BNA وغيرها ويقومون بالاستعانت بها لاختيار البنك المناسب للصرف الإلكتروني؛
- ✓ تؤثر أدوات الدفع الإلكتروني على رضا الزبائن بشكل كبير

الدراسة الثانية: إشكالية تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني في الجزائر كمدخل للتجارة الإلكترونية فتحة بوزيان و هناء سلماني من جامعة خميس مليانة نشرت الدراسة على مجلة البحث في العلوم المالية والمحاسبة المجلد: 09/ العدد: 1 (2024) صفحة 19-33

تاريخ نشر الدراسة: 2024/06/30

خلصت الدراسة إلى أن الجزائر قد قطعت شوطاً كبيراً في تطوير أنظمة الدفع الإلكترونية إلا أن هذا التطور يبقى متاخراً وضعيفاً مقارنة بالقدرات المتاحة على مستوى الجزائر وأيضاً مقارنة بالتطور الحاصل على المستوى الدولي

الدراسة الثالثة: دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية – دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار طالبي سمية بن عبد العزيز سمير جامعة طاهري محمد – بشار مجلة التكامل الاقتصادي المجلد 11 العدد: 03 مارس 2023 صفحة 260-277 تاريخ

النشر 2023/03/31

خلصت الدراسة إلى :

التأخير في تبني التجارة الإلكترونية في الجزائر تعتبر بمثابة أكبر عائق لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية
محدودية وسائل الدفع الحديثة وقلتها في الجزائر يعكس سلباً على نظام المدفوعات الجزائري فهو يقتصر على بعض البطاقات البنكية
والبطاقة الذهبية مقارنة بدول الجوار

الفصل الأول

الإطار النظري للخدمات المالية الرقمية
و التجارة الإلكترونية

الفصل الأول: الأطار النظري للدفع الإلكتروني والتجارة

ستتناول في هذا الفصل ثلاثة مباحث رئيسية؛ حيث سنبدأ في المبحث الأول باستعراض المفاهيم العامة حول التجارة بأنواعها والتجارة الإلكترونية التي ستفصل فيها بشكل موسع في المبحث الثاني أما المبحث الثالث فسيكون مختصاً لنظم الدفع الإلكترونية حيث سنقدم إطاراً نظرياً متاماً حول مفهوم الدفع الإلكتروني من خلال استعراض أنواعه وآليات عمله

المبحث الأول

مفاهيم حول التجارة والتجارة

الإلكترونية

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

تمهيد:

ان التجارة جزء ومكون أساسي في أي اقتصاد وعلاقتها به علاقة طردية فكلما تطورت التجارة ازدهر النشاط الاقتصادي مما يسهم في تعزيز النمو الاقتصادي وزيادة فرص العمل وتحسين مستوى المعيشة اذا فالتجارة ليست مجرد تبادل للسلع والخدمات بل هي القوة الحركية التي تربط بين مختلف القطاعات الاقتصادية.

ومع التطور الحضاري الكبير الذي شهدته العالم في القرن الواحد والعشرين بما في ذلك التقدم التكنولوجي والابتكارات في مجالات الاتصال والمعلومات لم تكن الأعمال التجارية في معزل عما يحصل بل تم استغلال الأساليب والمقدرات التكنولوجية في تطوير هذا القطاع المهم مما أدى إلى بروز نوع جديد من التجارة يعتمد بصفة كلية على الوسائل التكنولوجية والرقمية وهو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

المطلب الأول: ماهية التجارة

الفرع الأول: تعريف التجارة

عرف الإمام النووي (ت 676هـ/1277م) التجارة في كتابه "تحذيب الأسماء واللغات": "تجَّر" لغة إلى "تقليل المال وتصرifice لطلب النماء"

ويرى ابن خلدون (ت 808هـ/1406م) - في "المقدمة" - أن التجارة "محاولة الكسب بتنمية المال بشراء السلع بالشخص وبيعها بالغلاء" والمقدار النامي من رأس المال يسمى "ربحا¹".

وينطلق مفهوم التجارة في جوهره من فكرة تبادل السلع حيث يقوم التاجر بشراء منتج من مورد وبيعه بسعر أعلى لتحقيق مكاسب مالي وعلى الرغم من أن التجارة بدأت كعمليات بيع وشراء بسيطة إلا أن المفهوم الاقتصادي لها أصبح يشمل الأنشطة التجارية الأوسع مثل توزيع المنتجات وإدارة الأسواق متبايناً موجداً بيع السلع إلى المستهلك النهائي

الفرع الثاني: لحة تاريخية:

مراحل تطور التجارة

شهدت التجارة عبر العصور تطويراً مستمراً حيث تأثرت بالمفاهيم الاقتصادية السائدة في كل حقبة زمنية ويمكن تقسيم مراحل تطورها إلى عدة فترات كما يلي:

أولاً: التجارة في العصور القديمة²

بدأت التجارة منذ العصور البدائية عندما بدأت العائلات في التخصص في أنشطة محددة بدلاً من قيام كل أسرة بتوفير جميع احتياجاتها بنفسها فبدلاً من أن تقوم كل عائلة بالزراعة والصيد وصناعة الأدوات أصبحت كل مجموعة تتخصص في مجال معين ثم تقوم بمقاييسه إنتاجها بمنتجات أخرى تحتاجها من العائلات الأخرى وقد عرفت هذه العملية بنظام المقايضة الذي يعد أول شكل من أشكال التجارة

¹ ابن خلدون، "المقدمة"، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ص. 394.

² [https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9²](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9)

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

مع مرور الزمن ومع ازدياد حاجات المجتمعات ونمو عدد السكان توسيع التجارة تدريجياً وشهدت الحضارات القديمة مثل المصريين

والفينيقيين والبابليين والإغريق تطوراً في التجارة الخارجية حيث تبادلوا السلع عبر البحر الأبيض المتوسط لكن رغم ذلك كانت هذه

المبادرات التجارية محدودة حيث اقتصرت على السلع الأساسية كالطعام والملابس

في أوروبا كانت الحياة الاقتصادية في البداية منغلقة ضمن حدود المقاطعات والولايات إلا أن العلاقات التجارية بين الأقاليم بدأت

تطور تدريجياً مما ساهم في توسيع الأسواق وزيادة الطلب على المنتجات والخدمات ومع تزايد أهمية المدن نمت التجارة الدولية خاصة

عبر الموانئ الإيطالية والمدن الجermanية على بحر الشمال وبحر البلطيق

أما في الحضارة الرومانية فقد كانت الزراعة تتحل الصدارة الاقتصادية بينما بقيت التجارة في المرتبة الثانية ومع توسيع الإمبراطورية الرومانية

شهدت التجارة ازدهاراً كبيراً حيث سهلت الطرق الرومانية والتنظيم الإداري حركة السلع بين مختلف أرجاء الإمبراطورية

ثانياً: التجارة في العصر الإسلامي

شهدت التجارة في العصر الإسلامي تطوراً ملحوظاً حيث اهتم المسلمون بإنشاء أسواق واسعة ومزدهرة داخل أراضيهم كما شجعوا

العلاقات التجارية مع الشعوب المجاورة وكان النبي محمد ﷺ يحث أصحابه على العمل في التجارة لكسب الرزق مما ساهم في انتشار

النشاط التجاري في مختلف أرجاء العالم الإسلامي.

ومن ذلك الوقت شهدت التجارة العربية تطوراً ملحوظاً مستفيدة من الإرث التجاري الغني الذي سبق الإسلام فقد كانت مكة

المكرمة مركزاً تجارياً هاماً حيث ساهم موقعها المغربي في تعزيز حركة التجارة بين الشرق والغرب تحولت عواصم مثل مكة، والبصرة،

ودمشق، والقاهرة، وبغداد إلى مراكز تجارية إقليمية ودولية.

وقد كشفت حركة السلع عن اتساع نطاق التجارة الدولية عند العرب، حيث استوردوا الذهب والرقيق من شرق إفريقيا، والفراء

والسيوف من أوروبا الشرفية، والحرير والبسط من الصين وأرمينيا، فضلاً عن التوابيل والأحجار الكريمة والعقاقير من الهند، مما يعكس

شبكة تجارية واسعة ومزدهرة في القرون الهجرية الوسطى.³

³ نوال عبد الكريم الأشهب ، التجارة الدولية ، الطبعة الأولى ، دار المجد عمان ، 2015 ، ص 6

الفصل الأول :الاطار المفاهيمي

ثالثا: التجارة في القرون الوسطى

بعد سقوط الإمبراطورية الرومانية دخلت أوروبا في فترة من الفوضى والصراعات استمرت لعدة قرون وهو ما أثر سلبا على التجارة خلال هذه الفترة تراجعت الأنشطة التجارية بشكل ملحوظ واقتصرت المعاملات التجارية على نطاق ضيق داخل القرى والمقاطعات حيث أصبحت الزراعة المصدر الرئيسي للثروة والنشاط الاقتصادي الأهم رغم ذلك استمرت بعض المبادرات التجارية بين الدول الإيطالية والبلدان الإسلامية إذ لعبت المدن الإيطالية مثل البندقية وجنوة دورا في الحفاظ على الروابط التجارية مع الشرق الأوسط وإن كان ذلك ضمن نطاق محدود

رابعا: التجارة في عصر النهضة الأوروبية

مع بداية عصر النهضة الأوروبية شهدت التجارة تحولا جذريا حيث لعبت الاكتشافات الجغرافية والفتحات الإسلامية دورا كبيرا في توسيع النشاط التجاري كما ساهمت الثورات الصناعية والتطورات التكنولوجية في تعزيز التدفقات التجارية بين مختلف الدول أدى هذا التطور إلى زيادة الإنتاج وتنوع السلع مما جعل التجارة أكثر تعقيدا وتوسعا سواء على المستوى المحلي أو الدولي ومع مرور الوقت أصبحت التجارة العالمية أكثر تنظيما مما مهد الطريق لعصر العولمة الذي نشهده اليوم والذي بدأ في تغيير أساليب التجارة التقليدية

خامسا: التجارة في العصر الحديث

في العصر الحديث أصبحت المعلومات والتكنولوجيا تلعب دورا أساسيا في التجارة حيث تحول مركز الثقل من الإنتاج الصناعي التقليدي إلى الأنظمة الرقمية فبدلا من أن يكون رأس المال هو العنصر الحاسم في السيطرة على الأسواق أصبح الذكاء والمعرفة في مجال التكنولوجيا والمعلوماتية هما مفتاح النجاح

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي

ساهم هذا التحول في دفع الدول المتقدمة إلى الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات مما أدى إلى تحول العالم إلى قرية صغيرة متربطة بفضل الإنترن特 والأقمار الصناعية وعلى عكس العصور السابقة لم تعد التجارة الحديثة تعتمد على الحدود الجغرافية إذ يمكن للمعاملات التجارية الإلكترونية أن تتم عبر الإنترنط دون الحاجة إلى تنقل فعلي

اعتمد العصر الصناعي على شبكات التجارة التقليدية التي كانت تعتمد على النقل البري والبحري والجوي لكن العصر الحديث أوجد وسائل أكثر سرعة وكفاءة مثل التجارة الإلكترونية التي أصبحت اليوم من أهم محركات الاقتصاد العالمي من خلال استعراض تاريخ التجارة نجد أن التجار كانوا دائماً في طبعة الابتكار حيث كانوا أول من أنشأ الأسواق سواء المؤقتة منها في محطات الاستراحة أو الأسواق الأسبوعية في القرى أو حتى الأسواق الدائمة مثل المولات والمتاجر متعددة الأقسام ومع ظهور التكنولوجيا الحديثة بدأ التجار في استخدام وسائل الإعلان المختلفة بدءاً من الصحف والراديو والتلفزيون ووصولاً إلى الإنترنط الذي أصبح اليوم الوسيلة الأبرز للتسويق والتواصل مع العملاء في جميع أنحاء العالم.

المطلب الثاني: أنواع التجارة:

يمكن تصنيف أنواع التجارة المعاصرة إلى صفين رئيسيين يختلفان حسب نطاقها الجغرافي وطريقة ممارستها وهي: التجارة المحلية والتجارة الدولية

الفرع الأول: التجارة المحلية:

تقتصر التجارة المحلية على التبادل التجاري داخل حدود الدولة الواحدة⁴ حيث يتم تناقل السلع والخدمات بين مختلف الأطراف الاقتصادية ضمن الإطار الجغرافي للبلد تلعب هذه التجارة دوراً حيوياً في تعزيز الاقتصاد الوطني إذ تسهم في تحقيق التوازن بين الموارد المتاحة والاحتياجات المحلية كما تعمل على تنشيط حركة الإنتاج والاستهلاك

⁴ أحمد عبد الوهاب، كتاب طرق التجارة، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، مطبعة المعارف، 1930، ص 6

الفصل الأول :الاطار المفاهيمي

تنوع أشكال التجارة الداخلية بين تجارة الجملة التي تعتمد على الشراء بكميات كبيرة من المنتجين أو المصانع وتجارة التجزئة التي تعامل مع المستهلك النهائي مباشرة كما يمكن تصنيفها حسب نوعية المنتجات إلى تجارة السلع الاستهلاكية اليومية وتجارة المواد الخام وتجارة الخدمات بمختلف أنواعها

الفرع الثاني: التجارة الدولية:

التجارة الدولية هي عملية تبادل السلع والخدمات بين دول تفصل بينها حدود سياسية وتخضع هذه العمليات لقوانين وأنظمة تنظم حركتها وتشمل التجارة الدولية تدفقات الصادرات والواردات السلعية المنظورة مثل المنتجات المادية المتبادلة بين الدول إضافة إلى التدفقات الخدمية غير المنظورة كخدمات النقل الدولي التأمين السفر والسياحة العالمية الخدمات المصرفية ونقل حقوق الملكية الفكرية والتكنولوجيا⁵

كما يوجد تصنيف ثالث للتجارة من غير المحلية والدولية وهو التجارة الإلكترونية والتي سنتناولها بشيء من التفصيل في العنصر التالي
الفرع الثالث: التجارة الإلكترونية:

تتمثل التجارة الإلكترونية في أحد أشكال الممارسات التجارية حيث تعتمد بشكل أساسي على المنصات الرقمية والإنترنت في إتمام عمليات البيع والشراء تمتاز هذه التجارة بقدرها على تجاوز الحواجز الجغرافية والزمنية مما جعلها أداة فعالة لتعزيز النشاط التجاري بمختلف مستوياته أي انه يقصد بالتجارة الإلكترونية الصفقات التجارية التي تتم عبر الشبكات المفتوحة مثل شبكة الإنترنت وهي تضم صفحات الشركات في ما بينها والصفقات بين الشركات والمستهلكين⁶.

تعريف آخر للتجارة الإلكترونية :

⁵ نوال عبد الكريم الاشهب ، التجارة الدولية ، الطبعة الأولى ، دار المجد عمان ، 2015، ص 5

⁶ <https://www.unescwa.org/sd-glossary/electronic-commerce>

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

التجارة الالكترونية هي نظام معلوماتي متكمال يتيح فرصة إنجاز العمليات التجارية التي تتم بين الأطراف ذات العلاقة باستخدام

شبكات الاتصالات العالمية⁷

وقد عرفها المشروع الجزائري في المادة 6 من القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 بـ " النشاط الذي يقوم

بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية."⁸

المطلب الثالث: مقارنة التجارة الإلكترونية مع التجارة التقليدية ومع الاعمال الالكترونية

الفرع الأول: الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية:

للمقارنة بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية نحدد الفروقات الأساسية التي تميز كل منها من حيث طريقة الشراء وسائل الدفع

وآلية التسليم والتفاعل مع المنتجات وسوف نلخصها في الجدول التالي

جدول رقم: 01 مقارنة بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية

المعيار المقارنة	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
المنتج	منتجات مادية	منتجات مادية ورقمية (برامج كتب إلكترونية)
طريقة الشراء	يتم الشراء عبر الإنترنت دون الحاجة للتنقل.	يتطلب الحضور إلى المتجر والتفاعل المباشر مع المنتج.
وسيلة الدفع	نقداً أو عبر بطاقة الدفع عند الشراء.	إلكترونياً أو الدفع عند الاستلام
وسيلة التسليم	يتم استلام المنتج فوراً بعد الدفع.	يتم التسليم رقرياً أو عبر خدمات الشحن.
التفاعل مع المنتج	يعتمد على الصور الوصف وتجربته قبل الشراء.	يمكن للمستهلك فحص المنتج وتجربته قبل الشراء.
الوقت والجهد	يتم بسرعة من أي مكان عبر الإنترنت.	يطلب التنقل والوقت لاختيار المنتج والدفع.
التكلفة التشغيلية	أقل تكلفة بسبب الاعتماد على المتاجر الرقمية.	مرتفعة بسبب تكاليف الحالات الموظفين والمرافق.
الأمان والثقة	ثقة أعلى لأن المعاملة تتم مباشرة مع البائع.	قد تكون هناك مخاوف من الاحتيال أو سرقة البيانات.
توفر المنتجات	محدود بالمخزون الموجود في المتجر.	غير محدود ويمكن الطلب من متاجر عالمية.

المصدر⁹: من اعداد الطالب بالاعتماد على الموقع: / <https://sadad.qa/e-commerce-vs-traditional-trade>

⁷ محمد عبد حسين الطاني، التجارة الإلكترونية "المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،الأردن، 2010،ص 18

⁸ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 18 ، 16 ماي 2018

⁹ 2025/04/02 <https://sadad.qa/e-commerce-vs-traditional-trade> على الساعة 10:00

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

ما سبق فإن الفرق الجوهرى بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية يكمن في طريقة تتنفيذ العمليات فبينما تعتمد التجارة التقليدية على التفاعل المباشر بين البائع والمشتري داخل المتاجر الفعلية حيث يتم فحص المنتجات ودفع ثمنها فوراً تتم التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت مما يتبع للمستهلك البحث عن المنتجات شرائها إلكترونياً واستلامها عن طريق الشحن أو التحميل الرقمي مما يجعلها أسرع وأكثر مرونة

الفرع الثاني: الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية:

يرى بعض الأشخاص أن مصطلح "التجارة" يشير فقط إلى عمليات البيع والشراء بين الشركاء التجاريين وإذا تم استخدام هذا التعريف فإن التجارة الإلكترونية ستكون ذات نطاق ضيق لذلك يستخدم الكثيرون مصطلح **الأعمال الإلكترونية¹⁰** بدلاً من ذلك لتشمل الأعمال الإلكترونية جميع الأنشطة التجارية عبر الإنترنت وليس فقط بيع وشراء السلع والخدمات مثل:

- ✓ تقديم الخدمات للعملاء
- ✓ التعاون مع الشركاء التجاريين
- ✓ تقديم التعليم الإلكتروني
- ✓ تتنفيذ المعاملات الإلكترونية داخل الشركات

المطلب الرابع : تصنيف التجارة الإلكترونية

يمكن ان نصنف التجارة الإلكترونية على حسب الأطراف المشاركة في العملية التجارية الى:¹¹ :

أ. التجارة بين الشركات(B2B - Business-to-Business)

¹⁰ Turban, E., King, D., Whiteside, J., & Outland, J. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. Springer.p6

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

وتشمل المعاملات التجارية بين الشركات حيث تقوم الشركة الصناعية بشراء المواد الخام من شركة أخرى في معاملة B2B لتكون هي الطرف المشتري هنا وتبيع الشركة الصناعية المنتجات التي تصنعها إلى تاجر جملة في معاملة B2B لتكون هي الطرف البائع في هذه الحالة.

ب. التجارة بين الشركات والمستهلكين¹² (B2C - Business-to-Consumer)

وهي المعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم بين الشركات والمستهلكين النهائين عبر الإنترن特 يشمل هذا النوع بيع المنتجات أو الخدمات للمستهلكين بعرض الاستهلاك الشخصي مثل شراء الملابس الأطعمة أو المستلزمات المنزلية

خاصائص نموذج B2C¹³:

1. قرار الشراء سريع: تكون عملية اتخاذ قرار الشراء من قبل المستهلك أسرع مقارنة بالأنواع الأخرى من التجارة الإلكترونية
2. تكاليف تسويقية منخفضة: الميزانية المطلوبة للتسويق للمنتجات أو الخدمات منخفضة نسبيا
3. متوسط قيمة الطلب: في معاملات B2C يكون متوسط قيمة الطلب أقل مقارنة مع الأنواع الأخرى من المعاملات
4. البيع بالتجزئة: عادة ما تكون هذه المعاملات عبارة عن بيع بالتجزئة يتم عبر الإنترن特

ج. التجارة بين المستهلكين والشركات(C2B - Consumer-to-Business)

تحدث عندما يبيع الأفراد منتجات أو خدمات إلى الشركات أو يشاركون في عروض أسعار للحصول على خدمات معينة حيث يكون المستهلك هو البائع بينما تكون الشركة هي المشتري على عكس نموذج B2C التقليدي.

كيفية عمل النموذج:

- ✓ يقدم المستهلك خدمة أو منتجًا للشركة.

Mohapatra, S. (2013). *E-commerce strategy: Text and cases*. Springer.p23¹²

¹³نفس المرجع ص 79

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

✓ تستفيد الشركة من هذه القيمة لإنتاج أو بيع منتجاتها وخدماتها لمستهلكين آخرين.

✓ في بعض الحالات تعيد الشركة بيع الخدمة كما هي لمستهلكين آخرين دون تعديل.

د. التجارة الإلكترونية داخل الشركات (Intra-Business EC)¹⁴ هذا النوع من التجارة الإلكترونية يعني استخدام منصات

التجارة الإلكترونية داخل الشركة لتسهيل العمليات التجارية الداخلية مثل الشراء و المبيعات و إدارة المخزون.

و هناك أصناف أخرى للتجارة الإلكترونية أقل شيوعا تتمثل:

1. من مستهلك إلى مستهلك (C2C): حيث يقوم الأفراد ببيع وشراء المنتجات أو الخدمات من بعضهم عبر منصات طرف ثالث

مثل eBay و Etsy حيث يتم التوسط بين البائعين والمشترين.

2. من شركة إلى حكومة (B2A): تتم المعاملات بين الشركات والحكومات حيث تشتري الحكومات خدمات أو منتجات من

الشركات مثل تقديم خدمات إلكترونية أو إدارة السجلات.

3. من حكومة إلى مستهلك (G2C) تشمل المعاملات التي تتم بين الحكومة والمستهلك مثل دفع الفواتير أو الضرائب أو الرسوم

الجامعية عبر منصات حكومية إلكترونية.

4. حكومة إلى حكومة (G2G) تتم المعاملات بين إدارات حكومية مختلفة داخل نفس الحكومة أو بين حكومات مختلفة مثل التعاون

في مشاريع أو تبادل المعلومات.

5.) من مستهلك إلى حكومة (C2G): حيث يقوم الأفراد ببيع منتجات أو خدمات إلى الحكومة مثل المساهمات في المشاريع

الحكومية أو تقديم خدمات معينة.

6. حكومة إلى شركة (G2B): تتم المعاملات التي تشتري فيها الشركات منتجات أو خدمات من الحكومات مثل العقود الحكومية أو

شراء مواد أو خدمات من الشركات الخاصة.

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

المطلب الخامس: اين تمارس التجارة الإلكترونية؟

الفرع الأول: تعريف الأسواق الإلكترونية

تعد السوق الإلكترونية هي المكان الرئيسي لإجراء المعاملات التجارية الإلكترونية السوق الإلكترونية¹⁵ (المعروف أيضا باسم السوق الإلكترونية أو السوق الافتراضية أو السوق الإلكترونية) وهي عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال وعندما تكون هيئة السوق الكترونية فان مركز التجارة ليس بناءة أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية¹⁶

تمثل وظائف السوق الإلكترونية في نفس وظائف السوق المادية إلا أن الأنظمة الحاسوبية يجعل الأسواق الإلكترونية أكثر كفاءة من خلال توفير معلومات محدثة وخدمات دعم متنوعة مثل تنفيذ المعاملات بسرعة وسلامة أدى ظهور الأسواق الإلكترونية خاصة تلك المبنية على الويب إلى تغيير العديد من العمليات المستخدمة في التجارة وسلسل الإمداد¹⁷

الفرع الثاني: المكونات والمشاركون الرئيسيون في السوق الإلكترونية¹⁸

■ **العملاء:** هناك عدة مليارات من مستخدمي الإنترت حول العالم يعتبرون عملاء محتملين للسلع والخدمات المعروضة على الإنترت.
هؤلاء العملاء يبحثون عن صفات عناصر مخصوصة أشياء نادرة ترفيه تواصل اجتماعي وأكثر. العملاء الاجتماعيون لديهم قوة أكبر من العملاء العاديين حيث يمكنهم البحث عن معلومات مفصلة مقارنة الأسعار المزايدة وأحيانا التفاوض.

Teichmann, R., Nonnenmacher, M., & Henkel, J. (Eds.). (2001). E-Commerce und E-Payment: ¹⁵Rahmenbedingungen, Infrastruktur, Perspektiven (1. Auflage). Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH. p338

¹⁶نباني أمل و مرید سعدة ، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر،جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2020/2019، ص 10

¹⁷ Teichmann, R., Nonnenmacher, M., & Henkel, J. (Eds.) مرجع سابق ص 31

¹⁸ Turban, E., King, D., Whiteside, J., & Outland, J. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. Springer.P39

الفصل الأول :الاطار المفاهيمي

- **البائعون** :ملايين المتاجر الإلكترونية تعرض مجموعة كبيرة من العناصر. هذه المتاجر يمكن أن تكون مملوكة من قبل الشركات أو الوكالات الحكومية أو الأفراد.
- **المنتجات والخدمات** :إحدى الاختلافات الرئيسية بين السوق المادية والسوق الإلكترونية هي إمكانية تحويل المنتجات والخدمات إلى صيغة رقمية في السوق الإلكترونية. يمكن بيع المنتجات الرقمية مثل البرمجيات والموسيقى وتذاكر الطيران عبر الإنترن特 واستلامها فورا.
- **البنية التحتية** :تشمل بنية السوق الإلكترونية الشبكات الإلكترونية قواعد البيانات الأجهزة البرمجيات والمزيد.
- **الواجهة الأمامية** :يتفاعل العملاء مع السوق الإلكترونية من خلال الواجهة الأمامية التي تشمل بوابة الإلكترونية للبائع الكتالوجات الإلكترونية عربة التسوق محرك البحث محرك المزادات بوابة الدفع وجميع الأنشطة المتعلقة بوضع الطلبات.
- **الواجهة الخلفية** :جميع الأنشطة المتعلقة بتنفيذ الطلبات والأنظمة الخلفية التي تدعم المعاملات الإلكترونية.

المبحث الثاني

الخدمات المالية الرقمية

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

تمهيد المبحث

تناولنا في المبحث السابق التجارة الإلكترونية وارتباطها بالوسائل التكنولوجية والإنترنت وحاجتها إلى أنظمة دفع توأكب تطورها ومن هنا بز مصطلح جديد متعلق أساساً بالوسائل التكنولوجية وهو "الخدمات المالية الرقمية" غير أن أهمية هذا المفهوم لا تقتصر فقط على التجارة الإلكترونية بل تمتد أيضاً إلى التجارة بصفة عامة حيث أصبحت المعاملات التجارية التقليدية هي الأخرى تتوجه نحو اعتماد وسائل دفع حديثة تسهل عمليات البيع والشراء وتقلل من التعاملات النقدية المباشرة

تعد الخدمات المالية الرقمية من الركائز الأساسية في البنية التحتية لأي نظام تجاري حديث إذ تشمل مجموعة من الأدوات وأنظمة مثل البطاقات البنكية المحفظ الإلكترونية تطبيقات الدفع عبر الهاتف المحمول وأنظمة التحويلات المالية الرقمية والتي تتيح للمستهلكين والتجار تنفيذ معاملاتهم بسهولة وأمان وسرعة سواء في بيئه رقمية بالكامل أو في الحالات والأسوق التقليدية وستتناول في هذا المبحث مفهوم الخدمات المالية الرقمية وخصائصها وأهم أدواتها

الفصل الأول : الاطار المفاهيمي

المطلب الأول : الخدمات المالية الرقمية

الفرع الأول :تعريف الخدمات المالية الرقمية

تشير الخدمات المالية الرقمية (Digital Financial Services - DFS) إلى تقديم خدمات مالية معتمدة على التكنولوجيا الرقمية، مثل الهواتف الخémولة أو قنوات الاتصال الإلكتروني الأخرى، بهدف تمكين الأفراد، خاصة الفئات المخربة أو ذات الدخل المنخفض، من الوصول إلى الخدمات المالية الأساسية بوسائل منخفضة التكلفة وسهلة الاستخدام.

