

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الاعلام والاتصال



مذكرة تخرج بعنوان

**أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة
-دراسة ميدانية على عينة من أساتذة قسم العلوم الإنسانية
بجامعة مولود معمري تيزي وزو -**

ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي.

إعداد:

إشراف الأستاذ:
■ بن منصور رمضان

- سيدي سعيد ليدية
- طالبي روضة

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر وتقدير

سجدة للخالق، ربّ العرش العظيم
والحمد لله الذي هدانا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا
شكرانا وعرفانا أردنا أن نخصّصه للأستاذ المحترم الذي وثق بنا
وحرص على معونتنا في هذا العمل العلمي المتواضع
" بن منصور رمضان "

روزة وليدية

الإهداء

إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير، فلقد كان
له الفضل الأوّل في بلوغي التعليم العالي (والدي الحبيب)
أطال الله في عمره.

إلى من وضعتني على طريق الحياة وجعلتني ربط الجأش
ورعتني حتّى صرت كبيرة (أمي الغالية)
أطال الله في عمرها.

إلى أخي العزيز من كان له أثر بالغ في كثير من العقبات والصعاب
حفظه الله.

روزة

إهداء

بسم الله والصلاة والسلام علي أشرف المرسلين
وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة، وها أنا ذا اختتم بحث تخرج بكل همّة ونشاط وأتمن لكل من كان له
الفضل في مسيرتي الدراسية وساعدني ولو باليسر.
إلي صاحب السيرة العطرة و الفكر المستنير، فقد كان له الفضل في بلوغي التعليم العالي(والذي الحبيب)
أطال الله في عمره.
إلي من وضعتني علي طريق الحياة وجعلتني ربط الجأش، ورعتني حتى صرت كبيراً(أمي الغالية)
أطال الله في عمرها.
إلي إخوتي، من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب، إلى جميع أساتذتي الكرام اللذين رافقوني
من بداية مشواري الدراسي إلي نهايته.
إلي زوجي و عائلته المحترمة.
إلي جميع أفراد أسرتي كل باسمه و صفته و مكانته إلي كل من نسيهم قلبي ولم ينساهم قلبي.
أهديكم بحث تخرج، أهدىكم فرحتي التي انتظرتها طويلاً داعياً المولي عزوجل أن يصل أعماركم ويرزقكم ويحقق
أمانيتكم.

سيدي سعيد ليدية

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الميدانية في اختيار موضوعينا الا هو وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمة، لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تقديم اطار نظري يحدد و يعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني، والذي اعتمدنا فيه المنهج الوصفي، اما الجانب التطبيقي فاعتمدنا المنهج التحليلي باستخدام برنامج SPSS. وقد ركزنا بصورة اساسية على تحسين جودة الخدمة.

وقد حولنا الوقوف على تقييم اساتذة كلية قسم العلوم الانسانية وتحليل آرائهم حول مدى استخدام وسائل الدفع الالكتروني.

وتوصلنا الى مجموعة من النتائج المتمثلة في أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون وسائل الدفع الالكتروني الحدية بنسبة تقدر 100 % وأغلب أفراد العينة يستخدمون البطاقة الذهبية بنسبة 87,50 كوسيه للدفع الالكتروني فهو يحتل الصدارة في قائمة وسائل الدفع الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الالكتروني، جودة الخدمة، البطاقة الذهبية.

Résumé

Dans cette étude, nous avons abordé un sujet important, qui est celui des moyens de paiement électronique dans l'amélioration de la qualité de service. Nous avons tenté à travers cette étude de fournir un cadre théorique qui définit et définit les différents concepts liés aux moyens de paiement électronique, dans lequel nous avons adopté l'approche descriptive. Quant à l'aspect appliqué, nous avons adopté l'approche analytique utilisant le programme SPSS. Nous nous sommes concentrés principalement sur l'amélioration de la qualité de service.

Nous avons décidé d'évaluer les professeurs du Département des sciences humaines et d'analyser leurs opinions sur l'étendue de l'utilisation des moyens de paiement électroniques.

Nous sommes arrivés à un ensemble de résultats, à savoir que la majorité des membres de l'échantillon de l'étude utilisent les moyens de paiement électroniques minimaux à un taux estimé à 100%, et que la majorité des membres de l'échantillon utilisent la carte or au taux de 87,50 Ksh pour le paiement électronique. , car il occupe la première place dans la liste des moyens de paiement électronique.