تضمن هذه الخدمات: فتح الحسابات الإلكترونية، تحويل الأموال، دفع الفواتير، وإجراء المعاملات المالية اليومية دون الحاجة إلى التواجد المادي في البنوك التقليدية¹⁹.

تمثل الخدمات المالية الرقمية منظومة واسعة من الخدمات المالية المتعددة، تشمل على سبيل المثال لا الحصر الخدمات المصرفية الإلكترونية، والمدفوعات الرقمية، والتحويلات المالية عبر الإنترنت والهاتف المحمول، والمحافظ الإلكترونية. السمة الجوهرية لهذه الخدمات تكمن في اعتمادها الكلي على التقنيات الرقمية ووسائل الاتصال الحديثة في إنتاجها وتقديمها للمستفيدين. ونتيجة لهذا الاعتماد التقني، يتاح للعملاء إمكانية إنجاز معاملاتهم المالية المختلفة بشكل إلكتروني كامل، دون الحاجة إلى الحضور الفعلي إلى المقرات التقليدية للمؤسسات المالية. أي أنها "مجموعة من الإجراءات التي يقوم بها العميل والتي من خلالها يقوم بإكمال المعاملات المصرفية إلكترونيا دون الحاجة إلى زيارة المصرف²⁰

الفرع الثاني أنواع الخدمات المالية الرقمية :

Perlman, L. (2019). An Introduction to Digital Financial Services Primer. Columbia Institute for Tele-Information,¹⁹ ص 1.Columbia University

²⁰ بن زيد سليم، زيان عبد الحليم، وطلحة محمد (2025). دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية. مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 19، العدد 01 ص 432،

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

تشمل ابتكارات التكنولوجيا المالية مجموعة متنوعة من التقنيات والخدمات الرقمية، التي ساهمت في إحداث تحول عميق في طريقة تقديم

واستعمال الخدمات المالية

أولاً: التمويل الرقمي: يشمل منصات الإقراض الرقمي والتمويل الجماعي، حيث يتم استخدام التكنولوجيا لتسهيل عمليات الإقراض

والاقتراض وجمع الأموال من المستثمرين وبعد **التمويل الجماعي** أحد أشكال التمويل الرقمي الذي يسمح بجمع مبالغ صغيرة من عدد

كبير من الأفراد لتمويل المشاريع أو الشركات الناشئة²¹

ثانياً: التأمين في التكنولوجيا المالية: (Insurtech)

هو أحد أنواع الخدمات المالية الرقمية حيث يتم استخدام التكنولوجيا لتبسيط عمليات التأمين وتقديم منتجات تأمين مبتكرة، وتحسين

تجربة العملاء وقد يشمل ذلك استخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي لتقدير المخاطر وتسعير التأمين بشكل أكثر دقة²².

ثالثاً: تكنولوجيا البلوكشين:²³

تُعد تكنولوجيا البلوكشين (سلسلة الكتل) حجر الأساس للعديد من الابتكارات الناجحة في القطاع المالي حيث ساهمت بشكل

مباشر في بروز مفاهيم وتقنيات مالية جديدة، مثل العقود الذكية، نظم المدفوعات، أنظمة إقراض النظرة(P2P) العملات المشفرة،

وحفظ السجلات وقد دفع هذا الدور المحوري البعض إلى حصر مفهوم التكنولوجيا المالية في تقنية البلوكشين تحديداً، نظراً لكونها

السبب المباشر في تطوير عدد من الحلول المالية الرقمية المبتكرة التي أعادت تشكيل بنية الخدمات المالية التقليدية

رابعاً : المدفوعات الرقمية: تُعد من أهم الأدوات المحوسبة في منظومة الخدمات المالية الرقمية حيث تمثل البوابة الرئيسية لتفاعل الأفراد

والمؤسسات مع الأنظمة المالية الرقمية في هذا البحث سنقدم تفصيلاً دور المدفوعات الرقمية كأدلة للخدمات المالية الرقمية من

الناحية المفاهيمية وعلاقتها بتطور التجارة وأيضاً هي محور دراستنا

²¹ بن قيدة مروان و بن يحيى نسيمة، "الخدمات المالية الرقمية وإدارة مشاكل الأوبئة العالمية: تحليل الفرص والتحديات المرتبطة بجائحة كورونا (- covid19)"، في الكتاب الجماعي "التكنولوجيا المالية الابتكارات والحلول الرقمية"، الطبعة الأولى، مخبر التنمية المحلية المستدامة - جامعة المدينة، 2021، ص. 26.

²² Scardovi, C. (2017). *Digital transformation in financial services*. Springer International Publishing AG

²³ نفس المرجع ،ص30

الفصل الأول :الاطار المفاهيمي

وعرفت على اخا هي النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي إلكترونيا بدلا من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية حي يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة وسريعة وأمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن.²⁴

كما يعرف الدفع الإلكتروني بأنه عملية تحويل الأموال في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تليفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات²⁵.

وسيلة الدفع الإلكتروني هي: "وسيلة لتحويل الأموال وفق تقنية الكترونية مما يسهل عملي التبادل بطريقة آمنة وسريعة وبأقل التكاليف الممكنة"²⁶

اذا فوسائل الدفع الإلكتروني هي النسخة الرقمية لوسائل الدفع التقليدية التي نستخدمها في حياتنا اليومية الفرق الجوهرى بينهما هو أن الدفع الإلكتروني يتم بالكامل عبر أنظمة إلكترونية دون الحاجة إلى التعامل النقدي المباشر أو الحوالات الورقية فهو ببساطة عملية تحويل للأموال مقابل سلعة أو خدمة بطريقة رقمية وذلك باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية وإرسال البيانات عبر الإنترنـت

أو شبكات الاتصال المختلفة هذه الوسائل تسهل العمليات المالية مما يجعلها أكثر سرعة وكفاءة مقارنة بالطرق التقليدية²⁷

كما عرفت بأنها كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة الكترونية²⁸

²⁴ محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية "المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،الأردن، 2010 ، ص 178
²⁵ حوالف عبد الصمد ، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون ، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان 2014 / 2015 ، ص 21

²⁶ هارون العشي و فايزة بوراس، وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين الأداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة ، ص 175

²⁷ راجح حمدي باشا و وهيبة عبد الرحيم ، تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية ، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، ص 169

²⁸ وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، دليل إرشادي خاص بالتجارة الإلكترونية

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

المطلب الثاني: تطور المدفوعات الرقمية:

ظهرت الصيرفة الإلكترونية مع بداية الثمانينيات حيث بُرز مفهوم **Monétique** الذي يعني تزاوج النقد بالإنترنت. غير أن استخدام البطاقات بدلاً من النقد الإلكتروني يرجع إلى بدايات القرن الماضي إذ ظهرت في فرنسا بطاقات كرتونية تستخدم في الهواتف العمومية وفي الولايات المتحدة الأمريكية بطاقات معدنية تستعمل لتعريف الزبائن على مستوى البريد.

ومع ذلك كان لا بد من الانتظار حتى الخمسينيات ليشهد العالم تحولاً في هذه البطاقات حيث أصدرت شركة **American Express** سنة 1958 بطاقات بلاستيكية وانتشرت هذه البطاقات على نطاق دولي خلال السبعينيات. وفي عام 1968 أصدرت مجموعة مكونة من ثمانية بنوك بطاقة **Bank Americard** والتي دُولت لاحقاً لتتصبح شبكة **Visa** العالمية. كما شهد العام نفسه إصدار البطاقة الزرقاء **Carte Bleue** من قبل ستة بنوك فرنسية.

وفي عام 1986 شرعت شركة **France Telecom** في تزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة. ومع بداية التسعينيات وبالتحديد في عام 1992 أصبحت جميع البطاقات المصرفية في فرنسا (سواء كانت بطاقات دفع أو سحب) ذكية مما سهل بالتعرف على سلامة البطاقة وهوية صاحبها الأمر الذي عزز أمن العمليات المالية²⁹.

الشكل (1) : نموذج بطاقة الدفع الإلكترونية البنكية



المصدر: <https://bitakati.dz/ar/page/decouvrir-la-carte-cib-p2>

²⁹ بلعيش ميادة و زايد حسيبة ، واقع الصيرفة الإلكترونية في الدول المتقدمة - التجربة الفرنسية كنموذج لتجارب البلدان الرائدة في استخدام وسائل الدفع الحديثة ، مجلة الباحث الاقتصادي ، العدد الثامن ، 2017 ، ص 303

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

المطلب الثالث: أنواع ووسائل المدفوعات الرقمية

الفرع الأول: البطاقات البنكية: هي بطاقة مغناطيسية تصدرها البنوك أو الجهات المؤهلة قانوناً وفقاً لمواصفات معينة يستطيع حاملها استعمالها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الاتلاف³⁰

وهي بطاقات تصدرها المصارف بمحدود مالية معينة تستخدم كأداة ضمان وتتوفر لحامليها سهولة في الدفع وتوفيراً للوقت والجهد. كما تساهم في زيادة إيرادات البنك المصدر من خلال الرسوم المفروضة على الخدمات أو الفوائد المرتبطة على التأخير في السداد ولا يتم إصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة دقيقة للوضع المالي للعميل بهدف تقليل المخاطر التي قد تواجه البنك في حال عدم السداد³¹

أولاً: الأطراف المشاركة في معالجة معاملات البطاقات المدفوعة

تضمن معالجة معاملات البطاقات المدفوعة عدة أطراف رئيسية يشار إليها أيضاً بأدوار مختلفة وهي: المصدر حامل البطاقة التجار المستحوذ جمعية البطاقات وبنك التسوية³²

1. المصدر (Issuer)

هو مؤسسة مالية مرخصة أو وكيلها الذي يصدر البطاقة المدفوعة لحامليها ويكون مسؤولاً عن توفير الردود على طلبات التفويض كما يظل ثابتاً طوال مدة المعاملة. يمكن أن يكون المصدر بنكاً يسمى البنك المصدر ويكون عضواً في جمعية بطاقات حيث يحتفظ بحسابات حاملي البطاقات ويتولى تحصيل الفواید أو خصم المبالغ مباشرة. بالإضافة إلى ذلك يضمن المصدر سداد المبالغ عن المعاملات المفروضة وفقاً للوائح البطاقة والتشريعات المحلية ويدعم عمليات المقاصة والتسوية بين حامل البطاقة والمستحوذ. كما يدار نظام المصدر عبر نظام حاسوبي يشرف على قاعدة بيانات حسابات العملاء.³³

2. حامل البطاقة (Cardholder)³⁴

³⁰ هارون العشري ، فايز بوراس ، وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين الأداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة ، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية ، المجلد 9 العدد 3 ، ص 175

³¹ طالبى سميه ، بن عبد العزيز سمير ، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية ، مجلة التكامل الاقتصادي ، مجلد 11 ، العدد 03 ، مارس 2023 ، ص 264

³² Cristian Radu , Implementing Electronic Card Payment Systems, Artech House Boston- London, 2003, p 14

O'Mahony, D., Peirce, M., & Tewari, H. (2001). Electronic payment systems for e-commerce (2nd ed.). Artech ³³ p28.House

Cristian Radu , Implementing Electronic Card Payment Systems, Artech House Boston- London, 2003, p 14³⁴

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

هو عميل المصدر الذي يستخدم البطاقة في معاملات الدفع من شركة إلى مستهلك (B2C). يكون مرتبطا بقلم الحساب الأساسي (PAN) والذي يحتوي على معلومات كافية لتحديد الحساب الذي سيتم تحصيل الفواتير منه بالإضافة إلى المؤسسة المالية التي تدير هذا الحساب.

3. قابل البطاقة (Card Acceptor).

هو الطرف الذي يقبل الدفع عن طريق البطاقات وعادة ما يكون التاجر. يكون مسؤولاً عن تقديم طلب التفويض للمعاملة كما يجب أن يكون لديه اتفاقية مع مستحوذ معالجة المدفوعات.

4. المستحوذ (Acquirer).

هو المؤسسة المالية التي تعامل مع التاجر لتمكينه من قبول المدفوعات عبر البطاقات. يكون مسؤولاً عن نقل طلبات التفويض إلى المصدر كما يتولى عمليات المقاضة والتسوية لضمان إتمام المعاملات المالية بسلامة.

5. جمعية البطاقات (Card Association).

وهي المنظمة التي تنظم معايير نظام الدفع (مثل فيزا وماستركارد) وتتوفر البنية التحتية للربط بين المصادر والمستحوذين

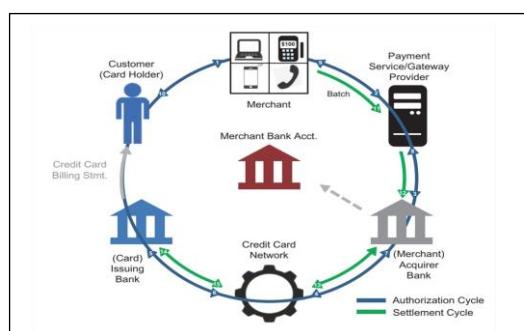
6. بنك التسوية (Settlement Bank).

وهو المؤسسة المالية التي تسهل تحويل الأموال بين المصدر والمستحوذ يضمن التسوية النهائية للمعاملات

هذه الأدوار تعمل معا بشكل متكملاً لضمان معالجة آمنة وسلسة لمعاملات البطاقات المدفوعة.

ثانياً: معالجة مدفوعات بطاقات الائتمان عبر الإنترنت³⁵

الشكل رقم : إجراءات الدفع ببطاقة الائتمان



المصدر: Electronic commerce 2018: A managerial and social p340 networks

³⁵ urban, E., King, D., Whiteside, J., & Outland, J. (2017). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer ,p339

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

تعد معالجة مدفوعات بطاقات الائتمان عبر الإنترن特 عملية معقدة حيث يشارك فيها عدد من الأطراف ولكل طرف دور محمد تبدأ العملية بالعميل وهو حامل البطاقة الذي يجري عملية الشراء إليه التاجر وهو من يقدم المنتجات أو الخدمات ثم يأتي دور البنك المصدر وهو الجهة التي أصدرت البطاقة للعميل ويتولى إدارة حسابه إصدار الفواتير وتحصيل المدفوعات

من جانب التاجر يوجد البنك المستلم(Bank Acquirer) والذي يقوم بتسجيل التجار ومعالجة عمليات الدفع نيابة عنهم كما تلعب شبكة بطاقة الائتمان دوراً محورياً في تحديد الأماكن التي يمكن استخدام البطاقة فيها وتسهيل عمليات الدفع بين الأطراف المختلفة وأخيراً هناك مزود خدمة الدفع(PSP) وهو الجهة المسئولة عن توفير الاتصال الإلكتروني والخدمات الفنية التي تضمن ترابط جميع هذه الأطراف ويعرف أيضاً باسم "بوابة الدفع" و تم معالجة الدفع عبر مرحلتين رئيسيتين:

1- دورة التفويض

تبدأ هذه المرحلة عندما يدخل العميل بيانات الدفع أو يمرر البطاقة يستلم التاجر المعلومات ثم يرسلها إلى مزود خدمة الدفع(PSP) الذي يحوّلها بدوره إلى البنك المستلم من هناك تمر المعاملة عبر شبكة البطاقة لتصل إلى البنك المصدر إذا تمت الموافقة يرسل رمز التفويض إلى التاجر عبر نفس المسار في هذه المرحلة يحتفظ البنك المصدر بقيمة المعاملة كمبلغ مفروض وينبه التاجر العميل بإتمام العملية ثم يتم تنفيذ الطلب

2- دورة التسوية³⁶

تبدأ هذه الدورة عادة في نهاية اليوم حين يرسل التاجر جميع العمليات التي تم تفويعها إلى البنك المستلم يقوم الأخير بإرسال طلب تسوية جماعي إلى البنك المصدر عبر شبكة البطاقة وفي اليوم التالي يحول البنك المصدر الأموال إلى البنك المستلم الذي يودعها في حساب التاجر سواء في نفس البنك أو في بنك مختلف على الرغم من أن عملية التفويف لا تستغرق سوى بضع ثوانٍ إلا أن عملية التسوية قد تتدنى حتى ثلاثة أيام عمل

ثالثاً: التكاليف المرتبطة بمعالجة الدفع

يتحمل التاجر رسوماً لقاء قبولي الدفع عبر بطاقات الائتمان ويعرف هذا الرسم بـ **معدل الخصم(Discount Rate)** والذي يتراوح غالباً بين 2% و3% أو أكثر من قيمة المعاملة الجزء الأكبر من هذا المعدل والذي قد يصل إلى 85% يعرف بـ **رسوم التبادل(Interchange Fee)** وينذهب إلى البنك المصدر أما النسبة المتبقية فتتوزع بين شبكة بطاقة الائتمان والبنك

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

الفرع الثاني: المحفظة الإلكترونية

المحفظة الإلكترونية أو الرقمية هي نظام مبني على أساس رقمي للقيام بالتبادلات والمعاملات التجارية الرقمية وباستخدامها يمكن بسهولة القيام بعمليات الشراء من خلال الحواسب أو الهواتف الذكية أو أجهزة التابلت³⁷ وبشكل عام يتم ربط حسابات الأفراد في البنوك مع محفظتهم الرقمية والتي يتم فيها توثيق وحماية أموال المستهلك ومعاملاته التجارية من شراء وتبادل . وبالتالي فإن المحفظة الإلكترونية تعتبر وسيلة لمصادقة هوية صاحبها وأثابها وليس فقط لإجراء عمليات الشراء عبر الانترنت وهذا يأتي من احتواء المحفظة على أموال المستهلك وسجل عملياته التجارية والمعلومات الخاصة به ومن الجدير بالذكر أن المحفظة الرقمية تصلح لأن تكون وسيلة دفع مع أنظمة دفع عديدة مخصصة للهواتف الذكية بفضل الدعم المتبادل بينهما

تتاز المحفظة الإلكترونية بإمكانية تخزين بيانات عدة ببطاقات ائتمانية إلى جانب تفاصيل الشحن الفواتير والمعاملات المالية الأخرى. ومع تعدد بطاقات الائتمان وعمليات الدفع المعتمدة لدى التجار عبر الإنترت تعاونت شركتا فيزا وماستر كارد مع مزودي خدمات المحفظة الإلكترونية لوضع معايير قياسية تضمن توافق هذه التقنية مع نماذج التجارة الإلكترونية المعتمدة.

تم اعتماد هذه المعايير منذ عام 1999 ومنذ ذلك الوقت تبني العديد من التجار عبر الإنترت هذه التقنية مما عزز من أمان وسهولة عمليات الدفع الإلكتروني³⁸.

ويمكن استنتاج الخصائص الرئيسية التي تميز المحفظة الإلكترونية كالتالي³⁹:

- ✓ المحفظة الإلكترونية تعطي حلاً مطروحاً للدفع بمبالغ صغيرة وعليه يمكن التخلص من أسعار معالجة الشيكات وبقي وسائل الدفع القوية وفي كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة.
- ✓ تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقود وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة.
- ✓ هي وسيلة ملائمة تماماً للصفقات التجارية لما تتوفره من سرعة في العمل.
- ✓ تستعمل للدفع بمبالغ صغيرة (جرائد مجالات ..).

أنواع الخدمات المترتبة من خلال المحفظة الإلكترونية⁴⁰

- ✓ الإيداع والسحب النقدي
- ✓ من خلال ماكينات الصراف الآلي وفروع البنك أو مشغلي شبكة الهاتف المحمول ومقدمي الخدمات.

³⁷ يسعد عبد الرحمن، ودان بوعبد الله ، قيراط فريال ، دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي، تجارب دولية، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 5 العدد 1 ، 2021 ص 405

³⁸ محمد حمزة يوسف الطفيلي ، آثر وسائل الدفع الإلكترونية على بعض متغيرات الاقتصاد الكلي ، رسالة ماجister ، جامعة كربلاء ، 2023 ، ص 25

³⁹ برينس اسماء و ثيلاني حسني ، دور نظم الدفع الإلكتروني في تحقيق رضا الزبون ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف بحيفة ، ص 30

⁴⁰ موقع البنك المركزي المصري ، https://www.cbe.org.eg/ar/payment-systems-and-services/payment-services/mobile_ ، 10:00 ، 2025/03/26 ، wallet

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

- ✓ إرسال واستقبال الأموال (التحويلات)
- ✓ بين جميع محافظ الهاتف المحمول المختلفة واستقبال الأموال من الخارج.
- ✓ إصدار بطاقة افتراضية (VCN)
- ✓ بطاقة بنكية تستخدم لمرة واحدة في عمليات الشراء عبر الانترنت.
- ✓ شحن المحفظة من البطاقة البنكية أو الحساب المصرفي (AVL)
- ✓ يمكن ربط حسابك البنكي أو بطاقة الائتمانية بمحفظتك وشحنها أو إعادة تبعيدهما في أي وقت.
- ✓ تحويل المرتبات والمعاشات
- ✓ القيام بالمدفوعات المختلفة مثل:
 - ✓ دفع الفواتير وشحن الرصيد
 - ✓ فواتير الكهرباء والغاز والانترنت والهاتف الأرضي والمحمول وشحن رصيد الهاتف المحمول.
 - ✓ التبرع للمؤسسات الخيرية
 - ✓ الدفع مقابل السلع والخدمات
 - ✓ رسوم المدارس والجامعات واشتراكات النوادي والشراء من المحلات التجارية.
 - ✓ الدفع باستخدام رمز الاستجابة السريع (QR Code)
 - ✓ عن طريق مسح رمز الاستجابة السريع المعروض لدى التجار أو على الموقع الالكترونية.
 - ✓ الدفع باستخدام طلب الدفع الإلكتروني (R2P)
 - ✓ عن طريق ارسال التاجر رسالة إلى مالك المحفظة لتنفيذ عملية الدفع.
 - ✓ الدفع مقابل المعاملات التجارية بين التجار والشركات
 - ✓ الشراء من المتاجر والواقع الالكتروني (B2B)
 - ✓ المدفوعات الحكومية
 - ✓ دفع رسوم التراخيص ومخالفات المرور ورسوم الضرائب والجمارك والجهات الحكومية المختلفة.

الفصل الأول : الاطار المفاهيمي

الفرع الثالث الشيك الإلكتروني:

الشيك الإلكتروني هو نتيجة لتعاون بين عدة جهات بما في ذلك البنوك والمؤسسات الحكومية وشركات التكنولوجيا والفاعلين في التجارة الإلكترونية يؤدي الشيك الإلكتروني نفس الوظائف القانونية والبروتوكولات الخاصة بالشيكل الورقي حيث يعد وسيلة حديثة للدفع والتسوية تجمع بين الأمان العالي والسرعة والراحة مما يسهم في تحسين معالجة التحويلات والصفقات عبر الإنترن特.⁴¹

ويعرف أيضا :

أن الشيك الإلكتروني مكافئ للشيكل الورقي من حيث مفهوم الدفع إلا أنه قبل المعالجة الإلكترونية سواء كلياً أو جزئياً والمقصود بالمعالجة الإلكترونية هو تناول المعلومات في شكل الكتروني عن طريق الحواسيب أو أجهزة مشابهة. فالمعالجة الإلكترونية ليست معالجة يدوية أو حرارية أو ميكانيكية بل هي بكل بساطة عبارة عن معالجة بواسطة أجهزة الكترونية مثل الحاسوب لأنها مكون من عدة أجهزة تعمل كلها بواسطة شرائح الكترونية وهذه الشرائح هي المتحكم في كل عمليات المعالجة⁴²

خصائص الشيك الإلكتروني :

- تتضمن نفس المعلومات التي تتضمنها الشيكات الورقية
- تستند إلى نفس الجانب القانوني الذي تقوم عليه الشيكات الورقية
- يمكن ربطها بمعلومات غير محددة وتبادلها مباشرة بين الأطراف
- يمكن استخدامها في جميع المعاملات المالية مثلها مثل الشيكات الورقية
- تدعم جميع الوظائف والمزايا التي توفرها علمية فحص الحسابات البنكية

آلية عمل الشيكات الإلكترونية⁴³ :

تعتمد أنظمة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط يقوم بعملية التحقق والدفع الإلكتروني للشيكل وغالباً ما يكون هذا الوسيط أحد البنوك الإلكترونية التي تعمل من خلال شبكة الإنترن特 ومع ذلك فإن هذه الأنظمة المؤمنة والموثقة قد تم تصميمها بشكل خاص ليتم توظيفها كأنظمة تشغيل للشيكل الإلكتروني والاستفادة من البنية التحتية الرقمية للبنوك الإلكترونية التي تقدم خدماتها مباشرة على شبكة الإنترن特.

⁴¹ خوبلات صالح ولهوازي نورالدين، طور أنظمة الدفع الإلكترونية في عصر الاقتصاد الرقمي ، لمجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية ، العدد ، 2022 ، ص 67

⁴² كريدي نبيلة ، الشيك الإلكتروني ، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، العدد 13 ، ص 250

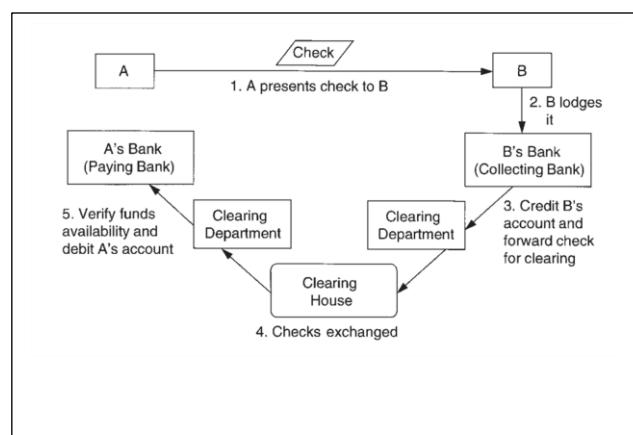
⁴³ محمد سعيد احمد إسماعيل ، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية ، أطروحة دكتوراة في القانون ، جامعة دمشق ، 2005 ، ص 234

الفصل الأول : الاطار المفاهيمي

صرف الشيك الالكتروني : يتم صرف الشيك الالكتروني عبر الخطوات التالية⁴⁴ :

1. اشتراك المشتري (مصدر الشيك) لدى جهة التخلص؛ والتي تكون مصرف غاليا حيث يتم فتح حساب ويتم تحديد التوقيع الالكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخلص؛
2. اشتراك البائع (حامل الشيك) لدى جهة التخلص نفسها حيث يتم أيضا فتح حساب جاري ويتم تحديد التوقيع الالكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخلص؛
3. يقوم المصدر للشيك بتجهيزه وإرساله عبر الشبكة إلى الشخص المراد التسلیم له (حامله)؛
4. يقوم الشخص المستلم للشيك (حامله) باعتماده وتقديمه للبنك عبر شبكة الانترنت؛
5. يأتي دور البنك هنا بتحويل القيمة المالية المحولة من الشيك إلى الحساب الخاص بحامل الشيك؛

شكل رقم : عملية مقاصة الشيكات⁴⁵



المصدر : Electronic Payment Systems for E-Commerce

عمليه مقاصه الشيكات بين البنوك حيث يمر الشيكات بعدة مراحل حتى يتم صرفه . يبدأ العميل **A** بتقديم الشيك للمستفيد **B** الذي يقوم بإيداعه في بنكه (البنك القابض) . يقوم البنك بإضافة المبلغ إلى حساب **B** مؤقتا ثم يرسل الشيك إلى غرفة المقاصة حيث يتم تبادله مع بنك **A** البنك المسحوب عليه . (بعد التتحقق من توفر الرصيد يتم خصم المبلغ من حساب **A** وتحويله إلى بنك **B** لإنقاذ العملية. تهدف هذه العملية إلى ضمان سلامة التحويلات المالية بين البنوك .

الفرع الرابع : التحويلات المالية الالكترونية

⁴⁴ دحية رباب، أثر التطور التكنولوجي على أنظمة وسائل الدفع ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3 ، ص 45

⁴⁵ Donal O'Mahony ، Michael Peirce ، Hitesh Tewari ، Electronic Payment Systems for E-Commerce ، Second Edition ، Artech House , p8

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

وهي عبارة عن عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدنية إلكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر أي أن عملية التحويل تتم الكترونياً عبر أجهزة الكمبيوتر والهواتف وأجهزة المودم عوضاً عن استخدام الأوراق . وتنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصلة الآلية وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية ومنذ عام 1978 أصبحت مؤسسة **EFI Corporation** تتبع للشركات والمؤسسات تحصيل تحويلاتها المالية الكترونياً عبر دار المقاصلة الآلية وتميزت هذه الخدمة عن النظام القديم أي النظام الورقي بأنها أسرع وأنجع في معالجة خدمات التحويلات المالية⁴⁶.

آلية عمل التحويلات المالية الإلكترونية⁴⁷ : لإتمام التحويلات الإلكترونية للأموال غير الحالتين التاليتين

1. حالة وجود وسيط:

في هذه الحالة يقوم العميل بإرسال التحويلات المالية إلكترونياً عبر المودم إلى وسيط. يلعب وسيط دوراً أساسياً في تجميع هذه التحويلات وإرسالها إلى دار المقاصلة المالية وبعد ذلك تقوم دار المقاصلة بإرسال نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل.

يقوم البنك بمقارنة مبلغ التحويل مع رصيد العميل:

► **إذا كان الرصيد غير كافٍ :** يرسل البنك إشعاراً بعدم كفاية الرصيد إلى وسيط والذي يقوم بدوره بإبلاغ العميل.

► **إذا كان الرصيد كافياً :** يتم خصم المبلغ الم Howell من حساب العميل وإيداعه في حساب المستفيد (البنك أو التاجر) في الموعد المحدد وفقاً للنموذج.

2. حالة عدم وجود وسيط:

في هذه الحالة يتم تنفيذ التحويلات المالية مباشرة بين التاجر والبنك دون الحاجة إلى وسيط. ولضمان نجاح هذه العملية يجب أن يمتلك التاجر برامج خاصة تتيح له إرسال المعاملات المالية الإلكترونية مع تأمينها بكلمة مرور خاصة به حيث يقوم التاجر بإرسال طلب الاعتماد المالي إلى دار المقاصلة الآلية والتي تتولى بدورها تحويل الطلب إلى البنك ثم يقوم البنك بخصم المبلغ المطلوب من حساب العميل في الوقت المحدد وتحويله إلى حساب التاجر.

في هذه الحالة لا يكون توفر الرصيد في حساب العميل شرطاً أساسياً حيث يتم استخدام الشيك المصدق لضمان عملية الدفع.

الفرع الخامس: النقود الإلكترونية:

⁴⁶ حوالف عبد الصمد ، مرجع سابق ص 73

⁴⁷ جودي نبيل، صبيحي زكريا ، دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص اقتصاد نقد وبنكي ، جامعة فاصدي مرباح – ورقلة، 2022، ص

الفصل الأول :الاطار المفاهيمي

أولاً تعريف النقود الإلكترونية: تعرف النقود الإلكترونية على أنها وسيلة دفع تعتمد على تخزين الوحدات النقدية الإلكترونية على وسيط بيانات (مثل بطاقة ذكية أو تطبيق إلكتروني) يمتلكه المستخدم حيث يتم خصم أو إضافة الرصيد المخزن وفقاً لعمليات الشراء أو البيع التي يقوم بها المستخدم أو عند إعادة شحن الحساب أو سحب الأموال منه.

الفرق الأساسي بين النقود الإلكترونية وأنظمة الدفع الأخرى مثل بطاقات الخصم (Debit Cards) هو أنها لا تحتاج إلى اتصال مباشر بحساب مصرفي عند تنفيذ المعاملات على عكس بطاقات الخصم التي تتطلب تحويلها مصرفيًا مباشراً لكل معاملة⁴⁸

تعريف البنك المركزي الأوروبي (EZB) للنقود الإلكترونية(1998)

بحسب تقرير البنك المركزي الأوروبي الصادر في أغسطس 1998 تعرّف النقود الإلكترونية على أنها:

"وحدة قيمة مخزنة إلكترونياً على وسيط يمكن استخدامها بشكل عام لإجراء مدفوعات إلى شركات ليست الجهة المصدرة للنقود الإلكترونية. كما أن المعاملات لا تتم بالضرورة عبر الحسابات المصرفية بل تعمل هذه القيم المخزنة كأداة دفع مسبقة الدفع لحامليها".

تعريف التوجيه الأوروبي⁴⁹ /EG46/2000

وفقاً للمادة 1 من التوجيه الأوروبي EG 46/2000 الصادر عن البرلمان الأوروبي والمجلس الأوروبي بشأن تنظيم وإشراف مؤسسات النقود الإلكترونية يتم تعريف النقود الإلكترونية بأنها:

"قيمة نقدية في شكل مطالبة مالية ضد الجهة المصدرة والتي:

1. يتم تخزينها على وسيط إلكتروني (مثل بطاقة ذكية أو تطبيق إلكتروني).

2. يتم إصدارها مقابل مبلغ نقداني مساوٍ على الأقل للقيمة النقدية المخزنة.

3. يتم قبولها كوسيلة دفع من قبل جهات أخرى غير الجهة المصدرة

ثانياً : خصائص النقود الرقمية⁵⁰ :

تعد النقود الإلكترونية مخزوناً رقمياً للقيمة النقدية يمكن لحامليها استخدامها مباشرةً في معاملاته دون الحاجة إلى طرف ثالث ومتنازع هذه النقود بعدة خصائص من حيث استخداماتها فهي تحافظ بقيمتها كمعلومات رقمية مستقلة وتمكن تحويلها بسهولة إلى الغير عبر شبكات الإنترنت أو الاتصالات اللاسلكية كما تتميز بمرونتها في التعاملات خاصةً في العمليات الصغيرة نظراً لانخفاض تكاليف

⁴⁸ Rene Teichmann/Martin Nonnenmacher/ Joachim Henkel (Hrsg.), E-Commerce und E-Payment Rahmenbedingungen, Infrastruktur, Perspektiven, 1st edition 2001, p(83)

⁴⁹ الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32000L0046>

⁵⁰ جلال عايد الشورة وسائل الدفع الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة عمانالأردن، 2008 ، ص 69-68

الفصل الأول : الاطار المفاهيمي

استخدامها وهو ما يحدد مدى انتشارها وتتيح طبيعتها الرقمية استخدامها في أي وقت بما يتلاءم مع اختلاف التوقيتات بين الدول إضافة إلى سهولة استخدامها مقارنة بوسائل الدفع التقليدية مما يعزز قبولها بين المستخدمين

المطلب الرابع : مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية

يصاحب تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية العديد من المخاطر وقد أكدت لجنة بازل للرقابة المصرفية⁵¹ أهمية وضع البنوك لسياسات وإجراءات لإدارة هذه المخاطر عبر تقييمها ومراقبتها ومتابعتها وحددت اللجنة مبادئ لإدارة هذه المخاطر عامي 1998 و2001 وتشمل:

أنواع المخاطر :

أولاً : مخاطر التشغيل (Operational Risk):

تنتج عن ضعف تأمين النظم أو سوء تصميماها أو تنفيذها أو صيانتها أو بسبب إساءة استخدام العملاء للخدمات

✓ ضعف التأمين : قد يتعرض البنك لاختراق غير مرخص به مما يستدعي إجراءات قوية للحماية

✓ سوء تصميم أو صيانة النظم : يؤدي إلى ضعف الأداء أو التأخير في تلبية احتياجات المستخدمين خاصة عند الاعتماد على جهات خارجية(Outsourcing)

✓ إساءة استخدام العملاء : نتيجة قلة الوعي بإجراءات الحماية أو الإهمال مما قد يعرض الحسابات للاختراق أو سوء الاستخدام

ثانياً : مخاطر السمعة (Reputational Risk):

تنشأ عند فشل البنك في إدارة نظمه بكفاءة أو وقوع اختراقات مؤثرة مما يؤدي إلى فقدان ثقة الجمهور وقد يمتد الأثر إلى النظام المالي ككل

ثالثاً المخاطر القانونية (Legal Risk):

تحدث نتيجة مخالفة القوانين أو الضوابط أو بسبب غموض الحقوق والالتزامات القانونية في المعاملات الإلكترونية مثل ضعف حماية المستهلك أو عدم وضوح صحة الاتفاقيات الإلكترونية

رابعاً مخاطر أخرى :

تشمل مخاطر الائتمان السيولة أسعار العائد ومخاطر السوق والتي قد تؤثر على قدرة البنك المالية وأدائه العام

⁵¹ وسيم محمد الحداد وآخرون ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، 2012 ، ص 199

المبحث الثالث

الأمان والاطر القانونية المنظمة

للخدمات المالية الرقمية

الفصل الأول : الاطار المفاهيمي

تمهيد :

ما سبق ومن التعريف السابقة رأينا أن وسائل الدفع الإلكتروني كيف أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية حيث تسهم في تسهيل المعاملات المالية سواء في التجارة التقليدية أو الإلكترونية ومع ذلك فإن هذا الانتشار الواسع يفرض تحديات جديدة تتعلق بالأمن التقني وحماية البيانات مما يستدعي تطوير آليات تضمن سلامة هذه العمليات وتحمي المستخدمين من المخاطر المحتملة ولذلك أصبح من الضروري دراسة الوسائل التقنية المستخدمة في تأمين عمليات الدفع الإلكتروني مثل أنظمة التشغير والمصادقة متعددة العوامل وتأمين الأجهزة المستخدمة في المعاملات المالية كما أن وضع الأطر القانونية والتشريعات المنظمة لوسائل الدفع الإلكتروني يعد عاماً أساسياً في تعزيز الثقة بين المستخدمين ومقدمي الخدمات حيث تسهم هذه القوانين في تحديد مسؤوليات الأطراف المختلفة وتنظيم عمل مزودي خدمات الدفع والحد من عمليات الاحتيال والاختراق

في هذا السياق يتطلب الأمر البحث في كيفية تحقيق التوازن بين الابتكار في أنظمة الدفع الإلكتروني وبين توفير أعلى مستويات الأمان مع ضمان الامتثال للمعايير القانونية والتشريعات المنظمة لهذا القطاع بما يضمن استمرارية تطور هذه التقنيات دون المساس بخصوصية وأمان المستخدمين

المطلب الأول: اليات الأمان في أنظمة الدفع الإلكتروني

لطالما شكلت مسألة أمان الأعمال التجارية والدفع الإلكتروني قلقا متزايدا لكل الأطراف المشاركة في هذا المجال فقد تزايدت المخاطر السيبرانية والتهديدات الأمنية وعمليات الاحتيال ولقد كان يعتقد أن استخدام كلمات المرور وإجراءات التحقق التقليدية كفيل بضمان الأمان لكن هذا لم يعد كافيا في ظل تزايد أساليب المجممات الإلكترونية والاحتياط المالي لهذا برزت تحديات معقدة تتعلق بسرية البيانات وسلامة المعاملات وإمكانية إنكار العمليات لاحقا مما هي التقنيات المستخدمة حاليا لحماية أنظمة الدفع الإلكتروني؟ وإلى أي مدى تمتلك هذه التقنيات القدرة على تحقيق الأمان الذي يرجوه مستخدمو هذه الوسائل؟

الفرع الأول: التشفير (Encryption) في أنظمة الدفع الإلكتروني

التشفيير هو عملية تحويل البيانات الحساسة إلى صيغة غير مفروعة⁵² باستخدام خوارزميات رياضية مما يضمن أن المعلومات المرسلة بين الأطراف تظل سرية ومحمية من الوصول غير المصرح به في سياق أنظمة الدفع الإلكتروني يستخدم التشفير لحماية بيانات المعاملات مثل أرقام بطاقات الائتمان ومعلومات التعريف الشخصية أثناء نقلها عبر الشبكات

بروتوكولات التشفير SSL و⁵³ TLS

تستخدم بروتوكولات SSL طبقة المنفذ الآمنة (و) TLS طبقة النقل (لتؤمن الاتصالات بين المتصفح وخدمي الويب هذه البروتوكولات تضمن:

- ✓ سرية البيانات: يتم تشفير المعلومات بحيث لا يمكن قراءتها من قبل أطراف ثالثة أثناء النقل
 - ✓ تكامل البيانات: تضمن أن البيانات لم يتم تعديلها أو التلاعب بها أثناء النقل
 - ✓ المصادقة: تؤكد هوية الخادم مما يمنع هجمات التصيد والاحتيال
- أ- أهمية التشفير في عمليات الدفع

⁵² هارون العشي و فايزه بوراس، مرجع سابق ص 177

⁵³ Donal O'Mahony ، Michael Peirce ، Hitesh Tewari ، Electronic Payment Systems for E-Commerce ، Second Edition ، Artech House ، p82

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

عند إجراء معاملة دفع إلكترونية يضمن التشفير أن المعلومات الحساسة مثل تفاصيل البطاقة محمية من الاعتراض أو التلاعب بدون هذا التشفير يمكن للمهاجمين اعتراض البيانات وسرقة المعلومات مما يؤدي إلى خسائر مالية وانهakaات للخصوصية

الفرع الثاني: التحقق بخطوتين (2FA) المصادقة الثنائية

أ- المفهوم والدور في أنظمة الدفع

التحقق بخطوتين هو أسلوب أمني يستخدم للتحقق من هوية المستخدم من خلال طريقتين مختلفتين للمصادقة وليس فقط عبر كلمة المرور يضيف هذا الأسلوب طبقة أمان إضافية بحيث يصعب على المخترقين الوصول إلى الحساب حتى لو تمكنا من سرقة كلمة السر

ب- آلية عمل 2FA في أنظمة الدفع الإلكتروني⁵⁴

عند محاولة إجراء عملية دفع إلكتروني يتطلب من المستخدم:

1. إدخال كلمة المرور (شيء يعرفه المستخدم)

2. إدخال رمز تحقق إضافي يرسل إلى:

✓ هاتفه الحموي (رسالة SMS أو إشعار من تطبيق المصادقة)

✓ بريد إلكتروني موثق

✓ تطبيق مصادقة مثل Microsoft Authenticator أو Google Authenticator

✓ أو من خلال (بصمة الإصبع / الوجه) في بعض الأجهزة الحديثة

ج- أهمية التتحقق بخطوتين في حماية المعاملات الإلكترونية

✓ يمنع سرقة الحسابات: حتى لو تم تسريب كلمة المرور لا يمكن الدخول بدون الرمز الإضافي

✓ يحد من عمليات الاحتيال: يستخدم في البنوك المحفظ الرقمية تطبيقات الدفع مثل PayPal و Apple Pay

✓ يشعر المستخدم بالثقة: لأنه يعلم أن الوصول إلى حسابه غير ممكن إلا من خلاله فقط

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

الفرع الثالث: نظام كشف ومنع الاحتيال⁵⁵

أنظمة كشف ومنع الاحتيال تعد من أهم طبقات الأمان في أنظمة الدفع الإلكتروني وتحدّى إلى رصد ومنع أي معاملة مشبوهة أو غير مصحّح بها قبل أن تكتمل هو نظام ذكي يعتمد على:

✓ تحليل البيانات وأنماط السلوك

✓ الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (Machine Learning)

✓ قواعد صارمة تحدد ما يعتبر "نشاطاً مشبوهاً"

وعند ملاحظة شيء غير معهود في أي معاملة يتم:

✓ إيقاف المعاملة مؤقتاً

✓ تنبيه المستخدم

✓ أو طلب تحقق إضافي (مثل رمز OTP أو مصادقة ببومترية)

جدول رقم 02 أمثلة على الأنشطة التي تعتبر مشبوهة:

النشاط	لماذا يعتبر مشبوهاً؟
الشراء من موقع أو دولة جديدة فجأة	تغير مفاجئ في نمط الاستخدام
عمليات متكررة بمبالغ كبيرة خلال وقت قصير	قد تكون محاولة لاختراق الحساب
استخدام بطاقة منتهية أو مزيفة	دلالة على محاولة احتيال
إدخال خطأ متكرر للرقم السري أو CVV	محاولة اختراق بالقوة

من اعداد الطالب بالاعتماد على الموقع <https://www.ibm.com/sa-ar/topics/fraud-detection>

الفرع الرابع: المصادقة البيومترية⁵⁶ (Biometric Authentication)

المصادقة البيومترية هي وسيلة تتحقق من الهوية تعتمد على السمات الحيوية الفريدة لكل شخص مثل:

⁵⁵ 23:33 2025/04/04 على الساعة <https://www.ibm.com/sa-ar/topics/fraud-detection>

⁵⁶ Rene Teichmann/Martin Nonnenmacher/ Joachim Henkel (Hrsg.) ,E-Commerce und E-Payment Rahmenbedingungen, Infrastruktur, Perspektiven, 1st edition 2001, 123

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

✓ بصمة الإصبع

✓ بصمة العين (القرحية أو الشبكية)

✓ ملامح الوجه

✓ بصمة الصوت

كيف تستخدم في أنظمة الدفع الإلكترونية؟

تستخدم المصادقة البيومترية في الهواتف الذكية ومحافظ الدفع بدلاً من كتابة كلمة مرور يقوم المستخدم بتأكيد الدفع عبر بصمته أو وجهه مما يسّع العملية ويجعلها أكثر أماناً

جدول رقم :...أهم مزايا المصادقة البيومترية

الميزة	التوضيح
أمان عالي	يصعب تقليد السمات البيولوجية
سرعة	لا حاجة لإدخال كلمات مرور طويلة
شخصي	يضمن أن صاحب الحساب هو من ينفذ المعاملة
سهولة الاستخدام	لا حاجة لذكر أي معلومات

من اعداد الطالب بالاعتماد على E-Commerce und E-Payment Rahmenbedingungen, Rene Teichmann

الفرع الخامس: إشعارات فورية للمعاملات⁵⁷

إشعارات المعاملات الفورية هي آلية ترسل للمستخدم تنبئها في الوقت الفعلي عند تنفيذ أي عملية مالية على حسابه أو بطاقة الدفع الخاصة به

كيف تعمل إشعارات المعاملات؟

✓ رسائل نصية قصيرة (SMS) أو إشعارات عبر التطبيقات⁵⁸

✓ تفاصيل المعاملة مثل: المبلغ المكان الوقت ونوع المعاملة (شراء تحويل)

57 10:12 2025/04/05 على الساعة / <https://aws.amazon.com/ar/what-is/push-notification-service>

58 نفس المرجع السابق

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

- ✓ يتم إرسال الإشعار فوراً بعد تنفيذ المعاملة سواء كانت ناجحة أو مرفوضة
- أهمية إشعارات المعاملات في الأمان:

- ✓ اكتشاف الاحتيال المبكر : إذا كانت المعاملة غير مصرح بها أو مشبوهة يمكن للمستخدم إيقافها فوراً
- ✓ التحقق من المعاملات : يتيح للمستخدم التتحقق من عمليات الدفع أو التحويلات التي قد تكون غير متوقعة
- ✓ التحكم في الحسابات : يسهل للمستخدم متابعة الأنشطة المالية وينجح مزيداً من السيطرة على حسابه

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

المطلب الثاني: الأطر القانونية المنظمة لأنظمة الدفع الإلكتروني

الفرع الأول : جهود لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي

بالرغم من الدور الريادي الذي تلعبه لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (UNCITRAL) في تنظيم التجارة الإلكترونية من خلال إصدارها لقوانين نموذجية مثل قانون التجارة الإلكترونية وقانون التوقيع الإلكتروني⁵⁹ إلا أنها لم تصدر نصاً خاصاً بحماية بطاقات الدفع الإلكترونية.

وعلى الرغم من وجود بعض الآراء التي ربطت بين حماية وسائل الدفع الإلكتروني والقانون النموذجي بشأن السجلات الإلكترونية القابلة للتحويل الصادر في 13 يوليو 2017 إلا أن مراجعة نصوص هذا القانون ودليل التشريع المصاحب له تؤكد عدم وجود صلة مباشرة بينه وبين بطاقات الدفع الإلكتروني.

الفرع الثاني: الجهود المبذولة على المستوى الأوروبي

على الصعيد الأوروبي ظهرت عدة مبادرات تهدف إلى حماية بطاقات الدفع الإلكترونية. فقد أولى الاتحاد الأوروبي اهتماماً خاصاً بهذا المجال من خلال إصدار توصيتين رئيسيتين.

التوصية الأولى صدرت بتاريخ 8 ديسمبر 1987 تحت رقم (87/598) حيث تضمنت في فصلها الثالث المعون بـ"المبادئ العامة" مجموعة من الضوابط المتعلقة بحماية المعطيات والبيانات الشخصية وضمان سريتها مع إضفاء الطابع الشخصي عليها. كما شددت التوصية على ضرورة ضمان دخول متسلٍ إلى خدمات مقدمي الدفع الإلكتروني وألزمت حامل البطاقة باتخاذ العناية الالزمة للحفاظ عليها من الفقد أو السرقة.

أما التوصية الثانية فهي التوصية رقم (97/489)⁶⁰ الصادرة بتاريخ 30 يوليو 1997 والتي تناولت المعاملات التي تتم بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني مع التركيز على العلاقة بين مصدر البطاقة وحاملها. وقد نصت المادتان الخامسة والسادسة منها على التزامات حامل البطاقة لا سيما في حالات الفقد أو السرقة في حين تناولت المادتان السابعة والثامنة التزامات ومسؤوليات مصدر البطاقة، إلى جانب ذلك برزت اتفاقية مجلس أوروبا المتعلقة بالجريمة الإلكترونية المعروفة بـ"اتفاقية بودابست" المبرمة بتاريخ 23 نوفمبر 2001.

59

12:00 06/04/2025 على الساعة <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31997H0489>⁶⁰

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي

وعلى الرغم من أن الاتفاقية لم تتناول صراحة حماية الدفع الإلكتروني إلا أنها تضمنت نصوصا تعزز حماية البيانات الشخصية ضمن الخدمات المرتبطة بالاتصالات السلكية واللاسلكية. كما أكدت الاتفاقية على أهمية التعاون الدولي لمكافحة الجرائم الإلكترونية ب مختلف أشكالها مما ينعكس بشكل غير مباشر على تعزيز حماية بطاقات الدفع الإلكترونية.

الفرع الثالث: على الصعيد الأمريكي:

أبرز التشريعات المنظمة للتعامل بالدفع الإلكتروني قانون التحويلات الإلكترونية للأموال⁶¹ (EFTA) فقد جاء ليفرض قواعد دقيقة تتعلق بالإفصاح عن شروط ورسوم الخدمات قبل إقامة أي معاملة إلكترونية كما شدد على ضرورة قيام مقدمي الخدمات بإخطار المستهلكين بأي تغيير جوهري قد يطرأ على هذه الشروط أو يؤثر على حقوقهم مما يعزز من حماية المستهلك في بيئة التعاملات الإلكترونية نلخص اهم النقاط التي تضمنها هذا القانون:

- حماية المستهلكين عند استخدامهم خدمات التحويل الإلكتروني للأموال مثل الدفع عبر الإنترنت البطاقات البنكية والصرافات الآلية.
- تحديد حقوق المستهلكين ومسؤولياتهم عند حدوث أخطاء في المعاملات الإلكترونية.
- إلزام مقدمي الخدمات المالية (مثل البنوك) بتوضيح الشروط والرسوم قبل تنفيذ أي معاملة إلكترونية.
- على مقدمي الخدمات إبلاغ المستهلكين بأي تغيرات مهمة في الشروط التي قد تؤثر على حقوقهم أو تكاليفهم.
- تقديم كشوف دورية توضح المعاملات الإلكترونية المنفذة.
- تحديد حدود المسؤولية المالية للمستهلك في حال سرقة البطاقة أو بيانات الحساب بشرط الإبلاغ خلال فترة زمنية محددة
- المستهلك له الحق في التحقيق السريع والعادل إذا أبلغ عن خطأ في حسابه الإلكتروني.

⁶¹ مكتب حماية المستهلك المالي. (n.d.). *Regulation E: Electronic Fund Transfer Act*. Consumer Financial Protection Bureau. عبر الموقع 12/04/2025 على الساعة 23:00 <https://www.consumerfinance.gov/rules-policy/regulations/1005/2/>

الفصل الأول : الاطار المفاهيمي

- وجوب تصحيح الخطأ أو تقديم تفسير خلال فترة زمنية محددة من طرف المؤسسة المالية.
- إلزام مزودي خدمات التحويلات الدولية بتوفير معلومات واضحة عن الرسوم والبالغ المحولة وأسعار الصرف قبل إرسال الأموال.

الفرع الرابع : الجهود المبذولة على المستوى العربي⁶²

أما بالنسبة للجهود العربية في هذا المجال فقد اقتصرت على ما ورد في الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات الموقعة بالقاهرة بتاريخ 21 ديسمبر 2010. حيث خصصت المادة 18 من هذه الاتفاقية للحديث عن الاستخدام غير المشروع لأدوات الدفع الإلكترونية. وقد عرفت هذه المادة هذا الاستخدام بأنه يشمل كل تزوير أو صنع أو وضع أجهزة أو مواد تساعد على تزوير أو تقليد أدوات الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى الاستيلاء على البيانات أو استخدامها أو تقديمها للغير واستخدام الشبكة المعلوماتية للحصول على أرقام أو بيانات هذه الأدوات وقبول أداة دفع إلكترونية مزورة مع العلم بذلك.

غير أن الاتفاقية لم تحدد عقوبات واضحة لهذه الأفعال مما يضعف من فعاليتها في تحقيق الردع اللازم.

الفرع الخامس: الإطار التنظيمي الجزائري

حدد المشرع الجزائري أن الدفع الإلكتروني في المعاملات الإلكترونية يمكن أن يتم إما عن بعد أو من خلال تسليم المنتجات باستخدام وسائل الدفع المعتمدة حيث نصت المادة 27 الفقرة 2 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن الدفع الإلكتروني يجب أن يتم عبر منصات دفع مخصصة⁶³ لهذا الغرض وهي منصات تم إنشاؤها وتشغيلها حصرياً من قبل البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر. هذه المنصات يجب أن تكون متصلة بأنواع مختلفة من محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعاملين العموميين للمواصلات السلكية واللاسلكية. كما نص القانون على أنه في المعاملات التجارية العابرة للحدود يجب أن يتم الدفع حصرياً عن بعد عبر وسائل الاتصالات الإلكترونية كما صدرت تعليمات بنك الجزائر لتأطير أنشطة مؤسسات الدفع الإلكتروني وعلى رأسها التعليمات رقم 2020-03 المتعلقة بتقديم خدمات الدفع عبر الإنترن特.

⁶² شرف الدين وردة ، احميدة هنية، الحماية الجنائية للمستهلك من جريمة الاستخدام غير المشروع لأدوات الدفع الإلكترونية وفقاً لاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية ، العدد الرابع مارس 2018 ، ص 41

⁶³ القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المادة 27 عن الجريدة الرسمية العدد 28 مايو 2018

الفصل الأول :الاطار المفاهيمي

خلاصة الفصل الأول

تعرفنا في هذا الفصل على مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة والخدمات المالية الرقمية، حيث بدأنا باستعراض تطور التجارة عبر العصور، وأنواعها المختلفة، وصولاً إلى التجارة الإلكترونية التي أصبحت تمثل نمطاً حديثاً وفعالاً من الأنشطة التجارية في العصر الرقمي. كما وقفنا على أبرز الفروقات بينها وبين التجارة التقليدية، وتوسعنا في تصنيفاتها وفقاً لطبيعة الأطراف المعاملة.

بعد ذلك، تناولنا بالدراسة المفصلة مفهوم الخدمات المالية الرقمية، وأهم أدوات الدفع الإلكتروني المعتمدة في هذا الإطار، كالبطاقات البنكية، والمحافظ الإلكترونية، والشيكات الإلكترونية، والتحويلات المالية، والنقود الرقمية، مبرزاً آليات عمل كل منها ومميزاتها.

وفي نهاية الفصل تطرقنا إلى أهم المخاطر المرتبطة باستخدام هذه الوسائل، خاصة في السياقات المصرفية الرقمية، ثم استعرضنا آليات الأمان المعتمدة، مثل التشفير، والمصادقة الثنائية، وأنظمة كشف الاحتيال، بالإضافة إلى الأطر القانونية المنظمة لهذه الأنشطة على المستويين الدولي والوطني، مع التركيز على التشريع الجزائري، مما وفر لنا قاعدة معرفية متينة لفهم بيئة الدفع الإلكتروني ومتطلباتها التنظيمية والأمنية.