Mots clés : moyens de paiement électronique, qualité de service, carte d'or

فهرس المحتويات

شكر وتقدير.

اهداء.

ملخص الدراسة.

فهرس الجداول والاشكال.

فهرس المحتويات.

مقدمة. أ

الإطار المنهجي للدراسة.

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها. 03
2. الفرضيات. 03
3. أسباب اختيار الموضوع. 03
4. أهداف الدراسة. 04
5. أهمية الدراسة. 04
6. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات. 04
7. مجتمع البحث وعينة الدراسة. 06
8. الدراسات السابقة والتعقيب عليها. 07
9. حدود الدراسة. 10
10. المفاهيم و المصطلحات. 11

الاطار النظري

الفصل الاول: وسائل الدفع الالكتروني.

- تمهيد. 12
- المبحث الاول: مدخل لوسائل الدفع التقليدية. 13
- المطلب الاول: مفهوم وسائل الدفع. 13
- المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الدفع. 14
- المطلب الثالث: الأشكال التقليدية لوسائل الدفع. 15
- المطلب الرابع: العوامل المؤدية لتطوير وسائل الدفع التقليدية. 19
- المبحث الثاني: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني. 22
- المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني. 22
- المطلب الثاني: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني. 23
- المطلب الثالث: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني. 23

24	المطلب الرابع: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.
32	المبحث الثالث: مزايا وعيوب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.
32	المطلب الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني.
36	المطلب الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني.
37	المطلب الثالث: عوامل نجاح وسائل الدفع الإلكتروني.
39	خلاصة الفصل.

الفصل الثاني: ماهية الجودة و الخدمة.

41	تمهيد
42	المبحث الأول: ماهية الجودة.
44	المطلب الأول: تعريف الجودة (تطور مفهوم الجودة).
45	المطلب الثاني: أهمية وأهداف وأبعاد الجودة.
46	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الجودة.
47	المطلب الرابع: تكاليف الجودة.
48	المبحث الثاني: الخدمة.
49	المطلب الأول: تعريف وأهمية وأهداف الخدمة.
50	المطلب الثاني: دور وخصائص وعناصر نظام الخدمة.
53	المطلب الثالث: تصنيف الخدمات وأنواعها.
56	المطلب الرابع: عوامل تطور الخدمة.
56	المبحث الثالث: جودة الخدمة.
58	المطلب الأول: تعريف وأهمية جودة الخدمة.
58	المطلب الثاني: أبعاد ومعايير جودة الخدمة.
60	المطلب الثالث: مستويات وخطوات ومشكلات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة.
62	المطلب الرابع: الإدارة الإلكترونية و جودة الخدمة.
63	المطلب الخامس: العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني و تحسين جودة الخدمة.
64	خلاصة الفصل

الاطار التطبيقي

الفصل الثالث: دراسة ميدانية بقسم العلوم الإنسانية.

66	المبحث الأول: التوثيق بميدان الدراسة.
66	المطلب الأول: التعريف بالجامعة مولود معمري تيزي وزو.
67	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الإنسانية.

69	المطلب الثالث: أهمية أهداف قسم العلوم الإنسانية.....
70	المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات المتوصلة اليها.
71	المطلب الأول: عرض وتحليل محور البيانات الشخصية.....
75	المطلب الثاني: عرض وتحليل محور استخدام وسائل الدفع الالكتروني.....
84	المطلب الثالث: عرض وتحليل محور آراء الباحثين حول الخدمات التي تقدمها وسائل الدفع الالكتروني.
85	المطلب الرابع: عرض وتحليل محور آراء الباحثين حول أثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمة.....
91	نتائج الدراسة.....
94	خاتمة.....
97	قائمة المصادر والمراجع.....

الملاحق.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
69	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر الجنس	01
70	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر السن	02
71	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر الرتبة	03
72	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر الحالة الاجتماعية	04
73	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر الخبرة المهنية	05
74	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة	06
75	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب سبب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	07
76	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر سنوات التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني	08
77	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر كيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	09
78	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر الفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	10
79	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر المشاكل الملاقاة خلال استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	11
80	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر مدى تميّز وسائل الدفع الإلكتروني بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء	12
81	يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر مدى الشعور بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة	13

82	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيّر الصعوبات المواجهة عند القيام بمعاملات الدفع الإلكتروني	14
83	علاقة متغير الخدمات التي تقدّمها وسائل الدفع الإلكتروني بآراء الباحثين	15
84	علاقة متغير أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بآراء الباحثين	16
85	علاقة متغير الجنس ووسيلة الدفع الإلكتروني المستخدمة	17
85	علاقة متغيرات الجنس، السن والخبرة المهنية بكيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	18
87	علاقة متغير الجنس بمدى تميّز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء	19
88	علاقة متغيّر رتبة الأساتذة بمدى شعورهم بالأمان في استعمال وسائل الدفع الحديثة	20
89	علاقة متغيّر وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة بالفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	21

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
69	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
70	دائرة نسبية تبين دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب السن	02
71	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب الرتبة	03
72	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	04
73	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	05
74	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب وسيلة الدفع الإلكتروني المستخدمة	06
75	دائرة نسبية الموزعة تبين توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	07
76	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب سنوات التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني	08
77	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب كيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	09
78	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب الفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	10
79	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب المشاكل التي واجهتهم خلال استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	11
80	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تميز وسائل الدفع الإلكتروني بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء	12
81	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب مدى الشعور بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة	13
82	دائرة نسبية يتبين توزيع أفراد العينة حسب الصعوبات المواجهة عند القيام بمعاملات الدفع الإلكتروني	14

مقدمة

يشهد العالم فترة هامة من التحولات والتغيرات الجذرية والتي تساهم بشكل ملحوظ في إيجاد مناخ وأوضاع اقتصادية مختلفة تماما لم تكون موجودا من قبل، ولعلّ أبرز درجة الشارع الهائل في الإبداع التكنولوجي ومدى دقة التطورات والابتكار، ومن أهم القطاعات التي تأثرت بصورة كبيرة وسريعة بهاته التغيرات هو الاقتصاد، حيث انتقل من مفهومه التقليدي إلى مفهوم مختلف تماما ألا وهو ما يسمّى باقتصاد المعرفة والذي يتطلب أن تكون المعرفة والمعلومات من أهم ركائزه، وما زاد الأمر تطورا وحادثة اندماج هذا الاقتصاد بموجة رقمية.

تعدّ وسائل الدفع الالكتروني أبرز صورها التي من شأنها توسيع مفهوم الاقتصاد الرقمي إلى أبعد الحدود. نظرا لارتباط وسائل الدفع الالكتروني بالمفاهيم المالية أي التكاليف والأرباح، فإنه لا يفوتنا في هذا الإطار أن نشير إلى دور الأداء المالي في تحسين جودة الخدمة، ذلك من خلال معرفة قدراتها على بلوغ الأهداف أولا، وهل حققتها بالوسائل المعقولة فإنها بحاجة إلى قياس وتقييم نتائجها أو بالآخري تقييم أدائها.

لذلك حرصت الحكومة على عصبرنة و تحديث كل هيئاتها و قطاعاتها و المصالح التابعة لها مركزيا ومحليا و تحويلها للتعامل بالنمط الالكتروني، بهدف الارتقاء بمستوى الخدمات التي تقدمها كميًا و نوعيًا و تجسيد الفعالية و سرعة الاستجابة التي تحقيق الرضا العام للمستفيدين. ومن أهم القطاعات التي تهتم بالعصبرنة نجد البريد و المواصلات وذلك لتسهيل عملية تقديم خدماتها بجودة عالية.

جاءت هذه الدراسة الميدانية لدراسة اثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني ودوره في تحسين جودة الخدمة المقدمة لأساتذة قسم العلوم الإنسانية بجامعة تيزي وزو، تامدة، ذلك لمعرفة واقع البطاقة الذهبية و مدى مساهمته في تحسين جودة الخدمات المقدمة.

فهذه الدراسة دراسة ميدانية على عينة من أساتذة قسم العلوم الإنسانية بجامعة مولود معمري تيزي وزو تامدة حول استخدام وسائل الدفع الالكتروني لتلبية احتياجاتهم و رغباتهم،وهي عبارة عن محاولة بسيطة لتقديم هذا الموضوع بطريقة مناسبة و ملائمة و قد استدعت طبيعة الدراسة إلى تقسيم هذا الموضوع بعد ملخص الدراسة والمقدمة إلى مايلي:

الإطار المنهجي: تناولنا فيه إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، مجتمع البحث و عينة الدراسة، الدراسات السابقة و التعقيب عليها، حدود الدراسة.