إن هذا الأساس النظري يمثل نقطة انطلاق ضرورية للفصول اللاحقة والتي ستتعمق في الجوانب التطبيقية والعملية لأنظمة الدفع الإلكتروني

الفصل الثاني

واقع المدفوعات الرقمية

في الجزائر

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

مقدمة الفصل الثاني

بعد أن تناولنا في الفصل الأول من هذا البحث مفهوم التجارة ب مختلف أبعادها حيث قمنا بالتعريف بها باعتبارها نشاطا اقتصاديا أساسيا وركيزة جوهرية في بناء الحضارات وتطور المجتمعات الإنسانية عبر العصور ثم تطرقنا إلى التحولات الجوهرية التي شهدتها هذا المجال مع دخول العالم الرقمي وظهور التجارة الإلكترونية التي أحدثت نقلة نوعية في أنماط التبادل التجاري وأساليبه لقد استعرضنا سابقا بشكل مستفيض مفاهيم وسائل الدفع الإلكتروني بدأية من تعريفها وأنواعها المتعددة مرورا بشرح كيفية عملها والتقنيات التي تعتمد عليها وصولا إلى تناول الأطر القانونية والتنظيمية التي سنت لضمان سير هذه التعاملات بشكل آمن ومنظم بما يكفل حماية حقوق كل من البائع والمشتري على حد سواء ويعزز الثقة في هذا النوع من التعاملات المالية الحديثة

وانطلاقا من ذلك يأتي هذا الفصل ليربط بين الجوانب النظرية التي تناولناها وبين الواقع العملي حيث سنسعى إلى فهم التأثير الحقيقي والملموس لوسائل الدفع الإلكتروني على المشهد التجاري المعاصر فلا يخفى على أحد أن هذه الوسائل قد تحظت منذ فترة طويلة نطاق استخدامها الحصري ضمن التجارة الإلكترونية وباتت تؤدي دورا جوهريا ومحوريا كذلك في التجارة التقليدية فأصبح بإمكان المستهلكين اليوم إتمام مشترياتهم عبر بطاقات الدفع أو التطبيقات البنكية أو الحافظ الإلكترونية حتى داخل المحلات التجارية والمراكز التجارية الكبرى والمطاعم والمقاهي والأسواق التقليدية ما يجعل من الدفع الإلكتروني أحد المحركات الأساسية للاقتصاد الحديث

وسنسلط الضوء خلال هذا الفصل على كيفية مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تبسيط العمليات التجارية عبر تسريع إجراءات البيع والشراء وتقليل التكاليف المرتبطة بالتعاملات النقدية وتعزيز كفاءة الأداء التجاري بشكل عام من خلال عرض وتحليل مجموعة من التجارب الدولية الناجحة حيث سنستعرض نماذج من بلدان استطاعت أن تعتمد الدفع الإلكتروني كوسيلة محورية للنهوض بتجارتها الوطنية سواء في الفضاء الرقمي أو على أرض الواقع وسنبرز كيف تعاملت هذه الدول مع العقبات التي واجهتها في سبيل تحقيق الانتشار الواسع لهذه الوسائل وأساليب التي اتبعتها لتشجيع المواطنين والتجار على تبنيها

وفي القسم الأخير من هذا الفصل سنولي اهتماما خاصا لدراسة حالة الجزائر حيث سنعرض بشيء من التفصيل واقع البنية التحتية التكنولوجية الازمة لاعتماد الدفع الإلكتروني ومدى انتشار وسائل الدفع الحديثة داخل مختلف القطاعات التجارية كما سنتطرق إلى المبادرات الحكومية والمشاريع الخاصة التي تهدف إلى دعم هذا التوجه مع تقديم أولي للنتائج المحققة سواء من حيث نسبة الاعتماد أو من حيث الأثر الفعلي على السوق الوطنية

وسنتناول كذلك أهم التحديات والمعوقات التي لا تزال قائمة مثل ضعف الثقافة الرقمية لدى بعض فئات المجتمع أو نقص الثقة في الأنظمة الإلكترونية أو التأخر النسبي في تحديث الإطار التشريعي مع محاولة تقديم مجموعة من الاقتراحات والتوصيات التي من شأنها دفع عجلة تطوير هذا القطاع الحيوي نحو مزيد من النجاح والاستدام

المبحث الأول

نماذج رائدة في الدفع

الإلكتروني

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

المطلب الأول: محة عن واقع الدفع الإلكتروني في جمهورية مصر

ان الانتقال من المدفوعات النقدية إلى المدفوعات المصرفية والإلكترونية يشكل خطوة محورية نحو تعزيز النظام المالي وتحقيق الشمول المالي في مصر. هذا التحول يتطلب تغييراً جذرياً في كيفية تعامل الأفراد والمؤسسات مع الأموال ويعزز من قدرة النظام المالي على توفير خدماته لجميع فئات المجتمع بما في ذلك الفئات المهمشة.

تعتبر المدفوعات الإلكترونية والمصرفية من الأدوات الأساسية التي تسهم في تحقيق الشمول المالي حيث تسمح للأفراد غير المتعاملين مع البنوك بالانضمام إلى النظام المالي الرسمي. كما أن هذه العملية تساهم في القضاء على المعاملات غير الرسمية مما يعزز الشفافية ويقلل من الفساد المالي. من خلال هذه التحولات يمكن للبنك المركزي المصري أن يساهم في توفير خدمات مالية أكثر عدلاً وشفافية مع تيسير وصولها إلى جميع شرائح المجتمع⁶⁴.

تمثل المبادرات التي أطلقها البنك المركزي المصري في تيسير الإجراءات المصرفية للمواطنين مثل تسهيل فتح الحسابات البنكية وتطوير نظام الدفع عبر الهاتف المحمول وتشجيع البنوك على تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة. هذه المبادرات تساهم بشكل كبير في تشجيع الأفراد والمؤسسات على استخدام الوسائل المصرفية الإلكترونية وتتوفر لهم فرصة أفضل للدخول في النظام المالي الرسمي

الفرع الأول: تطور نقاط البيع الإلكترونية⁶⁵

نقطات البيع الإلكترونية هي أجهزة مخصصة لقبول معاملات الدفع الإلكترونية والتي تسمح للتجار بقبول المدفوعات من عملائهم حاملي أدوات الدفع الإلكترونية مقابل ما يقدمه التاجر من سلع أو خدمات وذلك كبدائل للدفع النقدي.

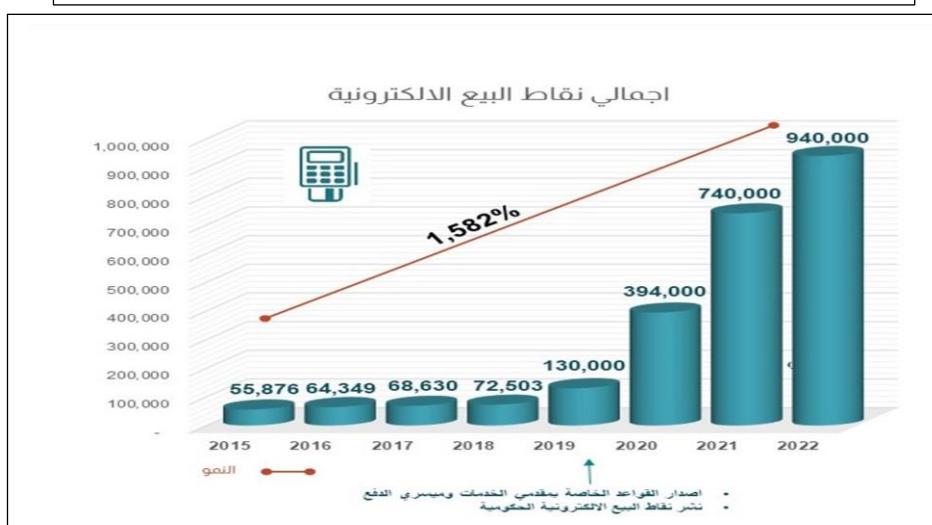
نلاحظ أنه قد ارتفع عدد نقاط البيع الإلكترونية في مصر من حوالي 55,876 نقطة في نهاية عام 2015 إلى 940,000 نقطة بنهاية عام 2022 بمعدل نمو بلغ 1582% خلال 7 سنوات

⁶⁴ بن تونة قندز و محمد راتول ، متطلبات التحول من المدفوعات النقدية إلى نظام الدفع الإلكتروني في ظل توسيع ظاهرة الاقتصاد غير الرسمي في مصر ، مجلة الباحث الاقتصادي ، المجلد 6، العدد 10 ، سبتمبر 2018 ، ص

⁶⁵ البنك المصري عبر الموقع : <https://www.cbe.org.eg/ar/payment-systems-and-services/payment-services/payment-acceptance/pos> على الساعة 00:02 2025/04/18

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

الشكل رقم 4: نمو نقاط البيع الالكترونية في جمهورية مصر



المصدر موقع البنك المصري :

<https://www.cbe.org.eg/ar/payment-systems-and-services/payment-services/payment-acceptance/pos>

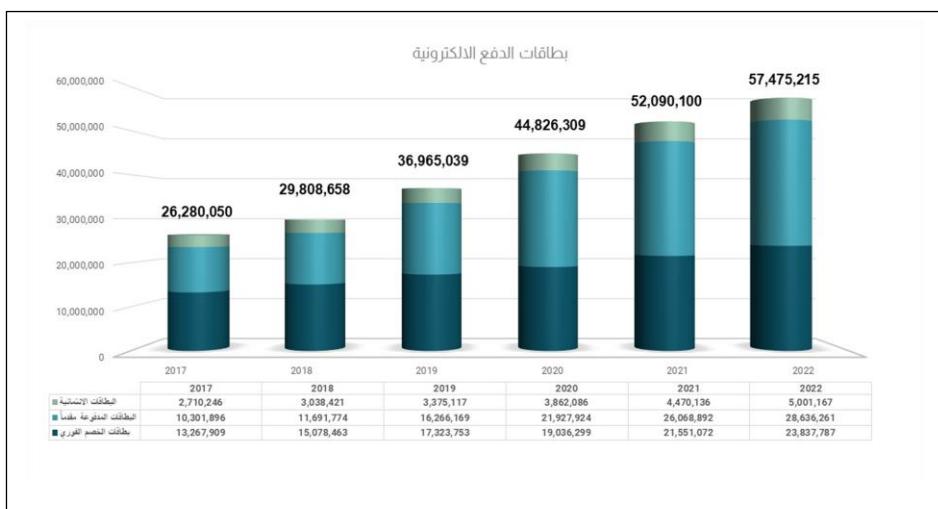
الفرع الثاني :تطور بطاقات الدفع الالكتروني :

شهد الدفع ببطاقات الدفع في مصر تطويراً ملحوظاً في السنوات الأخيرة حيث عملت الدولة على تحسين البنية التحتية المالية وتعزيز استخدام التكنولوجيا المالية في المعاملات اليومية. مع تزايد الوعي بفوائد استخدام البطاقات المصرفية أصبحت البطاقات الائتمانية والشخص المباشر أكثر شيوعاً بين المصريين كما كانت البطاقات مسبقة الدفع واحدة من أكثر وسائل الدفع استخداماً خاصة بين الفئات التي لا تمتلك حسابات مصرافية أو سجل ائتماني. ومن جانب آخر أطلق البنك المركزي المصري عدة مبادرات لتعزيز استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية مثل مبادرة الدفع الوطني (Meeza)⁶⁶ التي تهدف إلى تقليل الاعتماد على البطاقات الدولية مثل "فيزا" و"ماستر كارد" وتوفير طريقة دفع آمنة وسهلة للمواطنين مع دعم الاقتصاد الوطني. كما سعى البنك المركزي إلى تعزيز الشمول المالي من خلال تشجيع المواطنين على استخدام البطاقات المصرفية والأنظمة الإلكترونية لتسوية المدفوعات ودعم البنوك لإصدار بطاقات دفع إلكترونية للأفراد والشركات.

⁶⁶ تم إطلاق شبكة مizza من خلال شركة بنوك مصر للتقدم التكنولوجي تحت رعاية البنك المركزي، المصري بهدف تقديم منظومة دفع إلكترونية ذات علامة تجارية وطنية للبطاقات ومحافظ الهاتف المحمول." 12:30 2025/04/18 <https://meeza-eg.com/ar/about-us-ar>

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

الشكل رقم 04: تطور بطاقات الدفع الإلكتروني في جمهورية مصر العربية



المصدر موقع البنك المصري

<https://www.cbe.org.eg/ar/payment-systems-and-services/payment-services/payment-cards>

تبين الرسوم البيانية التطور السنوي الملحوظ حيث تظهر زيادة مضطردة في عدد المستخدمين للمدفوعات الرقمية بطاقة 57475215 بطاقة دفع سنة 2022 مقابل 26280050 بطاقة سنة 2017 ما يعكس زيادة الثقة في الوسائل الإلكترونية

ويتضح أن هناك تحولاً جذرياً نحو رقمنة النظام المالي في مصر فقد أظهرت الإحصائيات نمواً متتسارعاً في استخدام أدوات الدفع الإلكترونية سواء من حيث بطاقات الدفع أو نقاط البيع. هذا النمو لم يكن عشوائياً بل جاء نتيجة استراتيجية وطنية واضحة لتعزيز الشمول المالي .

في الأخير أرى أن تطور بطاقات الدفع الإلكترونية في مصر يمثل خطوة جوهرية نحو تحديث النظام المالي وتعزيز كفاءته كما أن التركيز على البطاقات المحلية مثل "ميزة" يقلل من التبعية للأنظمة الدولية ويدعم السيادة المالية من وجهة نظرى يعد توسيع استخدام هذه الوسائل بين مختلف فئات المجتمع مؤشراً إيجابياً على تنامي الوعي المالي كما أن هذا التوجه يفتح آفاقاً واسعة أمام الاقتصاد غير الرسمي للاندماج في المنظومة الرقمية وبناء عليه أعتقد أن استمرار هذا المسار يتطلب مواكبة بالتوعية والتدريب لضمان استخدام فعال وآمن

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

المطلب الثاني : طحة عن واقع الدفع الإلكتروني في المملكة العربية السعودية

شكلت المؤشرات الرئيسية التي يقوم عليها "مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي" مرجعاً مهماً في تقييم تجربة المملكة العربية السعودية في مجال التحول الرقمي خصوصاً خلال فترة جائحة كورونا. وقد أظهرت نتائج المؤشر أن السعودية تميزت بأداء قوي في محور البنية التحتية الرقمية حيث سجلت نحو 74.27 نقطة بفضل توسيع شبكات الإنترنت ورفع كفاءة الاتصال في مختلف المناطق مما أسهم في تسهيل تنفيذ المبادرات الرقمية.

أما في محور الابتكار الرقمي فرغم الجهد المبذول لدعم البحث والتطوير لم تتجاوز النتائج 43.40 نقطة ما يدل على حاجة بيئة الابتكار إلى مزيد من التحفيز والدعم المؤسسي⁶⁷. وفيما يخص الحكومة الإلكترونية فقد كان الأداء متميزاً إذ تم إطلاق عدة منصات مثل "توكلنا" و "تباعد" لتعزيز الخدمات الرقمية خلال الأزمة محققة بذلك نحو 70.65 نقطة في هذا المؤشر⁶⁸.

وتبرز هذه المؤشرات في مجموعها تطور التجربة السعودية في بناء اقتصاد رقمي متكامل مدوماً برؤيه وطنية واضحة وبنية تحتية قوية واستجابة مرنة لتحديات الجائحة.

في هذا المطلب سوف ننطرق إلى جانب مهم من هاته المؤشرات وهو واقع الدفع الإلكتروني في المملكة العربية السعودية ومدى مساهمته في تعزيز الاعمال التجارية والشمول الاقتصادي بصفة عامة من خلال عنصرتين مدى انتشاره

الفرع الأول : انتشار الدفع الإلكتروني على مستوى المملكة

شهدت المملكة العربية السعودية تحولاً ملحوظاً نحو الدفع الإلكتروني خلال السنوات الأخيرة انعكس في الارتفاع الكبير لسبة العمليات المنفذة عبر الوسائل الرقمية مقابل النقدية. فقد بلغ إجمالي عدد عمليات الدفع في المملكة خلال عام 2023م حوالي 17.2 مليار عملية⁶⁹ استحوذت المدفوعات الإلكترونية منها على 72% من عدد العمليات مقارنة بـ 62% في عام 2021م¹ بينما انخفضت حصة النقد إلى 28%. فقط من حيث العدد².

أما من حيث القيمة المالية للعمليات فقد أصبحت المدفوعات الإلكترونية تمثل 95% من إجمالي قيمة المدفوعات المنفذة⁷⁰ مقارنة بنسبة 80% فقط في عام 2021م مما يدل على تقدم واضح ليس فقط في عدد العمليات بل في نوعيتها أيضاً³.

⁶⁷ بسيع عبد القادر تقييم تجربة التحول الرقمي في السعودية وفقاً لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020 خلال جائحة كورونا ، مجلة أبحاث ، المجلد السابع العدد 2 ، ص 405

⁶⁸ المرجع السابق ص 409

⁶⁹ البنك المركزي السعودي. (2023). دراسة استخدام وسائل الدفع في المملكة العربية السعودية لعام 2023. <https://www.sama.gov.sa>

13

⁷⁰ المرجع السابق ص 14

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

ويعزى هذا النمو إلى حزمة من العوامل المتداخلة أبرزها: التطور السريع في البنية التحتية الرقمية وانتشار أجهزة نقاط البيع وتوسيع استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترن特 والهواتف إضافة إلى الدعم التشريعي والتنظيمي المقدم من الجهات المختصة ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030.

هذا التوسيع المتتسارع في اعتماد الدفع الإلكتروني ساهم في تحسين كفاءة النظام المالي وتقليل الاعتماد على النقد كما مكّن من دعم المبادرات التجارية بشكل أكثر مرونة وسرعة سواء في القطاع الاستهلاكي أو التجاري مما عزّز النشاط الاقتصادي وسهل عمليات البيع والشراء على مستوى الأفراد والشركات.

ويبرز الجدول الآتي التحول التدريجي في أنماط الدفع بين عامي 2019 و2023:

يتضح من خلال هذه البيانات أن نسبة المدفوعات الإلكترونية تضاعفت تقريرياً خلال الثلاث سنوات ما يعكس فاعلية السياسات الوطنية في تقليل الاعتماد على النقد وتعزيز الكفاءة المالية. وأشار التقرير إلى أن المملكة "حققت مستهدف 2025 في نسبة المدفوعات الإلكترونية قبل عامين من الموعد المحدد"⁷¹ وهو ما يعد مؤشراً قوياً على تقدّمها في مجال رقمنة المدفوعات على المستوى الإقليمي والدولي.

الفرع الثاني : الدفع الإلكتروني لدى الأفراد في المملكة

تشكل مدفوعات الأفراد النسبة الأكبر من حيث عدد عمليات الدفع في المملكة حيث تجاوزت حصتها 92.1٪ من إجمالي المعاملات المنفذة "لكنهم لا يمثلون سوى 24.4٪ من إجمالي القيمة". هذا يشير إلى اعتماد الأفراد على عمليات يومية متكررة ومنخفضة القيمة نسبياً مقارنة بقطاع الأعمال.

وفيما يتعلق بأنماط الدفع فقد شهدت السنوات الأخيرة تحولاً واضحاً نحو القنوات الإلكترونية حيث "تم أكثر من 70٪ من معاملات الأفراد بوسائل دفع إلكترونية مقارنة بـ 62٪ في عام 2021" في حين تراجعت نسبة استخدام النقد إلى حوالي 30٪. ويعزى هذا التحول إلى الانتشار الواسع لأجهزة نقاط البيع وفرض الأنظمة التنظيمية لاعتمادها إلى جانب النمو المتتسارع في التجارة الإلكترونية وزيادة الثقافة الرقمية.

جدول رقم : التحول التدريجي في أنماط الدفع بين عامي 2019 و2023 في السعودية

السنة	(%) المدفوعات النقدية	(%) المدفوعات الإلكترونية
2019	64	36
2021	38	62
2023	28	72

المصدر : من اعداد الطالب استناداً لنقرير دراسة استخدام وسائل الدفع في المملكة العربية السعودية لعام 2023 الصادر عن البنك المركزي السعودي

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

و تعد بطاقات الدفع الوسيلة الأكثر استخداماً بين الأفراد في المملكة العربية السعودية حيث تصدرت قائمة وسائل الدفع الإلكترونية من حيث عدد العمليات المنفذة خلال عام 2023. وقد أكد التقرير أن "عمليات الدفع باستخدام البطاقات هي وسيلة الدفع الأكثر استخداماً من قبل الأفراد حيث استحوذت على أكثر من نصف عمليات الدفع بنسبة بلغت 51%⁷². ويعزى هذا التوسيع في الاستخدام إلى انتشار أجهزة نقاط البيع في مختلف أنحاء المملكة وتبني تقنية الاتصال قريل المدى(NFC) حيث بلغت نسبة العمليات التي جرت عبر هذه التقنية نحو 96% من إجمالي عمليات نقاط البيع و 47% منها تمت باستخدام الهواتف الذكية. كما ارتفع عدد أجهزة نقاط البيع إلى 1.74 مليون جهاز بنهاية عام 2023 ما ساهم في تعزيز تجربة الدفع الرقمية لدى الأفراد.

وعلى مستوى التجارة الإلكترونية نلاحظ أن "بطاقات الحسم مستخدمة في 50% من عمليات الشراء عبر المتاجر الإلكترونية" مما يجعلها الخيار الأول للمستهلكين في هذا المجال أيضاً⁷³. ومن جهة أخرى فإن اعتماد الأفراد على البطاقات يزداد طردياً مع ارتفاع قيمة العملية؛ إذ بلغت حصة البطاقات 68% من المدفوعات التي تزيد عن 300 ريال مقابل 19% فقط للنقد هذا التوسيع في الاستخدام إلى جانب انخفاض تكلفة العمليات المرتبطة بها بنسبة 16% لبطاقات الحسم و 28% لبطاقات الائتمان مقارنة بعام 2021 يشير إلى الدور المتضاعف الذي تؤديه البطاقات في دعم كفاءة النظام المالي وتعزيز الشمول المالي على المستوى الفردي (ص جدول رقم () : تطور عدد البطاقات وأجهزة نقاط البيع في المملكة العربية السعودية(2019-2023)

السنة	عدد البطاقات (ألف)	معدل النمو السنوي (%)	عدد أجهزة نقاط البيع (ألف)	معدل النمو السنوي (%)	معدل النمو السنوي (%)
2019	31,540	-	439	-	-
2020	34,337	+64%	721	+9%	+16%
2021	39,373	+40%	1,031	+15%	+8%
2022	42,563	+42%	1,438	+8%	+21%
2023	47,761	+12%	1,739	+12%	+21%

المصدر : من إعداد الطالب بالأعتماد على بيانات تقرير "دراسة استخدام وسائل الدفع في المملكة العربية السعودية لعام 2023" الصادر عن البنك المركزي السعودي.

⁷² المرجع السابق ص 5

⁷³ نفس الرجع ص 24

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

خلاصة المبحث

يظهر التحول نحو الدفع الإلكتروني في كل من مصر والمملكة العربية السعودية تطورا ملمسيا يعكس وعيها استراتيجيا بأهمية الرقمنة في دعم النظام المالي وتعزيز الشمول الاقتصادي فقد اتخذت مصر خطوات كبيرة من خلال توسيع شبكة نقاط البيع وتسهيل استخدام بطاقات الدفع مع التركيز على دمج الفئات غير المصرفية في الاقتصاد الرسمي عبر مبادرات مثل بطاقة "ميزة" في المقابل تميزت المملكة السعودية بسرعة تبني البنية التحتية الرقمية وزيادة نسبة العمليات غير النقدية بشكل لافت مدفوعة برؤية طموحة ضمن إطار "رؤية 2030" مما جعلها تحقق مستهدفاتها قبل الموعد المحدد وبينما تقارب التجربتان في التوجه نحو تقليل الاعتماد على النقد إلا أن النجاح المستدام لهذا التحول يظل مرهونا بتعزيز الثقافة المالية ورفع الوعي لدى الأفراد وضمان الأمان الرقمي والثقة في الوسائل التقنية مما يضمن استفادة شاملة وآمنة من مزايا الاقتصاد الرقمي في المستقبل القريب

المبحث الثاني

الخدمات المالية الرقمية

في الجزائر

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

المطلب الأول : البنية التحتية

الفرع الأول : الشبكة الهاتفية و شبكة الانترنت:

أولا الهاتف الثابت:

رغم التحولات الرقمية المتسارعة وتزايد الاعتماد على تقنيات الاتصال الحديثة لا يزال الهاتف الثابت يحتفظ بمكانة خاصة ضمن منظومة الاتصالات خصوصا في الدول التي تراهن على شمولية الخدمة وتحقيق العدالة في تعطية الشبكات مثل الجزائر. وفي هذا الإطار أولت الجزائر اهتماما واضحا لتوسيع شبكة الهاتف الثابت وتطوير بنية التحتية وذلك ضمن الاستراتيجية الوطنية لترقية الخدمات الرقمية وتعزيز الربط السلكي لاسيما في المناطق التي تعاني من ضعف تعطية الشبكات النقالة أو خدمات الإنترن特.

وتشير المعطيات الواردة في التقرير الرسمي للسداسي الأول من سنة 2023 أن الدولة تعمل على الحفاظ على هذا النمط من الاتصال كخدمة أساسية من خلال توسيع طاقة الربط وتحسين معدلات الاشتراك وهو ما يستدعي تحليلًا عميقًا لهذه المؤشرات لفهم مدى استجابة السوق لهذه الجهود وتقييم أثرها الفعلي على مستوى التغلف والاستخدام.

بحسب تقرير تطور مؤشرات خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية للسداسي الأول 2023 عرفت اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر تطورا ملحوظا انظر الجدول التالي :

جدول رقم 06: تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر

السنة	الاشتراكات السلكية	الاشتراكات المهنية	مجموع الاشتراكات	السعة الإجمالية للربط
2018	3,711,765	452,274	4,164,039	7,272,466
2019	4,190,162	445,055	4,635,217	7,542,246
2020	4,347,326	438,437	4,785,763	7,709,344
2021	4,646,659	450,400	5,097,059	7,952,885
2022	5,126,100	450,093	5,576,193	8,913,003
S1 2023	5,474,526	459,868	5,934,394	9,766,561

المصدر: تقرير تطور مؤشرات خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية – السداسي الأول 2023، ص 6

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

ان هذا النمو يدل على استمرار الطلب على خدمات الهاتف الثابت رغم المنافسة القوية من الهاتف النقال. كما لاحظنا الفجوة الكبيرة بين الاستخدام السكني والمهني قد تعكس ضعف استغلال الهاتف الثابت في الأنشطة الاقتصادية.

نسبة التشبع والتغلغل المرتفعة تشير إلى بلوغ مستوى متقدم في تعميم الخدمة لكن هذا قد يطرح مستقبلا تحدي التوسيع وتحسين الجودة بدلًا من مجرد زيادة في عدد الخطوط.

ثانياً الهاتف النقال

أطلقت الجزائر منذ بداية الألفية جهة كبيرة لتحرير سوق الهاتف النقال وتحديثه تكنولوجيا بدءاً من اعتماد تكنولوجيا الجيل الثاني في 2001 ثم الجيل الثالث في 2013 فالجيل الرابع سنة 2016. كما عزز القانون 18-04 الإطار التنظيمي لتوفير بيئة تنافسية تشجع الاستثمار وتحسين الخدمة.

كل هذه الديناميكية تجعل من الضروري الوقوف على التطورات الإحصائية التي شهدتها القطاع خلال السداسي الأول من سنة 2023 من حيث عدد الاشتراكات توزيعها حسب نوع الدفع أداء المتعاملين والتغيرات المرتبطة بالتقنيات المستخدمة لا سيما مع توجه السوق نحو شبكات الجيل الرابع والتراجع التدريجي لاستخدام الجيل الثاني والثالث.