أما الإطار النظري قد تم تقسيمه إلى ثلاث فصول و هي الفصل الأول حول وسائل الدفع الالكتروني، وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول حول مدخل لوسائل الدفع التقليدية، تطرقنا فيه إلى أربع مطالب وهي مفهوم وسائل الدفع التقليدية، التطور التاريخي لوسائل الدفع، الأشكال التقليدية لهذه الوسائل، العوامل المؤدية لتطوير وسائل الدفع التقليدية، أما المبحث الثاني كان حول ماهية وسائل الدفع الالكتروني و تطرقنا فيه إلى أربع مطالب وهي مفهوم وسائل الدفع الالكتروني، أهمية وسائل الدفع الالكتروني، خصائص وسائل الدفع الالكتروني، أخيرا أنواع وسائل الدفع الالكتروني ،أما المبحث الثالث كان حول مزايا و عيوب و عوامل استخدام وسائل الدفع الالكتروني ،تطرقنا فيه إلى ثلاث مطالب وهي مزايا وسائل الدفع الالكتروني ، عيوب وسائل الدفع الالكتروني، عوامل نجاح وسائل الدفع الالكتروني .

أما الفصل الثاني كان حول ماهية جودة الخدمة، وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث. المبحث الأول كان حول ماهية الجودة وتطرقنا فيه إلى خمس مطالب وهي تطور مفهوم الجودة، أهمية وأبعاد والعوامل المؤثرة في الجودة، تكاليف الجودة.

أما المبحث الثاني حول ماهية الخدمة وتطرقنا فيه إلى أربع مطالب وهي تعريف الخدمة، أهميتها، أهدافها، خصائصها، تصنيفها، عوامل تطور الخدمة.

أما المبحث الثالث كان حول جودة الخدمة وتطرقنا فيه إلى أربع مباحث وهي تعريف وأهمية جودة الخدمة، أبعاد ومعايير جودة الخدمة، مستويات وخطوات ومشكلات تحقيق جودة الخدمة. أخيرا المطلب الخامس كان حول العلاقة بين وسائل الدفع الالكتروني و تحسين جودة الخدمة. أما الإطار التطبيقي قد يحتوي على مبحثين.

المبحث الأول تم تقسيمه إلى ثلاث مطالب وهي التعريف بجامعة مولود معمري تيزي وزو، الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الإنسانية، أهمية وأهداف كلية العلوم الإنسانية.

المبحث الثاني تم تقسيمه إلى أربع مطالب وهي عرض و تحليل محور البيانات الشخصية ،عرض و تحليل محور استخدام وسائل الدفع الالكتروني ،عرض وتحلل محور آراء المبحوثين حول الخدمات التي تقدمها وسائل الدفع الالكتروني، عرض و تحليل محور آراء المبحوثين حول اثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمة. جاءت هذه الدراسة الميدانية لدراسة اثر وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمة المقدمة لأساتذة قسم العلوم الإنسانية بجامعة مولود معمري تيزي وزو تامدة.

1. الإشكالية:

يشهد العالم اليوم فترة من التطورات على جميع المستويات وفي شتى المجالات، ولعلّ السبب في هذه التطورات ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي تعتبر من أهم سمات العصر الحديث، فمعظم بلدان العالم سعت نحو تطويرها واستخدامها في جميع الميادين مواكبة لعصر التكنولوجيا إذ أصبح يتعامل بها كل الأفراد في شتى مجالات حياتهم اليومية المختلفة بهدف توفير شروط الحياة ومتطلباته كونها قد فسحت له مجال تسهيل معاملته، وهذا يرجع إلى أنّ التكنولوجيا الحديثة لعبت دورا رئيسيا في تطوير الإنسان وتطوير المجتمعات بصفة عامة.