أ- متعاملون المشغلون لخدمة الهاتف النقال في الجزائر

يشرف على سوق الهاتف النقال في الجزائر ثلاثة متعاملين رئيسيين يتقاسمون حصة السوق ويقدمون خدمتهم للمواطنين بمختلف الصيغ (الدفع المسبق والبعدي) والتقنيات

1- موبيليس

هو المتعامل الوطني العمومي تابع لمجموعة اتصالات الجزائر. يعد أقدم مشغل ويمتاز بدعم الدولة له واستراتيجيته في تغطية المناطق النائية. يشكل حجر أساس في سياسة الدولة نحو توفير "الخدمة الشاملة".

2- جيزي

هو متعامل خاص كان يعرف سابقا باسم "Djezzy" ويمثل أحد أبرز المتعاملين من حيث الابتكار التسويقي. كانت له شراكة دولية مع مجموعة "Veon" ثم انتقلت ملكيته تدريجيا إلى الدولة الجزائرية عبر الصندوق الوطني للاستثمار

3- أوريدو

هو متعامل قطري الأصل تابع لمجموعة "Ooredoo" وينشط في السوق الجزائرية منذ أوائل الألفية. يُعرف بتركيزه على الخدمات

الفصل الثاني: واقع المدفوّعات الرقمية في الجزائر

الرقمية والعروض ذات القيمة المضافة ويستهدف بالخصوص الفئة الشابة والمهنية. **ملاحظة:** تخضع هذه الشركات لرقابة وإشراف سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية (ARPCE) لضمان المنافسة العادلة وتطبيق معايير جودة الخدمة¹.

بـ-واقع سوق الهاتف النقال في الجزائر :

بحسب تقرير وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية استقر عدد الاشتراكات الإجمالية للهواتف النقال في الجزائر عند 48.91 مليون مشترك خلال السداسي الأول من سنة 2023 مسجلًا بذلك تراجعاً طفيفاً قدره 0.21٪ مقارنة بنتهاية سنة 2022

الجلول 7: تطور عدد الاشتراكات حسب المعامل الى غاية السادس الاول من 2023

السنة	موبيليس	جيزي	أوريدو	المجموع
2018	19,106,401	15,848,104	12,199,759	47,154,264
2019	18,633,371	14,707,625	12,084,537	45,425,533
2020	18,974,678	14,363,102	12,217,893	45,555,673
2021	19,829,935	14,593,618	12,592,204	47,015,757
2022	21,098,772	15,177,875	12,742,119	49,018,766
S1 2023	21,252,647	15,272,197	12,390,640	48,915,484

المصدر: تقرير تطور مؤشرات خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية - ص 10

والمخطط التالي يعرض تطور اشتراكات مستخدمي النقال على حسب تكنولوجيا (الجيل) الاتصال

الجدول 8: توزيع الهواتف النقال حسب التكنولوجيا

الجُمُوع	4G	3G	GSM (2G)	السنة
47,154,264	18,920,289	17,422,312	10,811,663	2018
45,425,533	24,922,271	11,989,157	8,514,105	2019
45,555,673	29,506,880	9,265,682	6,783,111	2020
47,015,757	34,507,542	7,272,657	5,235,558	2021
49,018,766	38,797,214	5,961,291	4,260,261	2022
48,915,484	39,679,729	5,464,880	3,770,875	S1 2023

المصدر: تقرير تطور مؤشرات خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية - ص 11

¹⁴ تقرير تطور مؤشرات خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

المطلب الثاني: المؤسسات المشرفة على الخدمات المالية الرقمية في الجزائر

مع التطور المتتسارع لرقمنة الخدمات وتتوسيع التجارة الإلكترونية أصبحت منظومة الدفع الإلكتروني عنصراً محورياً في الاقتصاد الجزائري. ولضمان فعالية هذه المنظومة وسلامتها تتكفل عدة مؤسسات وهيئات رسمية بالإشراف والتنظيم بحيث "لا يمكن الحديث عن تطور التجارة الإلكترونية دون الإشارة إلى دور المؤسسات المالية والتنظيمية، مثل بنك الجزائر، في تأمين المعاملات وضبط سوق الدفع الرقمي"¹. بدءاً من بنك الجزائر كمراقب أعلى مروراً بالبنوك التجارية و تجمع النقد الآلي وصولاً إلى بريد الجزائر

الفرع الأول : بنك الجزائر

تم إنشاء بنك الجزائر بموجب القانون رقم 144-62² ليكون الأداة المركزية لضبط السياسة النقدية في الدولة المستقلة حديثاً. وقد خضع البنك منذ ذلك الحين لسلسلة من الإصلاحات التشريعية التي هدفت إلى تعزيز استقلاليته وتكييف وظائفه مع متطلبات الانفتاح الاقتصادي كان أبرزها القوانين الصادرة في سنوات 1990 و 1986 و 2003. وفي ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية الراهنة جاء القانون النقدي والمصرفي لسنة 2023 كمحطة إصلاحية متقدمة ترمي إلى تحديد حوكمة بنك الجزائر وتعزيز الشفافية مع فتح المجال أمام فاعلين اقتصاديين وماليين جدد في المشهد المصرفي الوطني ومن بين مهامه مراقبة وضمان حسن سير أنظمة الدفع وكفاءتها وأمنها. يتم تحديد القواعد المطبقة على أنظمة الدفع بموجب أنظمة المجلس النقدي والمصرفي(موضوع بحثنا).

الفرع الثاني: تجمع النقد الآلي

في سياق جهود الدولة الجزائرية لعصرينة النظام البنكي وتعزيز الشفافية في المعاملات المالية تم إنشاء تجمع النقد الآلي في جوان 2014 بهدف تنظيم وتنسيق عمل مختلف فاعلي نظام الدفع الإلكتروني وتحديد مهامهم وصلاحياتهم بوضوح. يلعب هذا التجمع دوراً محورياً في ضمان التوافق بين أنظمة الدفع البنكية سواء على المستوى المحلي أو مع الشبكات النقدية الدولية.

يضم التجمع 19 عضواً منخرطاً يمثلون 18 بنكاً إضافية إلى مؤسسة بريد الجزائر³ بينما يشارك بنك الجزائر كعضو مراقب للتأكد من مطابقة النظم ومعايير التقنية والتنظيمية المعتمدة.

يقوم التجمع بالإشراف على نظام النقد الآلي من خلال جملة من الوظائف الرئيسية تشمل:

- إدارة المعايير التقنية
- تعريف المنتجات البنكية النقدية وقواعد استخدامها

¹ بوسعدة، سعيدة. البنية التحتية المعلوماتية ومدى جاهزيتها لتشييط التجارة الإلكترونية في الجزائر، مداخلة ، الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واسكتالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ص 9

² الموقع الرسمي لبنك الجزائر <https://www.bank-of-algeria.dz/histoire-de-la-banque>

³ الموقع الرسمي لتجمع النقد الآلي <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous>

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

- تسيير البنية التحتية التقنية للتوجيه والمصادقة
- إدارة أمن العمليات.

ويسمح هذا الإطار التشاركي في تعزيز الشفافية وتنمية الاستثمار في قطاع الدفع الإلكتروني سعيا إلى تعظيم استعمال وسائل الدفع الحديثة وتطوير الثقافة النقدية الرقمية في الجزائر.

الفرع الثالث: بريد الجزائر

أولاً :تعريف مؤسسة بريد الجزائر

مؤسسة بريد الجزائر هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري أنشئت نتيجة لإصلاحات اقتصادية واجتماعية وتمارس نشاطها تحت إشراف وزارة البريد والمواصلات. تهدف إلى تقديم خدمات بريدية ومالية متنوعة للمواطنين عبر شبكة وطنية من المكاتب والنقاط البريدية وتتمتع بالاستقلال المالي وتخضع لقواعد التسيير التجاري والمحاسبي.¹

لحنة تاريخية عن المؤسسة

نشأت مؤسسة بريد الجزائر ضمن عملية إصلاح شاملة لقطاع البريد والمواصلات في الجزائر وأسفرت عن استقلال المؤسسة عن قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية. وقد تم إنشاؤها في البداية بموجب الأمر رقم 89-75 المؤرخ في 3 ديسمبر 1975 الذي ينص على إنشاء مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري. ثم جاء القانون رقم 2000-03 المؤرخ في 5 أوت 2000 ليحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات مما منح المؤسسة إطارا قانونيا مستقلا وواضحا.

ثانياً :مكونات مؤسسة بريد الجزائر

تضم مؤسسة بريد الجزائر بنية تنظيمية وخدماتية واسعة تشمل:

- المديرية العامة.
- مكاتب بريدية عبر التراب الوطني (حوالي 3800 مكتب) .
- مراكز الفرز والتوزيع الجهوي والوطني.
- خدمات بريدية: الرسائل الطروdes الحالات.

¹ بلendi، نبيلة. (2017). "واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية: دراسة حالة بريد الجزائر"، ص 119

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

- خدمات مالية : الحسابات الجارية البريدية CCP بطاقات "الذهبية" الصكوك.
- خدمات رقمية : مثل خدمة الرسائل القصيرة "موبليس" للتنبيهات المالية.

ثالثا: أهداف المؤسسة

تحدّف مؤسسة بريد الجزائر إلى:

1. توفير خدمات نوعية لجميع شرائح المجتمع.
2. تحسين العلاقة مع الزبائن من خلال التواصل الفعال.
3. مواكبة التغيرات التكنولوجية في إطار التحول الرقمي.
4. المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال التشغيل والخدمات المالية.
5. ضمان الخدمة العمومية وخاصة في المناطق النائية.

في الختام لا يمكن إنكار الجهود الكبيرة التي تبذلها الدولة الجزائرية في سبيل ترقية البنية التحتية للاتصالات وتعزيز شمولية الخدمات سواء من خلال دعم الهاتف الثابت في المناطق المعزولة أو عبر تحديث شبكة الهاتف النقال وتوسيع استخدامها لتكنولوجيات الجيل الرابع كما أن إنشاء مؤسسات فعالة للإشراف على أنظمة الدفع الإلكتروني كبنك الجزائر وتحمّل النقد الآلي ومؤسسة بريد الجزائر يعكس إرادة حقيقة في مواكبة التحول الرقمي وتحديث النظام المالي

وتجدر الإشارة إلى أن هذه المنظومة المتكاملة من البنية التحتية والهيئات التنظيمية لا تشكل فقط قاعدة صلبة لتعزيز استخدام وسائل الدفع الحديثة بل تفتح أيضاً آفاقاً واسعة لتطوير التجارة الإلكترونية وتحقيق نمو اقتصادي أكثر شمولاً وشفافية يتماشى مع التوجهات العالمية نحو اقتصاد رقمي مستدام

المطلب الرابع : أنواع وسائل الدفع الإلكتروني المتاحة في الجزائر

الفرع الأول : البطاقة الذهبية

البطاقة الذهبية هي بطاقة دفع إلكترونية تمنحها مؤسسة بريد الجزائر للزبائن الذين يملكون حسابات بريدية جارية، بعد تقديم طلب، وتنُفع باستلام الرمز السري داخل ظرف مؤمن. تُستعمل في إجراء مختلف أنواع العمليات المالية عبر الشبائك الآلية، أجهزة الدفع

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

وتطبيقات إلكترونية مثل "بريدي موب".¹

شكل رقم : البطاقة الذهبية لبريد الجزائر



المصدر: [/https://www.poste.dz](https://www.poste.dz)

مميزات البطاقة الذهبية

1. السحب والدفع الإلكتروني عبر الموزعات ونقاط البيع:

2. خدمة الدفع عن بعد عبر الهاتف النقال "بريدي باي".:

3. خدمة السحب بدون بطاقة:

4. الأمان وسهولة التفعيل:

5. التكامل مع شبكة الموزعات الآلية للبنوك:

6. المساهمة في تقليل التعامل النقدي

الفرع الثاني: البطاقة البنكية (بطاقة الدفع ما بين البنوك - CIB)

بطاقة CIB هي بطاقة خصم فوري تُصدرها البنوك الجزائرية، مرتبطة بحساب بنكي، وتُستخدم للسحب والدفع عبر أجهزة الصرف الآلي ونقاط البيع، بالإضافة إلى الدفع عبر الإنترنت.²

شكل رقم : البطاقة البنكية



المصدر: <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/nos->

¹ دعيوز سعاد، دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة، مجلة الحديث للدراسات المالية والاقتصادية، العدد 6، 2021، ص.

55

² بنك التنمية المحلية عبر موقعه الرسمي <https://www.bdl.dz/carte-cib> على الساعة 22:00 19/04/2025

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

المصادر:

- السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي (GAB) للبنوك وبريد الجزائر.
- الدفع عبر نقاط البيع (TPE) والتسوق عبر الإنترنت.
- التحقق من الرصيد عبر أجهزة الصراف الآلي.
- بطاقات CIB ليست بطاقة ائتمان، بل بطاقة خصم فوري تعتمد على رصيد الحساب.

الفرع الثالث: الدفع عبر نقاط البيع(TPE)

الدفع عبر أجهزة نقاط البيع TPE هو وسيلة إلكترونية تمكن الزبائن من إجراء عمليات الشراء باستخدام بطاقات الدفع CIB (أو عبر أجهزة إلكترونية مخصصة لهذا الغرض متصلة مباشرة بالبنك أو بريد الجزائر، Edahabia)،

حيث يتم اقتطاع المبلغ مباشرة من حساب الزبون بعد إدخال رقم التعريف السري (PIN).

ويُعرف أيضًا بجهاز الدفع الإلكتروني أو محطة الدفع الإلكترونية، هو جهاز إلكتروني يستخدم في المتاجر والمؤسسات التجارية لتسهيل عمليات الدفع غير النقدية. يسمح هذا الجهاز للعملاء بدفع قيمة مشترياتهم أو الخدمات التي يحصلون عليها باستخدام بطاقات الدفع المختلفة (بطاقات الائتمان، بطاقة الخصم، بطاقات مسبقة الدفع) أو غيرها من وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة مثل الدفع عبر

أ. شكل رقم : قارء بطاقة الدفع TPE



المصدر: <https://www.poste.dz/>

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

TPE: خصائص الدفع عبر¹

• أمان عالي بفضل الشريحة الذكية والرمز السري.

• إجراء فوري للمعاملة وتوليد وصل إلكتروني.

• سهولة الاستعمال عند الشراء من المحلات، الصيدليات، محطات البنزين، إلخ.

• متاح للبطاقات البنكية (CIB) والبطاقة الذهبية (Edahabia).

• يساهم في تقليل استخدام السيولة النقدية وتحسين الشفافية المالية.

المطلب الثاني: تطور نشاط الدفع الإلكتروني في الجزائر شهد قطاع الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال السنوات الأخيرة تطويراً ملحوظاً، سواء من حيث عدد العمليات أو تنوع الوسائل المستخدمة. ويمكن تحليل هذا التطور من خلال المحاور التالية:

الفرع الأول : تطور عدد بطاقات الدفع

جدول رقم : تطور عدد بطاقات الدفع من 2023-2025

البطاقة الذهبية	البطاقة البنكية		
عدد البطاقات الذهبية	عدد البطاقات للأعمال	عدد البطاقات للخصوص	السنة
12 487 304	187 984	3 834 219	2023
15 605 882	217 784	4 021 237	2024

عدد البطاقات الذهبية	عدد البطاقات للأعمال	عدد البطاقات للخصوص	2025
15 756 333	220 456	4 050 067	جانفي
15 893 552	225 381	4 065 951	فيبروي
16 034 753	231 998	4 092 597	مارس

من اعداد الطالب : بالاعتماد على موقع جمع النقدي [/https://giemonetique.dz/ar/cartes](https://giemonetique.dz/ar/cartes)

نلاحظ من الجدول أنّ عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة في الجزائر سجل نمواً مستمراً بين 2023 ومارس 2025، حيث ارتفع عدد البطاقات البنكية للخصوص من 3.8 مليون إلى أكثر من 4.09 مليون، كما شهدت بطاقات الأعمال زيادة طفيفة من 0.18 إلى

¹ <https://www.poste.dz/page/servicetpe>

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

0.23 مليون، في حين سجلت البطاقة الذهبية تطوراً لافتاً من 16 مليون إلى 12.4 مليون بطاقه، ما يعكس الإقبال الكبير على خدمات بريد الجزائر مقارنة بالقطاع البنكي، خصوصاً في أوساط الأفراد

الفرع الثاني: تطور الدفع عبر الإنترن特 باستخدام البطاقة البنكية CIB

أولاً: تطور عدد محطات الدفع الإلكتروني (TPE)

شهدت الجزائر نمواً ملحوظاً في عدد محطات الدفع الإلكتروني العالمية (TPE) بين عامي 2016 ومارس 2025، إذ ارتفع العدد من 5,049 محطة فقط في 2016 إلى أكثر من 75,500 محطة بحلول مارس 2025. هذا التطور يعكس توسيع البنية التحتية الرقمية الموجهة لتعزيز الدفع غير النقدي، ويُظهر إرادة واضحة من الجهات المعنية لنشر هذه الوسيلة على نطاق واسع، سواء على مستوى المؤسسات التجارية أو الإدارية.

جدول رقم 10 : تطور عدد محطات الدفع الإلكتروني العالمية

السنة	العدد الإجمالي لمحطات الدفع الإلكتروني العالمية
2016	5 049
2017	11 985
2018	15 397
2019	23 762
2020	33 945
2021	37 561
2022	46 263
2023	53 191
2024	68 140
إلى مارس 2025	75 551

من اعداد الطالب : بالاعتماد على موقع تجمع النقد الالي

[/https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe](https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe)

يشير التسارع في نشر المحطات بين 2020 و2025 إلى دفع قوي من سياسات الدولة نحو رقمنة المعاملات المالية، بالتوازي مع تحسن نسب التبني المجتمعي، إذ انتقل عدد المحطات من 33,945 في 2020 إلى 75,551 في الربع الأول من 2025، أي بنسبة نمو %120

ثانياً: تطور معاملات الدفع الإلكتروني 2016 باستعمال بطاقات الدفع الى الثاني الأول من 2025

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

ارتفاع عدد المعاملات بشكل متتسارع، حيث انتقل من 65,501 معاملة فقط سنة 2016 إلى ما يقارب 5.6 مليون معاملة في سنة 2024، ما يمثل زيادة بأكثر من 8400% خلال ثماني سنوات.

كما سُجّل الثلاثي الأول من سنة 2025 (جانفي إلى مارس) لوحده 2.07 مليون معاملة، مما ينبيء بإمكانية تجاوز سقف 8 ملايين معاملة مع نهاية العام إذا استمر هذا النسق التصاعدي -الجدول التالي بين تطور معاملات الدفع الإلكتروني

جدول رقم 11: تطور معاملات الدفع الإلكتروني 2016 إلى الثلاثي الأول من 2025

السنة	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع (دج)
2016	65 501	444 508 902,40
2017	122 694	861 775 368,90
2018	190 898	1 335 334 130,76
2019	274 624	1 916 994 721,11
2020	711 777	4 733 820 043,01
2021	2 150 529	15 113 249 499,92
2022	2 712 848	19 343 056 538,17
2023	3 997 165	31 518 739 249,37
2024	5 579 708	44 563 958 073,88

السنة	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع (دج)
جانفي	605 413	5 289 183 053,94
فيفري	695 079	6 355 612 812,96
مارس	770 554	6 442 067 378,05

من إعداد الطالب : بالاعتماد على موقع تجمع النقد الالي
[/https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe](https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe)

الفرع الثالث: نشاط نهائيات الدفع الإلكتروني(TPE)

تمثل نهائيات الدفع الإلكتروني أحد الوسائل الحديثة التي تُسهم في تقليص التعامل النقدي داخل المحلات التجارية والخدماتية. وقد شهدت هذه الأجهزة تطويراً تدريجياً، حيث ارتفع من 5,049 جهازاً في عام 2016 إلى أكثر من 75 ألف جهاز في الربع الأول من 2025. أما عدد المعاملات المنجزة عبر هذه الأجهزة فقد عرف بدوره نمواً كبيراً، منتقلًا من 65 ألف معاملة في 2016 إلى أكثر من 6.7 مليون معاملة في 2024. الجدول التالي بين تطور نشاط الدفع من 2016 إلى غاية السادس الأول من عام 2025

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

جدول رقم : نشاط تهابيات الدفع الإلكتروني(TPE)

السنة	العدد الاجمالي للمعاملات	المبلغ الاجمالي (dj)
2016	7 366	15 009 842,02
2017	107 844	267 993 423,40
2018	176 982	332 592 583,28
2019	202 480	503 870 361,61
2020	4 593 960	5 423 727 074,80
2021	7 821 346	11 176 475 535,68
2022	9 048 125	18 151 104 423,96
2023	15 351 354	32 196 672 024,03
2024	19 594 482	51 945 560 351,45

من اعداد الطالب : بالاعتماد على موقع تجمع النقد الالي

[/https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet](https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet)

هذا النمو المتتسارع يعكس زيادة الوعي بأهمية اعتماد الدفع الإلكتروني لدى المتعاملين والتجار كما يشير التطور إلى تحسن الإطار التنظيمي وتشجيع السلطات على رقمنة المعاملات ورغم ذلك، يبقى المعدل العام لعدد المعاملات لكل جهاز متخفضاً نسبياً مقارنة بالمعايير العالمية(كما رأينا سابقاً في التجربة المصرية او السعودية)، ما يدل على ضعف استغلال هذه الأجهزة في بعض المناطق أو من قبل بعض الفئات التجارية.

جدول رقم 13: تطور استعمال الدفع الإلكتروني حسب نوع النشاط الاقتصادي

السنة	هاتف / اتصالات	نقل	تأمين	مصدر فاتورات	خدمة ادارية	خدمات	بيع ممتلكات	رياضة وترفيه
2016	6 536	388	51	391	0	0	0	0
2017	87 286	5 677	2 467	12 414	0	0	0	0
2018	138 495	871	6 439	29 722	1 455	0	0	0
2019	141 552	6 292	8 342	38 806	2 432	5 056	0	0
2020	4 210 284	11 350	4 845	85 676	68 395	213 175	235	0
2021	6 993 135	72 164	8 372	120 841	155 640	457 726	13 468	0
2022	7 490 626	195 490	23 571	302 273	153 957	705 114	24 169	152 925
2023	8 400 869	371 317	36 996	640 485	4 086 659	1 055 672	51 154	708 212
2024	9 838 682	758 764	61 739	1 447 168	5 248 922	1 386 790	106 219	746 198

من اعداد الطالب : بالاعتماد على موقع تجمع النقد الالي

[/https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet](https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet)

حيث نلاحظ في كل سنة دخول نشاط اقتصادي جديد للتعامل بتقنيات التكنولوجيا المالية في 2020 وبسبب جائحة كورونا بدأنا نلاحظ تسجيل اول الاعمال التجارية المنفذة عن طريق الدفع الإلكتروني،

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

الفرع الرابع: احصائيات الدفع عبر الهاتف النقال

يُعد الدفع عبر الهاتف النقال من أبرز أشكال التطور في منظومة الخدمات المالية الرقمية، حيث بات يُمثل وسيلة مرنّة وعملية لإيجاز عمليات الدفع والتحويل بين الأفراد. وقد بدأت المؤشرات الإحصائية لهذا النوع من العمليات في الظهور بشكل جلي منذ عام 2022، مع تسجيل ما يزيد عن 2 مليون عملية دفع و 765 ألف عملية تحويل خلال شهر نوفمبر فقط.

وفي عام 2023، بلغت معاملات الدفع عبر الهاتف أزيد من 39 مليون معاملة، في حين وصلت عمليات التحويل إلى ما يفوق 17 مليون معاملة، مع مبالغ مالية تقدّر بعشرات المليارات من الدينارات الجزائرية. وتشير بيانات عام 2024 إلى تضاعف هذه الأرقام، مما يعكس الإقبال المتزايد من قبل المواطنين على هذه التقنية، خاصة في ظل ارتفاع معدل استخدام الهواتف الذكية وتغطية الإنترنت.

ويلاحظ خلال الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2025 أن المعاملات ما تزال تعرف وتيرة متضاعفة، ما يدل على رسوخ هذه الوسيلة كجزء من العادات المالية للمواطنين، فضلاً عن تزايد الثقة في الأنظمة الرقمية الجديدة المعتمدة في المعاملات اليومية.

جدول رقم 14: تطور عدد المعاملات والتحويلات المالية عبر الهاتف

السنة 2022	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع (دج)	العدد الإجمالي لمعاملات التحويل	المبلغ الإجمالي لمعاملات التحويل (دج)
نوفمبر	2 019 180	1 462 237 873,38	765 550	9 388 682 740,95
ديسمبر	2 165 941	1 491 356 478,36	813 291	10 381 124 624,28
السنة 2023	39 283 478	27 855 521 037,78	17 841 108	241 073 627 614,25
2024	58 465 858	43 590 424 114,00	36 236 137	503 679 854 885,90
السنة 2025	6 369 702	5 276 273 518,35	3 611 466	48 176 893 347,56
جانفي	4 870 175	3 725 956 918,73	3 577 113	49 601 476 544,81
مارس	5 592 044	4 510 264 753,45	3 585 389	50 356 626 040,92

المصدر : <https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-par-mobile>

الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر

خلاصة البحث :

بفضل تضافر جهود كل من مؤسسة بريد الجزائر، وبنك الجزائر، وجمع النقد الآلي، تم تحقيق مكاسب ملموسة في مجال ترقية الدفع الإلكتروني وتعزيز الشمول المالي، من خلال تنسيق السياسات وتكامل المنصات وتوسيع نطاق الخدمات الرقمية لفائدة المواطنين.

ورغم أهمية هذه الإنجازات، إلا أن الطموح لا يزال يتجاوز ما تحقق، إذ إن التحدي الأكبر يكمن في توسيع قاعدة الاستخدام الفعلي لوسائل الدفع الإلكتروني، وتكرис الثقافة الرقمية لدى مختلف شرائح المجتمع، مع ضمان موثوقية واستمرارية الخدمات. فبفضل ما تتوفره البلاد اليوم من بنية تحتية واعدة، وتوجه سياسي داعم، وآليات تنفيذ متعددة الأطراف، يبدو الطريق مهدأً نحو بناء اقتصاد رقمي متكامل يسهم في تعزيز الشفافية، وتحفيض الاعتماد على النقد، وتحقيق التنمية المستدامة المنشودة.