ومن أهم القطاعات التي تأثرت بصورة كبيرة وسريعة قطاع البريد الذي تخطى مفهومه التقليدي إلى مفهوم مختلف تماما يتطلب التكنولوجيا في محتواه ويسر على خطى الانترنت والتقنيات الحديثة والتقنيات الآلية لإضافته لمسة جديدة متمثلة في بطاقات الدفع الالكترونية أو بالأحرى البطاقة الذهبية التي حلت بطاقة الدفع القديمة، وعلى رأس الدول التي تبنت هذا المشروع الجزائر، حيث سعت في مواكبة هذا التطور واستخدام هذه التقنية في أوساط المجتمع الجزائري، وللتسهيل على أساتذة قسم العلوم الإنسانية لخدمات أو العمليات البريدية.

ومن هنا تكمن الدراسة من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تؤثر وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمة لدى أساتذة قسم العلوم الإنسانية؟
وانطلاقا من التساؤل الرئيسي تندرج مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

1. ما المقصود بوسائل الدفع الالكتروني؟ وكيف تطورت؟

2. ماهي طبيعة الخدمات التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني؟

3. إلى أي مدى تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة؟

2. الفرضيات:

■ يوجد أثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني على تحسين جودة الخدمة لدى أساتذة قسم العلوم الإنسانية.

■ ساهمت وسائل الدفع الالكتروني في تسهيل الخدمات بسرعة فائقة وأقل تكلفة.

■ هناك علاقة تكاملية بين وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمة.

3. أسباب اختيار الموضوع:

يمكن حصر الأسباب والدوافع التي دفعتنا الى اختيار الموضوع عن سائر المواضيع الاخرى فيما:

الإطار المنهجي للدراسة

❖ أسباب ذاتية:

- رغبتنا وميولنا في التعرف على الموضوع.
- محاولتنا في التوسع والتعمق في هذا الموضوع كونه انه حديث يتعلق بالتكنولوجيا والانترنت.
- الاهتمام الشخصي لمثل هذه المواضيع وروح الفضول في اكتشاف خفايا موضوع الدفع الالكتروني وما الدور الذي يلعبه في تحسين جودة الخدمات.

❖ أسباب موضوعية:

- حداثة الموضوع في الدراسات الإعلامية.
- الكشف عن أهمية وسائل الدفع الالكتروني.
- التعرف على وسائل الدفع الحديثة من بينها البطاقة الذهبية.
- الانتشار الكبير للمواقع الالكترونية في المؤسسات و الحكومات و مدي إقبال المواطنين على استخدامها في حياتهم اليومية.

4. أهداف الدراسة

ان قيمة اي بحث يرتبط ارتباطا وثيقا بقيمة الاهداف والنتائج التي يرمي الى تحقيقها والوصول اليها ومنه فان اهداف هذه الدراسة تمثلت في:

- التعرف على وسائل الدفع الالكتروني
- الوقوف على انواع البطاقات الإلكترونية ومعرفة اهم عيوبها ومميزاتها
- التعرف بالبطاقة الذهبية كأداة دفع حديثة.
- التخصص في المجال الدراسي
- اهتمامنا الشخصي

5. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الموضوع في انه يتناول في طياته وسائل الدفع الحديثة التي برزت مع ظهور التكنولوجيا التي لعبت الدور الرئيسي في تطور وازدهار المجتمعات والتماشي مع تلبية حاجيات ورغبة المواطن. خصصت هذه الدراسة في ابراز الدورة الذي تلعبه وسائل الدفع الحديثة، بحيث تعدت الطابع التقليدي وتتجلى أهمية الدراسة كذلك في ابراز الخصائص والمميزات التي جاءت بها هذه الوسائل.

6. منهج الدراسة وادوات جمع البيانات:

لفهم وتحليل اي ظاهرة من الظواهر المراد دراستها لا بد من اتباع مجموعة من الاجراءات ثم سنها من طرف علماء المنهجية، حيث تختلف المناهج باختلاف طبيعة الموضوع حيث تعددت المناهج العلمية تبعا لتعدد المواضيع الاجتماعية والإنسانية، وذلك من اجل الوصول الى نتائج بطريقة علمية ودقيقة، فموضوع الدراسة هو الذي يفرض على الباحث المنهج الذي يختاره ويعرف المنهج على انه مصطلح مرادف لكلمتي المنهج والمناهج اللتين تعنيان الطريق الواضح، اوفي اللغة الفرنسية فان كلمة المنهج التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة والعقلانية الهادفة الى بلوغ نتيجة ما.¹

يلجا العديد من الباحثين الى الاعتماد على العينات في مجال البحوث العلمية وتعرف العينة على أنها مجموعة فرعية من العناصر المختارة من بين العديد من العناصر الممكنة المكونة للمجتمع الأصلي لأجراء الدراسة عليها. وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على "العينة القصدية" والتي تعرف بأنها عينة يتم اختيارها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الافراد دون غيرهم ولكون ذلك الخصائص تمثل مجتمع الدراسة تمثلا كاملا بما يخدم اهداف الدراسة.