الفصل الثالث

الدراسة التطبيقية وتحليل نتائج

استبيان الخدمات المالية الرقمية

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية وتحليل نتائج استبيان الخدمات المالية الرقمية

مقدمة الفصل:

أصبح من الواضح أن الخدمات المالية الرقمية قد فرضت نفسها كجزء أساسي في حياة الجميع سواء كانوا مستهلكين منتجين أو مقدمي خدمات هذا التحول الرقمي لم يعد مجرد خيار بل ضرورة حتمية للتكييف مع العصر الحديث وذلك من خلال تطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز الشبكات المصرفية والمنصات الإلكترونية والجهود المبذولة لتوفير بيئة رقمية آمنة ومتقدمة تدعم هذا التحول وبناء على ما تقدم يأتي هذا الفصل لتقديم الدراسة الميدانية التي أجريت باستخدام استبيان إلكتروني وزّع على أفراد من مختلف الفئات الاجتماعية والاقتصادية بهدف قياس تصوراتهم وتقييمهم لتأثير الخدمات المالية الرقمية على تعزيز التجارة وقد تم تصميم الاستبيان بالاعتماد على مقياس "ليكرت" الخمسي الذي يتيح للمشاركين التعبير عن آرائهم بدرجات متفاوتة من الاتفاق أو الرفض مما يساعد على جمع بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي الدقيق كما سنقوم بتحليل بيانات العينة المستجيبة وقراءة المؤشرات المستخلصة من تفاعلهم مع الخدمات الرقمية وذلك بهدف استنتاج مدى مساهمة هذه الخدمات في دعم وتوسيع النشاط التجاري في البيئة الجزائرية

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة

في هذا المبحث سيتم استعراض المنهجية التي تم اتباعها في الدراسة الميدانية بهدف فهم وتحليل واقع استخدام الخدمات المالية الرقمية في الجزائر سيتم تناول مختلف جوانب الدراسة بدءاً من تحديد المجتمع والعينة المستهدفة مروراً بطبيعة البيانات التي تم جمعها وصولاً إلى أداة البحث المعتمدة والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج

المطلب الأول: منهج وأداة الدراسة:

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة باعتباره الأكثر ملاءمة لدراسة الظواهر الاجتماعية والاقتصادية المعاصرة مثل الخدمات المالية الرقمية وتحليل تأثيراتها على النشاط التجاري يهدف هذا المنهج إلى تقديم وصف دقيق لواقع استخدام هذه الخدمات ودراسة تأثيراتها على سلوك المستهلكين المنتجين وأصحاب المشاريع التجارية في الجزائر

ولتسهيل جمع البيانات تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية في الدراسة تم تصميم الاستبيان وفقاً لنموذج ليكرت الذي يسمح بتقدير درجة توافق المشاركين مع مجموعة من العبارات المتعلقة باستخدام الخدمات المالية الرقمية يتضمن الاستبيان أسئلة تهدف إلى قياس مدى قبول الأفراد لهذه الخدمات بالإضافة إلى تحليل تأثيراتها على قراراتهم التجارية والمالية

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع الدراسة

بالنظر إلى أن موضوع الدراسة يتمحور حول استخدام الخدمات المالية الرقمية فإن مجتمع الدراسة يشمل كافة الأفراد الذين يتعاملون مع هذه الخدمات في معيشتهم التجارية سواء كانوا مستهلكين تجارة أصحاب مشاريع أو أفراداً يستخدمونها بشكل غير منتظم وقد شمل في هذا المجتمع كل من له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بهذه الخدمات دون الاقتصار على فئة مهنية أو اجتماعية معينة بهدف ضمان تنوع النتائج وشموليتها

ثانياً: العينة

تم اعتماد عينة غير احتمالية باستخدام أسلوب التوزيع المفتوح عبر الإنترنت من خلال نشر رابط الاستبيان الإلكتروني المعد عبر Google Forms على مختلف منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام وذلك خلال شهر أفريل 2025 وقد كانت المشاركة طوعية ومفتوحة دون تحديد مسبق لخصائص العينة من حيث الجنس أو الوضع المهني بما يسمح بجمع تصورات وتجارب متنوعة من مختلف فئات المجتمع حول أثر الخدمات المالية الرقمية على النشاط التجاري

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

وقد استمر استقبال الردود حتى الأسبوع الأول من شهر ماي 2025 ثم خضعت جميع الإجابات لعملية تصفية حيث تم اعتماد الردود الكاملة فقط والتي تستوفي معايير الدراسة من أجل تحليلها باستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة

الفرع الثاني: مجالات الدراسة

➢ **المجال البشري :** مثل عينة من المستخدمين الفعليين للخدمات المالية الرقمية في الجزائر

➢ **المجال المكاني:** تم توزيع الاستبيان الكترونيا عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك واتساب تيليغرام) بهدف الوصول إلى مشاركين من مختلف ولايات الوطن

➢ **المجال الزمني :** أُنجزت هذه الدراسة خلال شهر اغسطس 2025 وبدايات شهر ماي

المطلب الثاني: أداة الدراسة وتصميم الاستبيان

الفرع الأول: وصف أداة الدراسة

تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات الأولية نظراً لقدره على تعطية شريحة واسعة من المستجيبين بكفاءة وبتكلفة منخفضة وقد تم بناء الاستبيان بما يتناسب مع أهداف الدراسة وتتضمن جزئين رئيسيين:

1- معلومات عامة حول المشاركين

2- فقرات قياسية تقيس أبعاد كل من المتغير المستقل (الخدمات المالية الرقمية) والمتغير التابع (نمو التجارة) باستخدام مقاييس ليكرت الخمسية الذي يتراوح بين: لا أتفق بشدة (1) إلى أتفق بشدة (5)

الفرع الثاني: أبعاد المتغيرات

وقد تم بناء هذه الأبعاد وفق الربط النظري والتحليل الميداني بين كل بعد من المتغير المستقل ونظيره من المتغير التابع كما هو موضح في في الجدول التالي:

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

جدول رقم 15 : ابعاد ومحاور الدراسة

البعد الاول: تزايد استعمال وسائل الخدمات المالية الرقمية في عمليات الشراء	y1	البعد الاول : سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية	X1
أشعر بالراحة عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مما يدفعني لزيادة إنفاقي سهله دون تعقيدا	y11	الحصول على البطاقة الذهبية او بريدي موب لم يتطلب مني سو اجراءات	x11
أعتقد أن المتاجر التي توفر الدفع الإلكتروني تهم بخدمة عملائها وراحتهم الدفع يتم بسهولة بالغة	y12	أجد أن استخدامي للبطاقة الذهبية أو تطبيق بريدي موب في عمليات	x12
تبسيط عملية الدفع يساهم في تعزيز ولائي كعميل للمتاجر التي أتعامل معها .	y13	إجراءات الدفع الإلكتروني (الشراء أو التحويل) واضحة وسهلة الفهم بالنسبة لي	x13
البعد الثاني : الثقة والأمان في استخدام الخدمات المالية الرقمية	y2	البعد الثاني : الثقة والأمان في استخدام الخدمات المالية الرقمية	X2
الدفع الإلكتروني يسهل على تكرار الشراء بدون تردد	y21	أشعر بالأمان عند إدخال بيانتي المالي في تطبيقات الخدمات المالية الرقمية	x21
أشعر أن توفر خيارات الدفع الإلكتروني يزيد من احتمالية شرائي للم المنتجات عبر الإنترنـت	y22	لدى ثقة كبيرة المؤسسة التي تشغـل انظمة الخدمات المالية الرقمية (بريد الجزائر أو البنـك) بأنـها تحـمي بيانـاتي وتدـير المعاملـات بأمانـ.	x22
وجود وسيلة دفع إلكتروني يشجعني على اقتناء منتجات لم أكن أخطط لشرائـها مسبـقاً.	y23	أفضل استخدام الوسائل الحديثة للخدمـات المالية الرقمـية لأنـها أكثر أمانـاً من حـمل النقـود .	x23
البعد الثالث: الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق	Y3	البعد الثالث: التـوفـر والانتـشار توفر وانتـشار الخـدمـات المـالـية الرـقمـية الحـديثـة	X3
أشعر أن وسائل الدفع الإلكتروني ساعدت المتاجر على استقطاب عـملـاء من مناطـق مختلفـة.	y31	ألاحظ أنـ أغلـب الحالـات أو المـوقـعـات الإـلكـتروـنية التي أتعـامل معـها تـقـبـل التعـامل بالـخدـمـات الرـقمـية المـالـية	x31
أرى أنـ الدفع الإلكتروني جـعلـ من المـمـكـن التـسوـق من متـاجـر خـارـج مدـيـنيـي بـسـهـولةـ.	y32	استـخدـامـ الخـدمـات المـالـية الرـقمـية (الـدفع الإـلكـتروـني) لا يـقـصـر فـقـطـ على المـدن الكـبـرـى بلـ أـصـبـحـ متـاحـاـ في منـاطـق متـعدـدةـ.	x32
لـاحـظـتـ أنـ المتـاجـرـ التي تعـتمـدـ علىـ الدـفـعـ الإـلكـتروـنيـ تـجـذـبـ فـئـاتـ عمرـيـةـ متـوـدةـ،ـ خـصـوصـاـ الشـبابـ	y33	أـرـىـ أنـ تـحسـينـ الـبنـيةـ التـحتـيةـ (الـإنـتـرنـيـتـ وـالـتـغـطـيـةـ الـهـاتـفـيـةـ)ـ سـاعـدـ فيـ اـنتـشارـ الخـدمـات المـالـية الرـقمـيةـ فيـ منـاطـقـ.	Y33
الـبعدـ الرابعـ: تعـزيـزـ الصـورـةـ الـذهـنـيـةـ لـالمـؤـسـسـةـ التـجـارـيـةـ منـ وجـهـةـ نـظرـ نـظـرـ المـسـتـهـلـكـ".ـ	Y4	الـبعدـ الرابعـ: كـفـاءـةـ وـسـرـعةـ الأـدـاءـ لـالـخـدمـات المـالـية الرـقمـيةـ	X4
لـاحـظـتـ أنـ عمـلـيـةـ الشـراءـ تـصـبـحـ أـسـعـ عندـ استـخدـامـ الدـفـعـ الإـلكـتروـنيــ	y41	الـعـامـلـاتـ الـتـيـ أـفـوـمـ بـاـهـ الدـفـعـ الإـلكـتروـنيـ تـشـعـرـ بـسـرـعةـ وـبـلـونـ تـأخـيرـ .ـ	x41
تـوفـرـ الدـفـعـ الإـلكـتروـنيـ يـعـكـسـ اـحـترـافـيـةـ الـمـتـجـرــ.	y42	تـعـملـ الـبـطاـقـةـ الـذـهـبـيـةـ وـتـطـبـيقـ بـرـيـديـ مـوبـ بـكـفـاءـةـ عـالـيـةـ أـثـنـاءـ عـمـلـيـةـ الدـفـعــ وـبـلـونـ مشـاكـلـ تقـنـيـةــ.	x42
عـندـمـاـ أـجـدـ مـتـجـرـاـ يـوـفـرـ الدـفـعـ الإـلكـتروـنيـ،ـ أـرـاهـ حـدـيـثـاـ وـمـتـطـورـاــ.	yx43	أـجـدـ أـنـ الخـدمـاتـ المـالـيةـ الرـقمـيةـ تـمـ بـدـقـةـ عـالـيـةـ وـدـونـ أـخـطـاءــ.	x43

المصدر : من اعداد الطالب

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

المتغير المستقل: الخدمات المالية الرقمية وعيلها أربعة أبعاد و المتغير التابع: نفو التجارة ويمثلها أربعة أبعاد مقابلة:

الفرع الثالث: اختبار الصدق والثبات

أولاً : اختبار الصدق التميزي

لضمان مصداقية أداة القياس قمنا باختبار الصدق التميزي باستخدام طريقة الجموعات المتطرفة (Extreme Groups) اخترنا جموعتين من العينة الجموعة الأولى تضم الأفراد الحاصلين على أعلى القيم في القياس، والجموعة الثانية تضم الأفراد ذوي القيم الدنيا، وذلك بهدف التتحقق من الصدق التميزي للمقياس. باستخدام برنامج SPSS ، أجرينا اختبار (t) لعينتين مستقلتين لمقارنة متوسط درجات الجموعتين وقد أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجموعتين عند مستوى دلالة (Sig. = 0.000)، حيث بلغ متوسط المجموعة العليا (106.69) مقابل (78.52) للمجموعة الدنيا وهذا وبفارق متوسط قدره (28.17) حيث تعكس هذه النتائج قدرة المقياس على التمييز بوضوح بين الأفراد ذوي الخصائص المرتفعة والمنخفضة في المتغير محل القياس وهذا يدل على تمنعه بدرجة جيدة من الصدق التميزي

T-Test

جدول رقم 16 : نتائج اختبار الصدق التميزي

Group Statistics				
المجموعات	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الدرجات المطلوبة	29	106.6897	5.84382	1.08517
الدرجات الدنيا	29	78.5172	7.82679	1.45340

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
الدرجات المطلوبة	Equal variances assumed	.308	.581	15.532	56	.000	28.17241	1.81382	24.53889	31.80594
الدرجات المطلوبة	Equal variances not assumed			15.532	51.817	.000	28.17241	1.81382	24.53240	31.81243

من اعداد الطالب بالاستعانة ببرنامج spss 25

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

ثانياً : اختبار الثبات والاتساق

يُعد معامل ألفا كرونباخ مقياساً إحصائياً شائعاً يستخدم لتقدير ثبات الاتساق الداخلي لأدوات القياس مثل الاستبيانات والاختبارات. يعتمد هذا المعامل على مجموعة من المعادلات الإحصائية⁸² التي توفر تقديرًا دقيقًا لثبات الأداة، رغم تنوّعها الظاهري. يستخدم بشكل خاص في الاستبيانات التي تقيس جوانب متعددة من نفس المفهوم، ويسهم في تحليل ثبات الاختبارات في مجالات النفسية، التربوية، والاجتماعية. تُعتبر القيم المقبولة لمعامل ألفا كرونباخ عادةً بين 0.7 و 0.9، لكن قد تختلف بناءً على نوع الأداة والبيئة البحثية.

1- اختبار الفا كرونباخ لكل ابعاد الاستبيان : حيث كانت النتيجة المتحصل عليها من برنامج spss كالتالي

جدول رقم 17: نتائج اختبار الفا كرونباخ لجميع الابعاد

Case Processing Summary		
	N	%
Cases	Valid	103
	Excluded ^a	0
	Total	103

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	24

من اعداد الطالب اعتماداً على برنامج spss

حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ 0.891 و هي نتيجة إيجابية جداً تشير إلى قوة ثبات واتساق فقرات الدراسة

⁸² تيغزة، أ.د. احمد. (2017). توجهات حديثة في تقدير صدق وثبات درجات أدوات القياس: تحليل نظري تقويمي وتطبيقي. مجلة العلوم النفسية والتربوية ص 10

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

2- تحليل ثبات الاتساق الداخلي لكل بعد باستخدام معامل ألفا كرونباخ

جدول رقم 18: تحليل ثبات الاتساق الداخلي لكل بعد

<table border="1" data-bbox="269 477 628 650"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.717</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=x11 x12 x13 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.717	3	<table border="1" data-bbox="837 477 1294 650"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.710</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=x21 x22 x23 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.710	3
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.717	3												
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.710	3												
<table border="1" data-bbox="269 823 677 975"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.680</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=x31 x32 x33 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.680	3	<table border="1" data-bbox="837 823 1196 975"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.819</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=x41 x42 x43 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.819	3
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.680	3												
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.819	3												
<table border="1" data-bbox="269 1170 579 1322"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.629</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=y11 y12 y21 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.629	3	<table border="1" data-bbox="837 1170 1163 1322"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.557</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=y21 y22 y23 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.557	3
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.629	3												
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.557	3												
<table border="1" data-bbox="269 1516 595 1668"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.691</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=y31 y32 y33 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.691	3	<table border="1" data-bbox="837 1516 1163 1668"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.781</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">RELIABILITY /VARIABLES=y41 y42 y43 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.</p>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.781	3
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.691	3												
Reliability Statistics													
Cronbach's Alpha	N of Items												
.781	3												

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

من اعداد الطالب بالاعتماد على البرنامج الاحصائي spss 25

النتائج حسب كل بعد:

جدول رقم 19 : تحليل ثبات الاتساق الداخلي لكل الابعاد

البعد	المتغيرات	قيمة ألفا كرونباخ	التقييم
X1: سهولة الاستخدام	x11, x12, x13	0.717	جيد
X2: الأمان والثقة	x21, x22, x23	0.710	جيد
X3: التوفر والانتشار	x31, x32, x33	0.680	مقبول - يحتاج تحسين طفيف
X4: الكفاءة والسرعة	x41, x42, x43	0.819	جيد جداً
البعد	المتغيرات	قيمة ألفا كرونباخ	التقييم
Y1: تزايد الاستعمال	y11, y12, y13	0.629	مقبول - قريب من الحد الأدنى
Y2: غلو المبيعات	y21, y22, y23	0.557	ضعيف
Y3: توسيع السوق	y31, y32, y33	0.691	مقبول
Y4: الصورة الذهنية	y41, y42, y43	0.781	جيد جداً

المصدر : انجاز الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

على العموم حق كل بعد نتائج مقبولة الى جيدة في مدى ثبات الاتساق الداخلي للفقرات ماعدا فقرات البعد y_2

تحليل نتائج الاختبار

قمت بإجراء اختبار الثبات الداخلي لفقرات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ من خلال برنامج SPSS الإحصائي وذلك للتحقق من مدى اتساق العبارات المندرجة تحت كل بعد من أبعاد الدراسة. وقد توصلت إلى أن القيمة العامة لألفا كرونباخ بلغت 0.891 وهي قيمة مرتفعة تشير إلى وجود ثبات داخلي قوي في أداة القياس ككل و عند تحليل الأبعاد بشكل منفصل عبر البرنامج لاحظت أن معظمها حقق نتائج تتراوح بين المقبولة والجيدة جداً حيث تجاوزت قيم ألفا الحد الأدنى المقبول (0.6) مما يعكس درجة

الفصل الثالث :الدراسة التطبيقية

موثوقية مرضية في معظم الأبعاد. في المقابل تبيّن أن بعد نمو المبيعات (Y_2) هو الأضعف من ثبات إذ بلغت قيمة ألفا كرونباخ له 0.557 وهي أقل من الحد الأدنى المقبول مما يشير إلى ضرورة مراجعة فقراته مستقبلاً من حيث الصياغة أو العدد و من جهة أخرى كانت أعلى درجات الثبات من نصيب بعد الكفاءة والسرعة (X_4) والصورة الذهنية(Y_4) حيث تجاوزت قيم ألفا الخاصة بـ X_4 بما يعكس انسجاماً قوياً بين فقراتها.

المطلب الثالث :الدراسة الوصفية لأفراد العينة

بناءً على نتائج الاستبيان ومحرّجات التحليل الإحصائي المتحصل عليها من برنامج spss 25 كانت النتائج الديموغرافية كالتالي

1. الجنس

جدول رقم 20: عدد افراد العينة من حيث الجنس

الجنس	النكرار	النسبة المئوية
أنثى	69	67.0%
ذكر	34	33.0%
الإجمالي	103	100.0%

المصدر: من اعداد الطالب : اعتماداً على برنامج spss

عند مراجعة توزيع المشاركون حسب الجنس لاحظت أن الغالبية العظمى من العينة كانت من الإناث، بنسبة 67%， مقابل 33% من الذكور. هذا قد يعكس اهتماماً أكبر من النساء باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني أو استعداداً أكبر للمشاركة في الاستبيان.

2. الفئة العمرية

جدول رقم 21 : الفئة العمرية

الفئة العمرية	النكرار	النسبة المئوية
من 30 إلى 39 سنة	58	56.3%
من 20 إلى 29 سنة	27	26.2%
أكبر من 40 سنة	18	17.5%

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

100.0%	103	الإجمالي
--------	-----	----------

المصدر: من اعداد الطالب: اعتماداً على برنامج spss

يتبيّن لي أن أكثر من نصف المشاركين تتراوح أعمارهم بين 30 و39 سنة، وهي فئة في ذروة النشاط المهني والاستهلاكي ما يجعلها الأكثر تعرضاً لتجربة واستخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

3. الحالة المهنية

جدول رقم 22: الحالة المهنية

الحالة المهنية	النكرار	النسبة المئوية
موظف	65	63.1%
عاطل عن العمل	21	20.4%
طالب	12	11.7%
تاجر	5	4.9%
الإجمالي	103	100.0%

المصدر: من اعداد الطالب: اعتماداً على برنامج spss

أكثر من 60% من العينة يعملون في وظائف رسمية، وهذا يحكم الحاجة اليومية للمعاملات

4. المستوى الدراسي

جدول رقم 23 : المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	النكرار	النسبة المئوية
جامعي	93	90.3%
مستوى ثانوي	8	7.8%
أفضل عدم الإجابة	1	1.0%

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

1.0%	1	عاطل عن العمل
100.0%	103	الإجمالي

المصدر: من اعداد الطالب : اعتماداً على برنامج spss

لقد لاحظت أن الغالبية العظمى من المشاركون يحملون مؤهلات جامعية، وهذا مؤشر على ارتفاع الوعي المالي والمعنوي لديهم بما يتعلق بالبنكولوجيا المالية.

5. وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة

جدول رقم 24: وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	الوسيلة
41.7%	43	البطاقة الذهبية
41.7%	43	البطاقة الذهبية + بريدي موب
11.7%	12	البطاقة البنكية + الذهبية + بريدي موب
1.9%	2	البطاقة البنكية فقط
100.0%	103	الإجمالي

المصدر: من اعداد الطالب : اعتماداً على برنامج spss

أبرز ما لاحظته هنا أن البطاقة الذهبية، سواء بمفردها أو مقرونة بتطبيق بريدي موب، تشكل الخيار الأكثر شيوعاً . هذا يدل على انتشارها الواسع وسهولة استخدامها بين الجمهور.

6. مدة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

جدول رقم 25: مدة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرار	المدة الزمنية
54.4%	56	أكثر من 3 سنوات

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

22.3%	23	من سنة إلى 3 سنوات
22.3%	23	منذ أقل من سنة
1.0%	1	غير محدد
100.0%	103	الإجمالي

من اعداد الطالب: اعتمادا على برنامج spss

يتضح لي أن أكثر من نصف المشاركين لديهم خبرة طويلة نسبياً (أكثر من ثلاثة سنوات) في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، ما يشير إلى درجة عالية من التبني والاستقرار في استخدام هذه التقنيات.

المبحث الثاني: تحميل وتفسير نتائج الاستبيان

المطلب الأول: تحليل عبارات المhor الأول

يعتمد هذا المطلب على تحليل البيانات التي تم جمعها عبر أداة الاستبيان باستخدام الأساليب الوصفية الإحصائية ويهدف هذا التحليل إلى الوقوف على توجهات أفراد العينة نحو أبعاد الدراسة المختلفة، سواء المتعلقة بمتغيراتها المستقلة (كسهولة الاستخدام، الأمان والثقة، الانتشار والتوفير، الكفاءة والدقة) أو التابعة (كالراحة، الولاء، توائر الشراء، وتوسيع قاعدة الزبائن).

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة ضمن كل بُعد، مما مكّن من تقدير درجة التبني والاستيعاب لهذه الأبعاد من طرف افراد العينة كما تم تحديد ترتيب الفقرات وفقاً لأهمية كل بُعد وهذا يوفر مؤشرات كمية دقيقة حول مستويات التبني والرضا أو التحفظات المرتبطة باستخدام الخدمات المالية الرقمية.

وقد أُنجز هذا التحليل باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الذي مكّن من تقديم نتائج كمية دقيقة تساهم في بناء تفسيرات موضوعية تسند الفرضيات

درجة التبني بما اننا استخدمنا مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة التبني لموضوع دراستنا فإننا نحسب متوسط الدرجة التي حصل عليها كل عنصر ثم يتم تفسيرها وفق الجدول التالي:

جدول رقم 26: القيمة الجدولية لدرجة التبني

درجة التبني	متوسط الاستجابة
تبٍ ضعيف جداً	من 1 إلى أقل من 1.80
تبٍ ضعيف	من 1.80 إلى أقل من 2.60
تبٍ متوسط	من 2.60 إلى أقل من 3.40
تبٍ مرتفع	من 3.40 إلى أقل من 4.20
تبٍ مرتفع جداً	من 4.20 إلى 5.00

المصدر من محمد خير سليم أبو زيد، التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برمجة SPSS الجزيرة، عمان الأردن، 2010، ص 27

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

البعد الأول: سهولة الاستخدام

جدول رقم 27: توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد سهولة الاستخدام

الترتيب	درجة التبني	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق 5 بشدة	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا أوافق 1 بشد	النسبة المئوية و التكرارات		
1	مرتفعة جدا	0.492	4.40	41	62	0	0	0	التكرار	X11	
				39.8%	60.2%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
2	مرتفعة جدا	0.759	4.33	48	45	6	4	0	التكرار	X12	
				45%	%43.7	5.8%	3.9%	0%	النسبة المئوية		
3	مرتفعة	0.813	4.13	34	55	7	7	0	التكرار	X13	
				%33	53.4%	6.8%	6.8%	0%	النسبة المئوية		
		0.688	4.2866	المتوسط الحسابي المرجح							
				الحصول على البطاقة الذهبية أو بريدي موب لم يتطلب مني سوء اجراءات سهله دون تعقيدات							
				أجد أن استخدامي للبطاقة الذهبية أو تطبيق بريدي موب في عمليات الدفع يتم بسهولة بالغة							
				إجراءات الدفع الإلكتروني (كالشراء أو التحويل) واضحة الفهم بالنسبة لي							

من اعداد الطالب: اعتماداً على برنامج spss

يُقيّم أفراد العينة سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي حيث يتراوح المتوسط الحسابي للفقرات بين 4.13 و 4.40، مما يشير إلى درجة تبني مرتفعة بشكل عام خاصة في الفقرتين "يعتبر الحصول على البطاقة الذهبية أو بريدي موب واستخدامهما في عمليات الدفع سهلاً للغاية" (الفقرتان X11 و X12). كما يرون أن إجراءات الدفع الإلكتروني واضحة، وإن كان بدرجة أقل (الفقرة X13)

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

ويتراوح الانحراف المعياري بين 0.492 و 0.813، مما يدل على أن هناك اتفاقاً عاماً، مع تباين أكبر نسبياً في الآراء حول وضوح إجراءات الدفع الإلكترونية

البعد الثاني: الأمان والثقة

جدول رقم 28: توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد الأمان والثقة

من اعداد الطالب: اعتمادا على برنامج spss

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

يقيم أفراد العينة الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي حيث تراوح المتوسط الحسابي للفقرات بين 3.57 و 3.93، وهذا يشير إلى درجة تبني مرتفعة حيث يميل أفراد العينة إلى الشعور بالأمان عند إدخال بياناتهم المالية (X21) ولديهم ثقة في المؤسسات التي تشغله هذه الأنظمة (X22) كما أنهم يفضلون الوسائل الحديثة للدفع باعتبارها أكثر أماناً من حمل النقود (X23). يتراوح الانحراف المعياري بين 0.926 و 0.996، مما يدل على تقارب الآراء نسبياً، مع وجود تباين طفيف.

البعد الثالث: الانتشار والتوفّر

جدول رقم 29: توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد الانتشار والتوفّر

الترتيب	درجة التبني	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدّة	النسبة المئوية و التكرارات	
3	متوسطة	1.194	2.87	9	31	10	44	9	التكرار
				8.7	30.1	9.7	42.7	8.7	النسبة المئوية
2	متوسطة	1.114	3.40	15	44	14	27	3	التكرار
				14.6	42.7	13.6	26.2	2.9	النسبة المئوية
1	مرتفعة	0.792.	4.00	26	57	14	6		التكرار
				25.2	55.3	13.6	5.8		النسبة المئوية
		0769	3.42	المتوسط الحسابي المرجح					
				ألاحظ أن أغلب الحالات أو المواقع الإلكترونية التي أتعامل معها تقبل التعامل بالخدمات الرقمية المالية					
				استخدام الخدمات المالية الرقمية (الدفع الإلكتروني) لا يقتصر فقط على المدن الكبرى بل أصبح متاحاً في مناطق متعددة					
				أرى أن تحسين البنية التحتية (الإنترنت والتغطية الهاتفية) ساعد في انتشار الخدمات المالية الرقمية في منطقتي.					

من اعداد الطالب: اعتماداً على برنامج spss

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

يُقيّم أفراد العينة انتشار وتوفر الخدمات المالية الرقمية بشكل متوسط فقد تراوح المتوسط الحسابي للفقرات بين 2.87 و 4.00 ويدل هذا إلى تباين في الآراء حيث يرى أفراد العينة أن تحسين البنية التحتية ساعد في انتشار الخدمات (X33) وأن الخدمات المالية الرقمية لا تقتصر فقط على المدن الكبرى (X32)

اما الفقرة (X31) ف 42 % من افراد العينة أجابوا ب "لا أوفق" أغلب الحالات تقبل التعامل بالخدمات الرقمية كما ان قيمة الانحراف المعياري تراوحت بين 0.792 و 1.194 مما يدل على تباين أكبر في الآراء مقارنة بالأبعاد الأخرى.