وبما ان موضوعنا يندرج ضمن الدراسات الوصفية فان المنهج المتبع هو المنهج المسحي الذي يعتمد على الملاحظة والتصنيف والتحليل والتفسير، وذلك عن طريق تحليل البيانات والمعلومات تحليلا وافيا يؤدي الى فهم العلاقة بين متغيرات الدراسة وتقديم تفسير ملائما لها.²

ويعرفه "محمد عبد الحميد" بانه أحد اشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الافراد وبسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم ويعتبروا الشكل المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي او تكون العينة كبيرة ومنتشر بالشكل الذي يصعب فيه الاتصال بمفرده.³

كما يعرف المنهج المسحي انه البحث الذي يهدف الى وصف الظاهرة المدروسة او تحديد المشكلة او تبرير الظروف والممارسات او التقييم والمقارنة، او التعرف على ما يفعله الاخريين في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية.⁴

¹ احسان محمد الحسن، مناهج البحث العلمي، دار وائل، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2005، ص 11.

² ربيحي مصطفى عليان وعثمان محمد عني، مناهج واساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، الدار صفاء، الطبعة الاولى عمان، 2001، ص 33.

³ محمد ابراهيم رضوان احمد، البحث العلمي تحليل وتطبيقات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 16.

7. ادوات جمع البيانات:

بعد ان تتم تغطية الاطار النظري للبحث تأتي مرحلة جمع البيانات اللازمة للبحث، اذا تعد هذه المرحلة من اهم مراحل البحث العلمي فعلىنا كباحثين ان نحدد الطريقة المثلى التي تناسب بحثنا، وبناء على ذلك فان عملية اختيار اسلوب⁵ جمع البيانات يعتمد على عوامل عدة منها:

- طبيعة البحث ومدى ملائمة الوسيلة لبيانات المراد دراستها.

- طبيعة المجتمع وافراد الدراسة.

هناك ادوات كثيرة لجمع المعلومات في البحث الاعلامي يمكن التمييز بينهما على اساس ما تعتمد عليه كل منها في عملية جمع البيانات.

والاداة هي الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها⁶

■ الاستبيان

يعتبر الاستبيان من ادوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الاعلام والاتصال. فهي عبارة عن اداة تتكون من أسئلة حول الدراسة وموضوعها، تهدف للكشف عن الظواهر وتحديدتها حيث توجه هذه الأسئلة الى المبحوثين من اجل الحصول على معلومات والبيانات حول مشكله او موضوع ما⁷. حيث اعتمدنا على استمارة موجهة للأساتذة قسم علوم انسانية، بجامعة مولود معمري ببيزي وزو، حيث قمنا بتوزيع 55 استمارة، وقد أرجعنا 50 استمارة، فأشملت على أسئلة مغلقة ومفتوحة في صور أربعة محاور متمثلة كالتالي:

■ **المحور الاول:** تضمن البيانات الشخصية لمجتمع البحث تعرفنا من خلاله على الجنس، السن، الرتبة، الحالة الاجتماعية والخبرة المهنية.

■ **المحور الثاني:** تتضمن أسئلة حول مدى استخدام وسائل الدفع الالكتروني

⁴ ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد عليم، مرجع سبق ذكره، ص 34.

⁵ سالم سعيد القحطاني وآخرون، منهج البحث في العلوم السياسية والاعلام، جامعة الملك مسعود، الطبعة الثانية، 2000، ص 20.

⁶ ثائر احمد غباري، خالد محمد ابو شعيره، مناهج البحث التربوي، دار مكتبة العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى الاردن، 2010، ص 26.

⁷ ابراهيم بن عبد العزيز الدعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى الاردن، 2010، ص 96.

الإطار المنهجي للدراسة

- **المحور الثالث:** يتضمن 10 أسئلة حول الخدمات التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني.
 - **المحور الرابع:** يتضمن 10 أسئلة حول أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة.
- وبعدما قمنا بتصميم الاستمارة ومناقشتها مع الاستاذ المشرف، تم عرضها على الأساتذة لتحكيمها واجراء التعديلات اللازمة.

7. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث على انه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل او المجموعة الاكبر مجتمع مستهدف الذي يريد الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج على كل المفردات.⁸

ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة والذي يهدف الى اثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة فان مجتمع الدراسة يقتصر على أساتذة قسم علوم انسانية.

▪ عينة الدراسة

يعتبر الباحثون عينة الدراسة اهم ما يسير الباحث العلمي خاصه في الجانب الميداني للبحث يمكن تعريفها على انها مجموعة من المفردات سواء كانت اشخاص او وثائق يقوم الباحث باختبارهم بهدف جمع البيانات الخاصة بالبحث على انه تتمثل هذه العينة المجتمع الكلي احسن تمثيل وان يكون لكل فرد فرص متساوية في الاختيار فهي انعكاس كامل لصفات وخصائص مجتمع البحث.⁹

ونظرا لطبيعة الموضوع قمنا باختيار العينة اسلوب الحصر الشامل يهدف هذا الاسلوب بانه اسلوب جمع البيانات من جميع البيانات من جميع الوحدات الإحصائية (وحدات المجتمع محل الدراسة) دون استثناء، ومن امثلة الحصر الشامل العام للسكان...

واهم اهداف الحصر الشامل هو الحصول على بيانات ومعلومات شاملة عن كل وحدة من وحدات المجتمع سواء كانت هذه الوحدة شخصا او اسرة او مؤسسة او وحدة اخرى.

ويتم استخدام هذا النوع من الاساليب عادة عند:

- الرغبة في الحصول على بيانات تفصيليه عن جميع وحدات المجتمع.

⁸ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، عالم المكتب، الطبعة الاولى، مصر، 2005، ص 204.

⁹ عبد الهادي نبيل احمد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، قسنطينة، 2005

- عدم معرفة الباحث طبيعة المجتمع، خاصة اذ لم توجد بحوث سابقة عليه.

8. الدراسات السابقة والتعقيب عنها

تعد الدراسات السابقة بمثابة الاطار النظري او المنطقة الرئيسي الذي يعود اليه الباحث لإنجاز بحثه ليستطيع الإحاطة بكل جوانب موضوعه، والاستفادة مما وصلت اليه البحوث العلمية من خلال عدد من الخطوات خاصة المنهجية منها، حيث تساعده على طرح المشكلة بدقة وتحديد المفاهيم والمصطلحات وصياغة الفروض بشكل واضح من جهة، كما تساعده من جهة اخرى في الجانب الميداني اذ يتعرف على المناهج المستخدمة وادوات البحث وكيفية توظيفها ومعرفة الصعوبات التي ستواجهه، وفي هذا الصدد اعتمدنا في دراستنا على عدد من الدراسات السابقة.

■ **دراسة عبد الرحيم وهيبة 2006:** إحلل وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، دراسة حالة الجزائر. هدفت هذه الدراسة الى تحديد مصير وسائل الدفع التقليدية في ظل التطور الذي تعرفه وسائل الدفع الحديثة بالمنظومة المصرفية الجزائرية. وقد خلصت الى نتيجة مقادها بان وسائل الدفع الحديثة في الجزائر ما زالت تعرف الكثير من العراقيل التي تحول دون تطورها على غرار مثلتها في دول العالم، وبان الوسائل التقليدية لا يمكن باي حال من الاحوال الاستغناء عنها على الاقل في المدى القصيرة والمتوسط.

■ **دراسة بوزرق ابراهيم فوزي 2008 :** دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الالي البنكي

دراسة حول القرض الشعبي الجزائري CPA

تعالج الدراسة الإشكالية التالية: ما هي مقومات التجربة الجزائرية في مجال النقد الالي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك في ظل التفتح الدولي وعالمية التعاملات وتعدد الشبكات البنكية الخاصة بوسائل الدفع الحديثة؟ وقد خلصت الدراسة الى النتائج الآتية: نقاط الضعف في نظام الدفع الالكتروني الجزائري، اقتصاره على التعاملات الداخلية دون الخارجة في اغلب المصارف الجزائرية.