البعد الرابع: الكفاءة والدقة

جدول رقم 30: توزيع استجابات أفراد العينة حول بعد الكفاءة والدقة

الترتيب	درجة التبني	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة 5	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا أوافق بشد 1	النسبة المئوية و التكرارات				
1	مرتفعة	0.953	3.80	22	52	17	10	2	التكرار	x41			
				21.4	50.5	16.5	9.7	1.9	النسبة المئوية				
3	مرتفعة	1.135	3.45	17	43	17	21	5	التكرار	x42			
				16.5	41.7	16.5	20.4	4.9	النسبة المئوية				
2	مرتفعة	1.029	3.63	18	51	14	18	2	التكرار	x43			
				17.5	49.5	13.6	17.5	1.9	النسبة المئوية				
				المتوسط الحسابي المرجح									
المعاملات التي أقوم بها عبر الدفع الإلكتروني تنجذب بسرعة وبدون تأخير.										x41			
تعمل البطاقة الذهبية وتطبيق بريدي موب بكفاءة عالية أثناء عملية الدفع وبدون مشاكل تقنية										x42			
أجد أن الخدمات المالية الرقمية تتم بدقة عالية ودون أخطاء.										x43			

من اعداد الطالب: اعتمادا على برنامج spss

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

يُقيّم أفراد العينة كفاءة ودقة الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي بحيث يتراوح المتوسط الحسابي للفقرات بين 3.45 و 3.80 بمتوسط حسابي قدرة 3.62 مما يشير إلى درجة تبني مرتفعة للفقرات الثلاث حيث يرون أن المعاملات تُنجذب بسرعة (X41)، وأن الخدمات تتم بدقة (X43)، وإن البطاقة الذهبية وتطبيق بريدي موب يعملاً بالكفاءة العالية المطلوبة (X42) كما ان الانحراف المعياري يتراوح بين 0.953 و 1.135 بمتوسط قدرة 1.03 مما يدل على تباين طفيف في الآراء.

المطلب الثاني: تحليل عبارات المخور الثاني

البعد الأول : تزايد استعمال وسائل الخدمات المالية الرقمية في عمليات الشراء

جدول رقم 31: توزيع استجابات أفراد العينة حول بعد

الترتيب	درجة التبني	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة 5	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا بشد 1	النسبة المئوية و التكرارات				
2	مرتفعة	1.109	3.44	19	35	24	22	3	التكرار	y11			
				18.4	34.0	23.3	21.4	2.9	النسبة المئوية				
3	مرتفعة	0.810	4.17	38	50	11	3	1	التكرار	y12			
				36.9	48.5	10.7	2.9	1.0	النسبة المئوية				
1	مرتفعة	1.088	3.95						التكرار	y13			
									النسبة المئوية				
المتوسط الحسابي المرجع													
أشعر بالراحة عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مما يدفعني لزيادة إنفاقي										y11			
أعتقد أن المتاجر التي توفر الدفع الإلكتروني تختتم بخدمة عملائها وراحتهم .										y12			
تبسيط عملية الدفع يساهم في تعزيز ولائي كعميل للمتاجر التي أتعامل معها.										y13			

من اعداد الطالب: اعتماداً على برنامج spss

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

يُقيّم أفراد العينة تأثير الدفع الإلكتروني على الراحة والولاء بشكل إيجابي يقدر المتوسط الحسابي للفقرات بـ 3.85 وهذا يشير إلى درجة تبني مرتفعة، يشعر أفراد العينة بالراحة عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مما قد يدفعهم لزيادة الإنفاق (Y11).

ويعتقدون أن المتاجر التي توفر الدفع الإلكتروني تختتم بعملائها (Y12)، ويرون أن تبسيط عملية الدفع يعزز ولاءهم للمتاجر (Y13) يتراوح الانحراف المعياري بين 0.810 و 1.109، مما يدل على تباين طفيف في الآراء.

البعد الثاني: نمو حجم المبيعات (من منظور المستهلك)

جدول رقم 32 : توزيع استجابات أفراد العينة حول بعد

الترتيب	درجة التبني	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة 5	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا أوافق بشد 1	النسبة المئوية و التكرارات		
2	مرتفعة	1.014	3.83	25	51	15	8	4	التكرار	y21	
				24.3	49.5	14.6	7.8	3.9	النسبة المئوية		
1	مرتفعة	0.940	3.83	24	51	16	11	1	التكرار	y22	
				23.3	49.5	15.5	10.7	1.0	النسبة المئوية		
3	مرتفعة	1.045	3.55	17	46	20	17	3	التكرار	y23	
				16.5	44.7	19.4	16.5	2.9	النسبة المئوية		
				المتوسط الحسابي المرجح							
		0.999	3.73								
				الدفع الإلكتروني يسهل عليّ تكرار الشراء بدون تردد							
				أشعر أن توفير خيارات الدفع الإلكتروني يزيد من احتمالية شرائي للمنتجات عبر الإنترنت							
				وجود وسيلة دفع إلكتروني يشجعني على اقتناء منتجات لم أكن أخطط لشرائها مسبقاً.							

من اعداد الطالب: اعتماداً على برنامج spss

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

يُقيّم أفراد العينة تأثير الدفع الإلكتروني على تسهيل الشراء وزيادة احتمالية الشراء عبر الإنترنت بشكل إيجابي. يقدر المتوسط الحسابي لللقرات بـ 3.73 مما يشير إلى درجة تبني مرتفعة ويرى أفراد العينة أن الدفع الإلكتروني يسهل تكرار الشراء (Y21) ويزيد من احتمالية شراء المنتجات عبر الإنترنت (Y22)، وقد يشجع على شراء منتجات لم تكن مخططاً لها مسبقاً (Y23).

البعد الثالث: الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق

جدول رقم 33 : توزيع استجابات أفراد العينة حول بعد

من اعداد الطالب: اعتمادا على برنامج SPSS

يقيّم أفراد العينة دور الدفع الإلكتروني في استقطاب العملاء وتوسيع نطاق وصول المتاجر بشكل إيجابي. يتراوح المتوسط الحسابي للللفقرات بين 3.95 و 4.25، مما يشير إلى موافقة قوية. يرون أن الدفع الإلكتروني يساعد المتاجر على استقطاب عملاء من مناطق

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

مختلفة (Y31)، ويسهل التسوق من متاجر خارج المدينة (Y32)، ويجذب فئات عمرية متنوعة (Y33). يتراوح الانحراف المعياري بين 0.776 و 0.955، مما يدل على تقارب في الآراء.

البعد الرابع: تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة التجارية من وجهة نظر المستهلك

جدول رقم 34: توزيع استجابات أفراد العينة حول بُعد

الترتيب	درجة التبني	انحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشد	النسبة المئوية و التكرارات				
3	مرتفعة	0.816	4.04	28	58	11	5	1	التكرار	Y41			
				27.2	56.3	10.7	4.9	1	النسبة المئوية				
2	مرتفعة	0.916	4.16	43	41	12	6	1	التكرار	Y42			
				41.7	39.8	11.7	5.8	1	النسبة المئوية				
1	مرتفعة	0.804	4.22	40	52	6	4	1	التكرار	Y43			
				38.8	50.5	5.8	3.9	1	النسبة المئوية				
المتوسط الحسابي المرجح													
الاحظ أن عملية الشراء تصبح أسرع عند استخدام الدفع الإلكتروني										y41			
توفر الدفع الإلكتروني يعكس احترافية المتجر .										y42			
عندما أجد متجرًا يوفر الدفع الإلكتروني، أراه حديثاً ومتطوراً.										y43			

من اعداد الطالب: اعتمادا على برنامج spss

يُقيّم أفراد العينة تأثير الدفع الإلكتروني على سرعة الشراء واحترافية المتاجر وحداثتها بشكل إيجابي يقدر المتوسط الحسابي للفقرات بين 4.14 مما يشير إلى درجة تبني مرتفعة حيث يرون أن الدفع الإلكتروني يسرع عملية الشراء(Y41) ، ويعكس احترافية المتجر (Y42)، ويظهره كحديث ومتطور .(Y43) وكل هذا يؤثر على السلوك الشرائي للزبائن بأثر إيجابي

يتراوح الانحراف المعياري بين 0.804 و 0.916، مما يدل على تقارب في الآراء

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

خلاصة :

أظهرت النتائج التي توصلت إليها الدراسة الوصفية حول تحليل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك استخدام الخدمات المالية الرقمية وتجربة العملاء:

إدراك إيجابي لأبعاد استخدام الخدمات المالية الرقمية: أظهرت الدراسة أن أفراد العينة لديهم مستوى إدراك إيجابي تجاه مختلف جوانب استخدام الخدمات المالية الرقمية.

ثقة عالية في الخدمات المالية الرقمية: يتمتع أفراد العينة بدرجة عالية من الثقة في أمان وخصوصية وموثوقية الخدمات المالية الرقمية، مما يشير إلى استقرار في هذا الجانب على الرغم من بعض الاختلافات الفردية.

رضا عن الكفاءة والسرعة: يوجد اتفاق عام بين أفراد العينة على أن الخدمات المالية الرقمية توفر كفاءة وسرعة في إنجاز المعاملات المالية، وهو ما يعكس رضاهما عن هذه الميزة.

توفر وسهولة الوصول مع تباين نسي: يرى أفراد العينة أن الخدمات الرقمية متوفرة بشكل مناسب وسهلة الوصول إليها، ولكن الانحرافات المعيارية تشير إلى وجود تباين نسي قد يكون مرتبطاً بالاختلافات الجغرافية أو البنية التحتية الرقمية المتاحة.

تقييم متوسط إلى مرتفع لتجربة العميل: جاء تقييم تجربة العميل مستوى متوسط إلى مرتفع، مما يدل على أن استخدام الخدمات الرقمية يساهم في تحقيق مستوى مرض لأفراد العينة مع وجود بعض الفروقات الفردية في التقييم.

بشكل عام، تشير نتائج الدراسة إلى نظرة إيجابية وثقة ورضا لدى أفراد العينة تجاه استخدام الخدمات المالية الرقمية، مع الإشارة إلى بعض الجوانب التي قد تحتاج إلى مزيد من الدراسة أو الاهتمام مثل التفاوت في سهولة الوصول.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

المطلب الثالث : اختبار الفرضيات

الفرع الأول : اختبار الفرضية الأولى

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية وتزايد استعمالها في عمليات الشراء

► H1 يؤثر سهولة استخدام وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على زيادة استعمالها ومنافسة الوسائل التقليدية

► H0 لا يؤثر سهولة استخدام وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على زيادة استعمالها ومنافسة الوسائل التقليدية

أولاً: الانحدار خطى البسيط بين x_1 و y_1

جدول رقم 35 : تحليل الانحدار خطى البسيط للمتغيرين x_1 و y_1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Chan ge	df1	df2	Sig. F Change
1	.380 ^a	.144	.136	.69105	.144	17.042	1	101	.000

من اعداد الطالب استناداً على مخرجات برنامج spss

يقدم الجدول نتائج نموذج انحدار خطى بسيط يدرس تأثير "سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية (x_1)" على "تزايد استعمال وسائل الخدمات المالية الرقمية في عمليات الشراء (y_1)."

يظهر معامل الارتباط (R) البالغ 0.380 علاقة إيجابية معتدلة بين سهولة الاستخدام وتزايد الاستعمال .

ويوضح معامل التحديد (R-squared) البالغ 0.144 أن 14.4% من التباين في تزايد استعمال وسائل الخدمات المالية الرقمية في عمليات الشراء يمكن تفسيره بسهولة استخدام هذه الخدمات .

وتشير قيمة مربع R المعدل (Adjusted R-squared) البالغة 0.136 إلى أن النموذج يفسر حوالي 13.6% من التباين بعد الأخذ في الاعتبار عدد المتغيرات

ويقدر الخطأ المعياري للتقدير (Std. Error of the Estimate) بـ 0.69105، مما يعني أن متوسط اخraf القيم المرصودة عن خط الانحدار يبلغ 0.69105 وحدة . وكانت قيمة إحصائية (F Change) البالغة 17.042 ذات دلالة إحصائية عند مستوى (Sig. F Change) 0.000 ،

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

ما يشير إلى أن سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية لها تأثير ذو دلالة إحصائية على تزايد استعمالها في عمليات الشراء ومع ذلك، فإن قوة تأثير سهولة الاستخدام تفسر جزءاً محدوداً فقط من التباين في استعمال الخدمات المالية الرقمية في عمليات الشراء

ثانياً: تحليل اختبار التباين للفرضية الجزئية الأولى

جدول رقم 36: اختبار التباين للفرضية الجزئية 1

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	8.138	1	8.138	17.042
	Residual	48.233	101	.478	
	Total	56.371	102		

من اعداد الطالب استناداً على مخرجات برنامج spss

تحليل العلاقة بين سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية وزيادة استخدامها في عمليات الشراء

الدلالة الإحصائية: يشير مستوى الدلالة الإحصائية البالغ 0.000 (Sig. = 0.000) في جدول تحليل التباين (ANOVA) إلى أن العلاقة الخطية بين x_1 و y_1 ليست نتيجة للصدفة، بل هي علاقة حقيقة وقوية بما يكفي لاعتبارها ذات أهمية في السياق الإحصائي . بعبارة أخرى، هناك احتمال ضئيل جداً بأن تكون النتائج التي تم الحصول عليها قد حدثت إذا لم تكن هناك علاقة فعلية بين المتغيرين .

قوة واتجاه العلاقة : يتم تمثيل قوة واتجاه العلاقة الخطية بمعامل ارتباط بيرسون (R) ، والذي تبلغ قيمته 0.380. تشير هذه القيمة إلى وجود علاقة إيجابية معتدلة بين سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية وزيادة استخدامها في عمليات الشراء . بمعنى أبسط، كلما زادت سهولة استخدام هذه الخدمات، يكون هناك ميل معتدل لزيادة استخدامها في المعاملات الشرائية. ومع ذلك، من المهم التأكيد على أن العلاقة ليست قوية جداً، مما يعني أن هناك عوامل أخرى قد تؤثر على سلوك المستهلكين في استخدام الخدمات المالية الرقمية .

واستناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي ولا سيما دلالة اختبار F التي بلغت (Sig. = 0.000) ومعامل التحديد (R^2) = 0.144، يمكن القول إن الفرضية الصفرية (H_0) التي تنفي وجود تأثير لسهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية على زيادة استخدامها تُرفض إحصائياً عند مستوى دلالة 5%.

وبناءً عليه، نقبل الفرضية البديلة (H_1) التي تنص على وجود تأثير إيجابي دال إحصائياً لسهولة الاستخدام على تزايد استعمال هذه الخدمات في عمليات الشراء.

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

ومع ذلك، ونظرًا لقيمة معامل التحديد المنخفضة نسبيًا، فإن هذا التأثير يظل محدودًا، مما يشير إلى أن سهولة الاستخدام تساهم في تفسير جزء فقط من التباين في سلوك الاستخدام، وأن هناك متغيرات أخرى قد تلعب دورًا في هذا السياق.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الجزئية الثانية

أولاً: تحليل الانحدار الخطي البسيط

جدول رقم 37: اختبار الانحدار الخطي البسيط للمتغيرين x^2 و y^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.474 ^a	.225	.217	.64455	.225	29.328	1	101	.000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

تتناول هذه الفرضية العلاقة بين الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية الحديثة (X^2) من جهة، ونمو حجم المبيعات من منظور المستهلك (Y^2) من جهة أخرى. وتم بناء الفرضيتين الإحصائيتين على النحو التالي:

✓ H_0 : لا يؤثر الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية الحديثة بشكل إيجابي على نمو حجم المبيعات من منظور المستهلك عند مستوى معنوية. ($\alpha = 0.05$)

✓ H_1 : يؤثر الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية الحديثة بشكل إيجابي على نمو حجم المبيعات من منظور المستهلك عند مستوى معنوية. ($\alpha = 0.05$)

وقد تم اختبار هذه العلاقة باستخدام تحليل الانحدار البسيط لتحديد قوة واتجاه العلاقة.

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى أن معامل الارتباط (R) بلغ 0.474، وهو يدل على وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة القوة بين الأمان والثقة في الخدمات الرقمية ونمو حجم المبيعات. كما بلغ معامل التحديد (R^2) ما قيمته 0.225، ما يعني أن 22.5% من التغير في حجم المبيعات يمكن تفسيره من خلال الأمان والثقة في الخدمات الرقمية، في حين أن النسبة المتبقية 77.5% تعود إلى عوامل أخرى غير مدرجة في هذا النموذج.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

أما الخطأ المعياري للتقدير فقد بلغ 0.64455، ويُشير ذلك إلى وجود تباين متوسط في القيم حول خط الانحدار، وهو مقبول بالنظر إلى طبيعة المتغيرات المدروسة.

ثانياً: تحليل اختبار التباين(ANOVA) للفرضية الثانية

جدول رقم 38: اختبار التباين للفرضية الجزئية 2

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	12.184	1	12.184	29.328
	Residual	41.960	101	.415	
	Total	54.145	102		

المصدر: من اعداد الطالب بالأعتماد على مخرجات spss

وفيما يتعلق بنتائج تحليل التباين(ANOVA) ، فقد أظهرت النتائج أن قيمة F بلغت 29.328، وهي قيمة مرتفعة نسبياً، كما بلغ مستوى الدلالة 0.000 (Sig.) ، وهو أقل من 0.05. هذه النتائج تؤكد دلالة النموذج الإحصائي ككل، مما يعني أن المتغير المستقل (X2) له تأثير حقيقي ومعنوي في تفسير التغييرات في المتغير التابع.(Y2)

وبناءً على هذه النتائج، فإن النموذج يُظهر دلالة إحصائية كافية لدعم وجود علاقة ذات أثر إيجابي بين الأمان والثقة في الخدمات المالية الرقمية ونمو حجم المبيعات من منظور المستهلك. وعليه، فإننا:

نرفض الفرضية الصفرية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1)

وبالتالي، تتحقق الفرضية الجزئية الثانية، حيث تبين أن تعزيز الأمان والثقة في التعاملات الرقمية يسهم بشكل فعال في تحفيز المبيعات من وجهة نظر المستهلك.

الفرع الثالث : اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

يتم اختبار الفرضية من خلال تحليلات الانحدار البسيط للعلاقة بين المتغير التابع والمستقل، وذلك من خلال ما يلي:

✓ H0: لا يؤثر توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة بشكل إيجابي على الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق عند

مستوى معنوية. ($\alpha = 0.05$)

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

✓ H1: يؤثر توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة بشكل إيجابي على الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)

أولاً: اختبار الانحدار الخطي البسيط

جدول رقم 39 : اختبار الانحدار الخطي البسيط للمتغيرين x_3 و y_3

Model Summary ^b							
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.168 ^a	.028	.019	.67968	.028	2.933	1

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

تشير نتائج تحليل الانحدار البسيط إلى أن معامل الارتباط بين المتغيرين بلغ 0.168 عند دلالة إحصائية 0.045، وهي أقل من 0.05، ما يشير مبدئياً إلى وجود علاقة طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة والوصول إلى العملاء وتوسيع السوق.

أما بالنسبة لمعامل التحديد R^2 ، فقد بلغ 0.028، مما يدل على أن 2.8% فقط من التغيرات في المتغير التابع) الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق (يمكن تفسيرها من خلال المتغير المستقل توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة . وهي نسبة ضعيفة، مما يشير إلى أن النموذج يفسر جزءاً محدوداً من التغيرات.

وبالنسبة لقيمة الخطأ المعياري للتقدير فقد بلغت 0.67968، وهي تشير إلى حجم الانحراف المعياري عن خط الانحدار، وتعكس محدودية دقة التنبؤ بالنماذج.

أما قيمة F، فقد بلغت 2.933 عند مستوى معنوية 0.090، وهي أكبر من 0.05، مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية للنموذج ككل وعليه، فإن النموذج الإحصائي لا يُظهر دلالة إحصائية كافية لدعم وجود أثر معنوي لتوفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة على الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق، وبالتالي لا يمكن رفض الفرضية الصفرية H_0 ، ونستنتج أنه لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية بين توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة والوصول إلى العملاء وتوسيع السوق عند مستوى معنوية 0.05، مما يعني عدم تحقق الفرضية الفرعية الثالثة.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

ثانياً: تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

جدول رقم 40: اختبار التباين للفرضية الجزئية 3

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1.355	1	1.355	2.933
	Residual	46.658	101	.462	
	Total	48.013	102		

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي ضمن إطار نموذج الانحدار البسيط لاختبار معنوية تأثير توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة على الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق . وقد أسفرت النتائج عن الآتي:

✓ مجموع المربعات بين المجموعات بلغ 1.355 بدرجة حرية 1.

✓ مجموع المربعات داخل المجموعات بلغ 46.658 بدرجة حرية 101.

✓ مجموع المربعات الكلي بلغ 48.013 بدرجة حرية 102.

بلغت قيمة $F = 2.933$ وهي تقدير مدى جودة النموذج في تفسير التغير في المتغير التابع، كما أن قيمة الدلالة الإحصائية المصاحبة لها بلغت 0.090 .

نظرًا لأن قيمة $0.090 > 0.05 = \text{Sig.}$ ، فإن النتيجة لا تدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05، أي أن التباين المفسّر بواسطة المتغير المستقل) توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة (لا يُعد معنويًا بالمقارنة بالتباهي العشوائي.

وبالتالي، فإن نتائج اختبار التباين (ANOVA) تؤكد ما توصل إليه تحليل الانحدار، وهو عدم وجود أثر معنوي عند مستوى $\alpha = 0.05$ ، مما يعزز من صحة الفرضية الصفرية (H_0) ويدحض الفرضية البديلة (H_1)

الفرع الرابع اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

يتم اختبار الفرضية من خلال تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين المتغير المستقل (كفاءة وسرعة الأداء للخدمات المالية الرقمية $x4$) والمتغير التابع (تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة التجارية من وجهة نظر المستهلك $y4$)، وذلك وفق الفرضيتين التاليتين:

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

H0: لا تؤثر كفاءة وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على تصور المستهلك لاحترافية وحداثة المؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$).

H1: تؤثر كفاءة وسائل الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي على تصور المستهلك لاحترافية وحداثة المؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$).

أولاً: تحليل اختبار الانحدار الخطي البسيط

جدول رقم : اختبار الانحدار الخطي البسيط للمتغيرين x^4 و y^4

Model Summary ^b							
Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.350 ^a	.123	.114	.66420	.123	14.111	1

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

تشير نتائج تحليل الانحدار البسيط إلى أن معامل الارتباط (Pearson Correlation) بين المتغيرين بلغ **0.350** عند دالة إحصائية **0.000**، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على وجود علاقة طردية متوسطة القوة ذات دالة إحصائية بين كفاءة وسرعة الخدمات المالية الرقمية وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة في أذهان العملاء. هذا الترابط الإيجابي يعزز الفرضية القائلة بأن جودة الأداء الرقمي تتعكس على انطباع المستهلك حول المؤسسة.

أما بالنسبة لمعامل التحديد (R^2) ، فقد بلغ **0.123**، ما يعني أن **12.3%** فقط من التغيرات في المتغير التابع يمكن تفسيرها من خلال المتغير المستقل. وعلى الرغم من أن هذه النسبة ليست مرتفعة، فإنها تشير إلى أن كفاءة الخدمات المالية الرقمية تساهم بجزء معنير من تصور المستهلك للصورة الذهنية، لكنها ليست العامل الوحيد المؤثر.

وبالنسبة لقيمة الخطأ المعياري للتقدير، فقد بلغت **0.66420**، وهي تشير إلى مدى تباين القيم الفعلية حول خط الانحدار. ويُعتبر هذا المستوى من الخطأ مقبولاً، مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة المتغيرات المدروسة وتأثير العوامل النفسية والإدراكية لدى المستهلكين.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

ثانياً: تحليل اختبار التباين للفرضية الجزئية الرابعة

جدول رقم 42: اختبار التباين للفرضية الجزئية 4

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	6.225	1	6.225	14.111
	Residual	44.558	101	.441	
	Total	50.783	102		

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

أما نتائج تحليل التباين(ANOVA) ، فقد أظهرت أن قيمة F بلغت **14.111** عند مستوى دلالة **0.000**، وهي أقل من 0.05، مما يدل على أن النموذج الإحصائي ككل يتمتع بدلالة معنوية. وبعبارة أخرى، فإن كفاءة وسرعة الأداء الرقمي تعد عاملًا مفسرًا معنوياً لتغييرات الصورة الذهنية للمؤسسة من وجهة نظر العملاء.

أما بالنسبة لتحليل معاملات الانحدار، فقد أظهرت النتائج أن قيمة المعامل غير المعياري (B) للمتغير x_4 بلغت **0.277** عند دلالة إحصائية **0.000**، مما يشير إلى أن كل زيادة بمقدار وحدة واحدة في كفاءة الخدمات المالية الرقمية تقابلها زيادة قدرها 0.277 في تقييم الصورة الذهنية للمؤسسة. كما أن معامل Beta المعياري بلغ **0.350**، ويعزز هذا وجود تأثير متوازن القوة لكنه معنوي إحصائياً.

وعليه، وبالاستناد إلى جميع المؤشرات الإحصائية التي تم تحليلها، يمكن القول إن النموذج الإحصائي يُظهر دلالة كافية لدعم وجود أثر إيجابي وذو دلالة إحصائية بين كفاءة وسرعة الخدمات المالية الرقمية وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة التجارية من وجهة نظر المستهلك. وبناءً على ذلك، يتم رفض الفرضية الصفرية (H_0) ويقبل الفرض البديل(H_1) ، ما يعني أن الفرضية الفرعية الرابعة قد تحققت

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

الفرع الخامس : اختبار الفرضية الرئيسية من خلال الانحدار البسيط وتحليل التباين

تهدف هذه الفرضية إلى التتحقق مما إذا كان استخدام الخدمات المالية الرقمية يسهم بشكل إيجابي في تعزيز التجارة من خلال تحسين تجربة المستهلك وزيادة كفاءة العمليات التجارية. ولتحقيق ذلك، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل X : استخدام الخدمات المالية الرقمية والمتغير التابع تحسين تجربة المستهلك وزيادة كفاءة العمليات التجارية Y .

أولاً : اختبار الانحدار الخطي البسيط

جدول رقم 43 : اختبار الانحدار الخطي البسيط للمتغيرين X و Y

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			df1
					R Square Change	F Change	df1	
1	.543 ^a	.295	.288	.50719	.295	42.196	1	

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

تشير نتائج فحص الانحدار إلى أن معامل التحديد R^2 بلغ 0.295، مما يعني أن 29.5% من التغيرات في المتغير التابع يمكن تفسيرها من خلال المتغير المستقل. وتُعد هذه النسبة دالة نسبياً، حيث تعكس مساهمة معتبرة للخدمات المالية الرقمية في تحسين الأداء التجاري العام، مما يعزز من وجاهة النموذج الإحصائي المستخدم.

أما بالنسبة لقيمة الخطأ المعياري للتقدير فقد بلغت 0.50719، وهو يعكس مستوى مقبولًا من الدقة في التنبؤ، حيث أن تشتت القيم الفعلية حول خط الانحدار ليس مرتفعاً.

ثانياً : تحليل اختبار التباين للفرضية الرئيسية

جدول رقم : اختبار التباين للفرضية الرئيسية

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	10.855	1	10.855	42.196
	Residual	25.982	101	.257	
	Total	36.837	102		

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

وبالانتقال إلى نتائج تحليل التباين (ANOVA) ، فقد أظهرت النتائج أن قيمة F بلغت 42.196 عند دلالة إحصائية 0.000، وهي أقل بكثير من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 ، مما يشير إلى أن النموذج ككل معنوي من الناحية الإحصائية. هذا يدل على أن الفروق المفسّرة في المتغير التابع ليست ناتجة عن الصدفة أو التباين العشوائي ، بل يمكن نسبتها بدرجة موثوقة إلى استخدام الخدمات المالية الرقمية.

وبناءً على هذه النتائج، يُستنتج أن نموذج الانحدار الخطي البسيط يتمتع بدلالة معنوية مقبولة، ويُظهر وجود علاقة ذات مغزى إحصائي بين المتغيرين، مما يعني رفض الفرضية الصفرية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وبذلك، تؤكد النتائج الإحصائية أن استخدام الخدمات المالية الرقمية يسهم بشكل إيجابي وفعال في تعزيز التجارة.

خلاصة الفصل الثالث :

من خلال التحليل الكمي والمعالجة الإحصائية لمخرجات الاستبيان تبيّن أن استخدام الخدمات المالية الرقمية في الجزائر يمثل محورا متزايد الأهمية في المشهد التجاري الوطني حيث أبرزت النتائج إدراكا إيجابيا عاما لدى أفراد العينة تجاه مختلف أبعاد هذه الخدمات

أولاً أظهرت النتائج أن سهولة الاستخدام تعد من أبرز العوامل المؤثرة حيث حاز هذا البعد على أعلى متوسط حسابي بين أبعاد المتغير المستقل مما يدل على أن الإجراءات المرتبطة بالحصول على الوسائل الرقمية مثل البطاقة الذهبية أو تطبيق بريدي موب (واستخدامها تعد بسيطة وغير معقدة في نظر أغلب المستجيبين وقد انعكس ذلك على تزايد استعمال هذه الوسائل في العمليات الشرائية مما يثبت صحة الفرضية الفرعية الأولى بدلالة إحصائية قوية $R^2 = 0.144$ ($Sig = 0.000$)

ثانياً أظهر بعد الثقة والأمان نتائج إيجابية معتبرة كذلك إذ عبر معظم أفراد العينة عن شعورهم بالأمان عند إدخال بياناتهم المالية كما وثقوا في المؤسسات المقدمة للخدمات الرقمية هذا العامل كان له تأثير مباشر ومهما في نمو المبيعات من منظور المستهلك وقد دعمت النتائج الفرضية الثانية بقيمة $R^2 = 0.225$ ما يعكس أهمية الأمان السيبراني والثقة في البنية التحتية الرقمية في تحفيز القرار الشرائي

في المقابل فإن نتائج الفرضية الثالثة المتعلقة بأثر توفر وانتشار الخدمات الرقمية على الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق لم تظهر دلالة إحصائية كافية ($Sig = 0.090$) رغم بعض المؤشرات الإيجابية في التقييمات الوصفية ويجعل أن يكون السبب في ذلك راجعا إلى التفاوت الجغرافي في تغطية الخدمات أو الفجوة الرقمية القائمة بين المناطق الحضرية والريفية

أما فيما يخص البعد الرابع المتعلق بـ كفاءة وسرعة الأداء فقد بيّنت الدراسة أن هذا العامل يلعب دوراً بارزاً في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات التجارية من وجهة نظر الزبائن فقد جاءت المتوسطات الحسابية مرتفعة وتبين من خلال نتائج الانحدار أن العلاقة بين

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية

المتغيرين ذات دلالة إحصائية $R^2 = 0.123$ (Sig = 0000) مما يعكس أن التحول نحو أدوات رقمية أكثر احترافية يعزز من إدراك

المستهلك لجودة المتجر أو المؤسسة

وأخيراً أثبتت اختبار الفرضية الرئيسية أن الخدمات المالية الرقمية تسهم بشكل فعال في تحسين تجربة المستهلك وزيادة كفاءة النشاط التجاري بوجه عام إذ بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.295$ ما يشير إلى أن ما يقارب 30% من التغيير في الأداء التجاري يمكن أن يعزى مباشرة إلى استخدام هذه الأدوات الرقمية مع دلالة إحصائية قوية جداً (Sig = 0000)

يتضح من خلال جمل النتائج أن الخدمات المالية الرقمية لم تعد مجرد بدائل للوسائل التقليدية بل أصبحت عنصراً فعالة يسهم في تشكيل السلوك الاقتصادي للمستهلك الجزائري وتعزيز ممارسات التجارة الإلكترونية ومع ذلك تظل بعض التحديات قائمة خصوصاً ما يتعلق بانتشار هذه الخدمات في مختلف المناطق وضمان الوصول العادل إليها وهو ما يستدعي تدخلات هيكلية ومؤسسية لدعم البنية الرقمية وضمان شموليتها

الخاتمة

الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة يتضح أن الخدمات المالية الرقمية أصبحت من بين المحركات الرئيسية لتعزيز التجارة وتطوير الاقتصاد الرقمي خاصةً في ظل التحول العالمي نحو المعاملات الرقمية والابتعاد عن الوسائل التقليدية. وقد أظهرت التجارب الدولية أن هذه الخدمات لا تسهم فقط في تسريع العمليات التجارية بل تفتح آفاقاً واسعة لتوسيع الأسواق وتحسين تجربة المستهلك مما يعزز النشاط الاقتصادي بشكل عام.

أما في الجزائر وعلى الرغم من وجود جهود متزايدة لاعتماد الحلول المالية الرقمية في العمليات التجارية والخدماتية إلا أن الواقع لا يزال دون المستوى المأمول نظراً لجملة من التحديات البنوية والوظيفية مثل ضعف البنية التحتية الرقمية ومحدودية الوعي الرقمي إضافة إلى مشكلات تتعلق بالثقة والأمان.

وقد سعت هذه الدراسة للإجابة على الإشكالية التالية:

"في ظل الانتشار الواسع للوسائل التكنولوجية ورقمنة كل القطاعات وظهور خدمات مالية رقمية عديدة في الجزائر

✓ كيف كان تأثيرها على المعاملات التجارية والخدماتية في الجزائر؟

✓ وما هي التحديات التي تواجهها؟

✓ وما السبل الكفيلة للوصول إليها إلى الشمول المالي في جانبه المتعلقة بالدفع؟"

وللإجابة عن هذه الإشكالية تم اعتماد منهج يجمع بين الجانب النظري والتحليل الميداني من خلال استبيان موجه إلى عينة من المستهلكين وأصحاب الأعمال بهدف قياس أثر الخدمات المالية الرقمية على السلوك التجاري والعمليات الاقتصادية في البيئة الجزائرية.

أولاً: اختبار صحة الفرضيات

من خلال اختبار الفرضيات المعتمدة توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

• تم قبول الفرضية الأولى حيث تبين أن سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية تؤثر بشكل إيجابي على تزايد استخدامها من قبل المستهلكين مما يدعم منافستها للوسائل التقليدية في العمليات التجارية.

• كما تم إثبات الفرضية الثانية حيث أظهر التحليل أن الثقة والأمان في التعاملات الرقمية يمثلان عاملاً أساسياً في زيادة حجم المبيعات من منظور المستهلك.

- وتم كذلك التحفظ حول الفرضية الثالثة حيث وجد أن توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية لم يكن كافياً للوصول إلى عمالء جدد ويُوسع قاعدة السوق المستهدفة
- كما جاء تقييم تجربة العميل بمستوى متوسط إلى مرتفع، مما يدل على أن استخدام الخدمات الرقمية يساهم في تحقيق مستوى مُرضٍ لأفراد العينة ويؤكد الفرضية الرابعة
- **ثانياً: نتائج الدراسة**
 - تلعب الخدمات المالية الرقمية دوراً متزايداً في دعم التجارة من خلال تقليل التكاليف وتسهيل العمليات وتحسين كفاءة التبادلات.
 - تسهم هذه الخدمات في تحسين تجربة المستهلك من خلال توفير حلول دفع آمنة وسريعة مما يدفع نحو زيادة الطلب وتعزيز الثقة في السوق الرقمية.
 - هناك ارتباط وثيق بين جودة البنية التحتية الرقمية وفعالية هذه الخدمات في التأثير على النشاط التجاري.
 - رغم وجود بعض المبادرات إلا أن اعتماد هذه الخدمات في الجزائر لا يزال محدوداً مقارنة بالدول المتقدمة مما يتطلب تدخلات هيكلية ومؤسساتية عاجلة.

ثالثاً: توصيات الدراسة

بناءً على النتائج المتوصل إليها توصي الدراسة بما يلي:

- ضرورة تبني استراتيجية وطنية شاملة لتطوير الخدمات المالية الرقمية وتعزيز استخدامها في التجارة.
- تحسين البيئة التنظيمية والتشريعية بما يدعم الثقة والأمان في التعاملات الرقمية.
- الاستثمار في تطوير البنية التحتية الرقمية وتوسيع تغطية الإنترن特 على الجودة.
- تكثيف حملات التوعية الرقمية وتنقيف المستهلكين حول مزايا استخدام الوسائل المالية الحديثة.
- دعم الابتكار المحلي والشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية وفتح شراكات مع القطاع الخاص.

رابعاً: آفاق الدراسة

يمكن أن تفتح هذه الدراسة المجال أمام دراسات مستقبلية متخصصة من بينها:

- دور الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة الخدمات المالية الرقمية في الجزائر.
- أثر التحول الرقمي في القطاع المصرفي على التجارة الإلكترونية المحلية.
- تحليل مقارن بين الجزائر ودول المغرب العربي في مدى تبني وتفعيل أدوات التكنولوجيا المالية في النشاط الاقتصادي

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولاً : المراجع العربية

1. ابن خلدون .المقدمة .دار إحياء التراث العربي ، بيروت.
2. نوال عبد الكريم الأشهب .التجارة الدولية .الطبعة الأولى ، دار المجد ، عمان ، 2015.
3. أحمد عبد الوهاب .طرق التجارة .الجزء الأول ، الطبعة الرابعة ، مطبعة المعارف ، 1930.
4. محمد عبد حسين الطائي .التجارة الإلكترونية : المستقبل الموعود للأجيال القادمة .دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010.

ثانياً : الكتب الأجنبية

- Turban, E., King, D., Whiteside, J., & Outland, J. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. Springer.
- Perlman, L. (2019). *An Introduction to Digital Financial Services Primer*. Columbia Institute for Tele-Information, Columbia University.
- Radu, C. (2003). *Implementing Electronic Card Payment Systems*. Artech House.
- Urban, E., King, D., Whiteside, J., & Outland, J. (2017). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective* (9th ed.). Springer.
- O'Mahony, D., Peirce, M., & Tewari, H. *Electronic Payment Systems for E-Commerce* (2nd ed.). Artech House.
- Teichmann, R., Nonnenmacher, M., & Henkel, J. (Eds.). *E-Commerce und E-Payment: Rahmenbedingungen, Infrastruktur, Perspektiven* (1st ed., 2001).

ثالثاً: المجالات والدوريات

1. بن زيد سليم، زيان عبد الحليم، وطلحة محمد". دور وسائل الدفع الإلكتروني) البطاقة الذهبية (في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية . "المجلة دراسات اقتصادية .
2. رابح حمدي باشا، وهيبة عبد الرحيم". تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية . "المجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة .
3. بلعماиш ميادة، زايدى حسيبة". واقع الصيرفة الإلكترونية في الدول المتقدمة : التجربة الفرنسية . "المجلة الباحث الاقتصادي .
4. هارون العشي ، فايزة بوراس". وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين الأداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة . "المجلة الاقتصاد والتنمية البشرية .
5. طالبي سمية، بن عبد العزيز سمير". دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية . "المجلة التكامل الاقتصادي .
6. يسعد عبد الرحمن، ودان بوعبد الله، قيراط فريال". دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي : تجرب دولية . "المجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية .
7. خوبيلات صالح، لهوازي نورالدين". تطور أنظمة الدفع الإلكترونية في عصر الاقتصاد الرقمي . "المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية .
8. كردي نبيلة". الشيك الإلكتروني . "المجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية .
9. دعبوز سعاد". دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في الحد من أزمة السيولة . "المجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية .
10. بسبع عبد القادر". تقييم تجربة التحول الرقمي في السعودية وفقاً لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020 خلال جائحة كورونا . "المجلة أبحاث .

رابعاً: المذكرات والرسائل الجامعية

قائمة الراجع

1. تباني أمل، مرید سعدة . الواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر . مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2019/2020.
2. حوالف عبد الصمد . النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني . أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، 2014/2015.
3. محمد حمزة يوسف الطفيلي . أثر وسائل الدفع الإلكترونية على بعض متغيرات الاقتصاد الكلي . رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، 2023.
4. برينس أسماء، تليلاني حسني . دور نظم الدفع الإلكتروني في تحقيق رضا الزبون . مذكرة ماستر، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميلة.
5. محمد سعيد أحمد إسماعيل . أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية . أطروحة دكتوراه، جامعة دمشق، 2005.
6. دحية رباب . أثر التطور التكنولوجي على أنظمة ووسائل الدفع . أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر . 3.
7. جودي نبيل، صبيحي زكريا . دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية . مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، 2022.

خامسًا : الواقع الإلكترونية

- [التجارة الإلكترونية](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A7%D8%AC%D8%A8%D9%8A%D8%A9) .1
- <https://www.unescwa.org/sd-glossary/electronic-commerce> .2
- <https://sadad.qa/e-commerce-vs-traditional-trade> .3
- <https://www.nutajr.com/blog/types-of-ecommerce/> .4
- <https://duplusacademy.com/advantages-challenges-types-of-ecommerce/> .5
- <https://www.cbe.org.eg/ar/payment-systems-and-services/payment-services/mobile-wallet> .6
- <https://www.authy.com/what-is-2fa/> .7

<https://www.ibm.com/sa-ar/topics/fraud-detection> .8

<https://aws.amazon.com/ar/what-is/push-notification-service> .9

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32000L0046>.10

<https://www.consumerfinance.gov/rules-policy/regulations/1005/2/>.11

<https://www.bdl.dz/carte-cib>.12

<https://www.sama.gov.sa>.13

<https://meeza-eg.com/ar/about-us-ar/>.14

<https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous>.15

<https://www.bank-of-algeria.dz/histoire-de-la-banque/>.16

الملاحق

أولاً : الاستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلم
جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



استبيان حول دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز التجارة

من اعداد الطالب : طبيطة احمد
ثانية ماستر مالية وتجارة دولية

السادة المشاركون الكرام،
نسعد بدعوتكم للمشاركة في هذا الاستبيان الذي يهدف إلى دراسة مدى استعمال الخدمات المالية الرقمية وأهميتها في تسهيل المعاملات التجارية اليومية في الجزائر. مشاركتكم تمثل مصدراً مهماً لفهم الواقع وتطوير الحلول المستقبلية في هذا المجال الحيوي.
نؤكد لكم أن جميع المعلومات التي تقدمونها ستُعامل بسرية تامة، ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.
نشكر لكم وقتكم وتفتقديم، فمساهمتكم خطوة مهمة نحو دعم الابتكار وتطوير بيئة التعاملات المالية.

الملاحق

معلومات عامة

ذكر	الجنس الاختيار بوضع علامة (x) اختيار إجابة واحدة فقط
انثى	

أقل من 20	الفئة العمرية الاختيار بوضع علامة (x) اختيار إجابة واحدة فقط
من 21 الى 29	
من 30 الى 39	
اكبر من 40	

موظف	الحالة المهنية الاختيار بوضع علامة (x) اختيار إجابة واحدة فقط
تاجر	
متقاعد	
طالب	
عاطل عن العمل	

جامعي	المستوى الدراسي الاختيار بوضع علامة (x) اختيار إجابة واحدة فقط
مستوى ثانوي	
اقل من المستوى الثانوي	
افضل عدم الإجابة	

البطاقة البنكية	هل تملك واحدة أو أكثر من وسائل الدفع التالية؟ الاختيار بوضع علامة (x) يمكن اختيار أكثر من إجابة
البطاقة الذهبية	
تطبيق بريدي موب	

منذ اقل من سنة	منذ متى بدأت باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني؟ الاختيار بوضع علامة (x) الاختيار بوضع علامة (x) اختيار إجابة واحدة فقط
من سنة الى 3 سنوات	
اكثر من 3 سنوات	

الملاحق

القسم الأول : الخدمات المالية الرقمية(البطاقة الذهبية، تطبيق بريدي موب، البطاقة البنكية)						
في هذا القسم أرحب في معرفة تقييمك مدى سهولة و أمان و فعالية و توفر الخدمات المالية الرقمية التي تستخدمنها، إجاباتك ستساعدني على فهم كيف يقيم المستهلك الجزائري هذه الوسائل وذلك لتحسين تجربتك في المستقبل .						
أفاق بشدة 5						x1
أفاق 4 محايد 3 لا أفاق 2 لا أفاق بشدة 1						
البعد الاول : سهولة استخدام الخدمات المالية الرقمية يرجى تقييم مدى سهولة استخدامك لوسائل الخدمات المالية الرقمية المتاحة لك						
الحصول على البطاقة الذهبية او بريدي موب لم يتطلب مني سو اجراءات سهلة دون تعقيدات						x11
أجد أن استخدامي للبطاقة الذهبية أو تطبيق بريدي موب في عمليات الدفع يتم بسهولة بالغة						x12
إجراءات الدفع الإلكتروني (اللشراء أو التحويل) واضحة وافق الفهم بالنسبة لي						x13
البعد الثاني : الثقة والأمان في استخدام الخدمات المالية الرقمية اود معرفة مدى شعورك بالثقة والأمان أثناء استخدامك وسائل الخدمات المالية الرقمية الحديثة						x2
أشعر بالأمان عند إدخال بياناتي المالية في تطبيقات الخدمات المالية الرقمية						x21
لدى ثقة كبيرة المؤسسة التي تشغّل انظمة الخدمات المالية الرقمية (بريد الجزائر أو البنك) بأنها تحمي بياناتي وتدير المعاملات بأمان.						x22
أفضل استخدام الوسائل الحديثة للخدمات المالية الرقمية لأنها أكثر أماناً من حمل النقود.						x23
البعد الثالث: توفر وانتشار الخدمات المالية الرقمية الحديثة تقييمك لمدى توفر هذه الوسائل في حياتك اليومية						x3
الألاحظ أن أغلب المحلات أو الواقع الإلكتروني التي أتعامل معها تقبل التعامل بالخدمات الرقمية المالية						x31
استخدام الخدمات المالية الرقمية (الدفع الإلكتروني) لا يقتصر فقط على المدن الكبرى بل أصبح متاحاً في مناطق متعددة						x32
أرى أن تحسين البنية التحتية (الإنترنت والتغطية الهاتفية) ساعد في انتشار الخدمات المالية الرقمية في منطقتي.						x33
البعد الرابع: كفاءة وسرعة الأداء للخدمات المالية الرقمية نريد رأيك حول أداء وسائل الخدمات المالية الرقمية						x4
المعاملات التي أقوم بها عبر الدفع الإلكتروني تنجذب بسرعة وبدون تأخير.						x41
تعمل البطاقة الذهبية وتطبيق بريدي موب بكفاءة عالية أثناء عملية الدفع وبدون مشاكل تقنية						x42
أجد أن الخدمات المالية الرقمية تتم بدقة عالية ودون أخطاء.						x43

القسم الثاني						
في هذا القسم نرحب في معرفة رأيك حول كيفية تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على طريقة تسوقك وتعاملك مع المحلات سواء كانت تقليدية أو عبر الإنترن特 (سلوك الشرائي باستخدام الوسائل الرقمية)						
أوافق بشدة 5	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا أوافق بشدة 1		
					البعد الاول: وتزايد استعمال وسائل الخدمات المالية الرقمية في عمليات الشراء	y1
					أشعر بالراحة عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مما يدفعني لزيادة إنفاقي	y11
					أعتقد أن المتاجر التي توفر الدفع الإلكتروني تهتم بخدمة عملائها وراحتهم.	y12
					تبسيط عملية الدفع يساهم في تعزيز ولائي كعميل للمتاجر التي أتعامل معها.	y13
أوافق بشدة 5	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا أوافق بشدة 1	البعد الثاني: فو حجم المبيعات (من منظور المستهلك)	y2
					الدفع الإلكتروني يُسهل على تكرار الشراء بدون تردد	y21
					أشعر أن توفر خيارات الدفع الإلكتروني يزيد من احتمالية شرائي للمنتجات عبر الإنترن特	y22
					وجود وسيلة دفع إلكتروني يشجعني على اقتناء منتجات لم أكن أخطط لشرائها مسبقاً.	y23
أوافق بشدة 5	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا أوافق بشدة 1	البعد الثالث : الوصول إلى العملاء وتوسيع السوق	Y3
					أشعر أن وسائل الدفع الإلكتروني ساعدت المتاجر على استقطاب عملاء من مناطق مختلفة.	y31
					أرى أن الدفع الإلكتروني جعل من الممكن التسوق من متاجر خارج مدینتي بسهولة	y32
					لاحظت أن المتاجر التي تعتمد على الدفع الإلكتروني تجذب فئات عمرية متنوعة، خصوصاً الشباب	y33
أوافق بشدة 5	أوافق 4	محايد 3	لا أوافق 2	لا أوافق بشدة 1	البعد الرابع: تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة التجارية من وجهة نظر المستهلك".	Y4
					اللاحظ أن عملية الشراء تصبح أسرع عند استخدام الدفع الإلكتروني	y41
					توفر الدفع الإلكتروني يعكس احترافية المتجر.	y42
					عندما أجده متجرًا يوفر الدفع الإلكتروني، أراه حديثاً ومتطوراً.	y43

يتم نشر هذا الاستبيان على منصة قوقل فورم لجمع الإجابات من افراد العينة على الرابط :

<https://docs.google.com/forms/d/1VTnlzFGhh6ji-SRuKZp3mYkEta6gWEYp5V2OduoyJVc>

المادة 24 : على المورد الإلكتروني عدم الموافقة على طلبية منتوج غير متوفّر في مخزونه.

المادة 25 : يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريختها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

تحدد كيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 26 : ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعلومات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين، لا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية. كما يجب عليه :

- الحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع البيانات،
- ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات،
- الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.

يتم تحديد كيفيات تخزين المعلومات ذات الطابع الشخصي وتأمينها وفقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

الفصل السادس

الدفع في المعاملات الإلكترونية

المادة 27 : يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتوج، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، وفقاً للتشريع المعمول به.

عندما يكون الدفع إلكترونيا، فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر وموصولة بآي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية.

يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود، حصريا عن بعد، عبر الاتصالات الإلكترونية.

المادة 28 : يجب أن يكون وصل موقع الإنترت الخاص بالمورد الإلكتروني بمكتبة الدفع الإلكترونية مؤمناً بواسطة نظام تصديق إلكتروني.

المادة 29 : تخضع منصات الدفع الإلكتروني المنشأة والمستغلة طبقاً للمادة 27 أعلاه، لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها.

المادة 20 : يترتب على كل بيع لمنتج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلم للمستهلك الإلكتروني. يجب أن تعد الفاتورة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

يمكن أن يطلب المستهلك الإلكتروني الفاتورة في شكلها الورقي.

المادة 21 : عندما يسلم المورد الإلكتروني منتوجاً أو خدمة لم يتم طلبها من طرف المستهلك الإلكتروني، لا يمكنه المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم.

المادة 22 : في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجال التسليم، يمكن المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتوج على حاليه في أجل أقصاه أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عنضر.

وفي هذه الحالة، يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج، خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً ابتداء من تاريخ استلامه المنتوج.

المادة 23 : يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتوج معيباً.

يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني.

ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي :

- تسليم جديد موافق للطلبية، أو
- إصلاح المنتوج المعيب، أو
- استبدال المنتوج بأخر مماثل، أو
- إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً من تاريخ استلامه المنتوج.

الملحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

تصريح شرفي

(خاص بالالتزام بقواعد التزاهة العلمية لإنجاز بحث)

أنا الممضى أسفله،

السيد (ة): طارق بن أحمد.....الصفة: طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 407063557 و الصادرة بتاريخ: 2021/10/18

المسجل بكلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

والمل kaps بالذكورة تخرج في الماستر عنوانها:

دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز التجارة
دراسة حالة المؤسسات المالية في الجزائر

أصرت بشوفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والتزاهة الأكademie المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2025/05/25

توقيع المعنى:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكرة في : 27/05/2025

جامعة محمد خضراء - بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

إذن يابايداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ: ربيع مسعود.

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

قسم الارتباط: قسم العلوم التجارية

أستاذ مشرف على مذكرة ماستر الطالبة:

1. طيطيلة محمد

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

عنوان: دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز التجارة - دراسة حالة المدفوعات الرقمية في الجزائر -

ارخص يابايداع المذكورة.

إمضاء الأستاذ المشرف

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
134	إهداء
134	شكر وعرفان
134	ملخص الدراسة
134	قائمة الجداول
XVI	قائمة الأشكال والرسوم البيانية
134	قائمة الملحق
11	المقدمة
12	إشكالية البحث
12	أهمية الموضوع
12	أسباب اختيار الموضوع
14	فرضيات البحث
14	الدراسات السابقة
16	الفصل الأول: الإطار النظري للدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية
17	المبحث الأول: مفاهيم حول التجارة والتجارة الإلكترونية
18	تمهيد
20	المطلب الأول: ماهية التجارة
20	الفرع الأول: تعريف التجارة
20	الفرع الثاني: لحنة تاريخية عن تطور التجارة
23	المطلب الثاني: أنواع التجارة
25	المطلب الثالث: مقارنة التجارة الإلكترونية مع التقليدية والأعمال الإلكترونية
26	المطلب الرابع: تصنيف التجارة الإلكترونية
29	المطلب الخامس: أين تمارس التجارة الإلكترونية؟
31	المبحث الثاني: الخدمات المالية الرقمية
32	تمهيد
33	المطلب الأول: الخدمات المالية الرقمية
36	المطلب الثاني: تطور المدفوعات الرقمية

37	المطلب الثالث: أنواع ووسائل المدفوعات الرقمية
46	المطلب الرابع: مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية
47	المبحث الثالث: الأمان والأطر القانونية المنظمة للخدمات المالية الرقمية
48	تمهيد
49	المطلب الأول: آليات الأمان في أنظمة الدفع الإلكتروني
54	المطلب الثاني: الأطر القانونية المنظمة لأنظمة الدفع الإلكتروني
57	خلاصة الفصل الأول
58	الفصل الثاني: واقع المدفوعات الرقمية في الجزائر
60	المبحث الأول: نماذج رائدة في الدفع الإلكتروني
61	المطلب الأول: لحنة عن واقع الدفع الإلكتروني في جمهورية مصر
61	الفرع الأول: تطور نقاط البيع الإلكترونية
62	الفرع الثاني: تطور بطاقات الدفع الإلكتروني
64	المطلب الثاني: لحنة عن واقع الدفع الإلكتروني في المملكة العربية السعودية
64	الفرع الأول: انتشار الدفع الإلكتروني على مستوى المملكة
65	الفرع الثاني: الدفع الإلكتروني لدى الأفراد في المملكة
67	خلاصة المبحث الأول
68	المبحث الثاني: الخدمات المالية الرقمية في الجزائر
69	المطلب الأول: البنية التحتية
69	الفرع الأول: الشبكة الماتافية وشبكة الأنترنت:
72	المطلب الثاني: المؤسسات المشرفة على الخدمات المالية الرقمية في الجزائر
72	الفرع الأول: بنك الجزائر
72	الفرع الثاني: تجمع النقد الآلي
73	الفرع الثالث: بريد الجزائر
74	المطلب الرابع: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني المتاحة في الجزائر
74	الفرع الأول: البطاقة الذهبية
75	الفرع الثاني: البطاقة البنكية (بطاقة الدفع ما بين البنوك -CIB-
76	الفرع الثالث: الدفع عبر نقاط البيع (TPE)
77	المطلب الثاني: تطور نشاط الدفع الإلكتروني في الجزائر

77	الفرع الأول : تطور عدد بطاقات الدفع
78	الفرع الثاني: تطور الدفع عبر الإنترن特 باستخدام البطاقة البنكية CIB
79	الفرع الثالث: نشاط نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE)
81	الفرع الرابع: احصائيات الدفع عبر الهاتف النقال
82	خلاصة البحث
83	الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية وتحليل نتائج استبيان الخدمات المالية الرقمية
84	مقدمة الفصل :
85	المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة
85	المطلب الأول: منهج وآداة الدراسة :
85	الفرع الاول: مجتمع وعينة الدراسة
86	الفرع الثاني: مجالات الدراسة
86	المطلب الثاني: آداة الدراسة وتصميم الاستبيان
86	الفرع الأول: وصف آداة الدراسة
86	الفرع الثاني: أبعاد المتغيرات
88	الفرع الثالث: اختبار الصدق والثبات
92	المطلب الثالث : الدراسة الوصفية لأفراد العينة
96	المبحث الثاني: تحميل وتفسير نتائج الاستبيان
96	المطلب الأول: تحليل عبارات المحور الأول
101	المطلب الثاني: تحليل عبارات المحور الثاني
106	المطلب الثالث : اختبار الفرضيات
106	الفرع الأول : اختبار الفرضية الأولى
108	الفرع الثاني : اختبار الفرضية الجزئية الثانية
109	الفرع الثالث : اختبار الفرضية الفرعية الثالثة
111	الفرع الرابع اختبار الفرضية الفرعية الرابعة
114	الفرع الخامس: اختبار الفرضية الرئيسية من خلال الانحدار البسيط وتحليل التباين
116	خلاصة الفصل الثالث
118	الخاتمة
121	قائمة المراجع
126	الملاحق