وجود تردد كبير في تطبيق التشريعات الملزمة بالتعامل في النقد الالكتروني، وجود تفاوت كبير بين البنوك الجزائرية في اعتماد وسائل الدفع الحديثة مما يؤثر سلبا على النظام المصرفي الجزائري برهنه، احتلال القرض الشعبي الجزائري مكانه ريادية في اعتماد وسائل الدفع الحديثة ضمن المنظومة المصرفية الجزائرية.

الإطار المنهجي للدراسة

■ **دراسة شيروف فضيلة 2010:** أثار التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة على بعض البنوك الجزائرية.

عاجلت الدراسة الإشكالية التالية: ما هو أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية؟¹⁰ وذلك من خلال القيام باستبيان ميداني على زبائن بعض البنوك الجزائرية وهو قد توصل الى ان التسويق المنتج المصرفي الإلكتروني ما زال في بدايته الاولى ويقتصر تطبيقه على فئة خاصة وقليلة من العملاء وبان ثقافة البيئة الإلكترونية ما زالت ضعيفة جدا في ادهان الافراد ومقابل ذلك يوجد ترسخ في المفهوم التقليدي للنقود والخدمات البنكية.

■ **دراسة عرابة رابح 2012:** دوره التكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري.

حاول الباحث في هذه الدراسة ابراز الدورة الذي تلعبه تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير المنظومة المصرفية الجزائرية، وذلك بالتعرض الى تكنولوجيا المعلومات ودورها في نشاط الاعمال الإلكترونية واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر وتوصلت هذه الدراسة النظرية الى ان البنوك الجزائرية تعاني من نقص في الخدمات المصرفية الإلكترونية ونشاطها جد محصور¹¹.

■ **دراسة التقرير الاقتصاد العربي الموحد 2012 :**

فرص وتحديات النفاذ الى الخدمات المالية والمصرفية والتمويل في الدول العربية، تتناول الدراسة موضوع التمويل الخاصة بالأفراد والشركات الصغيرة ومؤشرات النظام المصرفي في الدول العربية حيث جاءت غنية بالإحصائيات والارقام، الامر الذي ساعد على اعطاء نظرة واضحة على واقع وسائل الدفع الحديثة والتقليدية بهذه الدول¹².

■ **دراسة حوالم عبد الصمد 2015:** النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني:

هي دراسة قانونية حاولت معالجة اشكالية ما مدى كفاية الاجراءات والوسائل المساعدة على استعمال وسائل الدفع الإلكتروني من الجهة القانونية وكذا السبل الكافلة بمواجهة المخاطر المصاحبة للتطورات التقنية والفنية لهذه الوسائل؟ وقد خلصت الى ان التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر لا يزال يعرف تعثر كبير منذ انطلاقة في

¹⁰ يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الاولى القاهرة، مصر، 2012، ص 27 28.

¹¹ عبد الرحيم وهبية، وسائل الدفع المصرفية التقليدية والإلكترونية، دراسة حالة الجزائر، رساله ماجستير جامعة الجزائر، 2006.

¹² بورزق ابراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الالي البنكي، دراسة القرض الشعبي الجزائري CPA، رساله ماجستير، جامعة الجزائر، 2008.

الإطار المنهجي للدراسة

سنة 2005 وتسجيل غياب ثقة التعامل بهذا عند المواطن الجزائري من جهة وجهل فئات واسعة بطريقة التعامل بها من جهة اخرى. وكذلك هناك مشكله عدم كفاية نصوص قانون العقوبات الجزائري في توفير حماية جنائية للتعامل بوسائل الدفع الالكتروني، وترك تنظيم التعامل بها للأطراف التعامل وهذا من شأنه ان يشكل إجحاف في حق زبائن البنوك بوصفهم الجهة الاضعف في العقد.

كل الدراسات تجمع بان وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة ما زالت محدودة الانتشار في الجزائر وتطبيقها وتعميمها في المنظومة الاقتصادية الجزائرية يوجه الكثير من العوائق التقنية والقانونية وحتى مشكلة نقص الثقة وثقافة الاستعمال عند المواطن الجزائري.

9. حدود الدراسة:

الاطار الزمني: يمتد منشهر أفريل الي أواخر جوان سنة 2023.

الاطار المكاني: جامعة مولود معمري تيزي وزو (تامدة) كلية قسم العلوم الإنسانية.

الاطار البشري: تشمل على أساتذة قسم العلوم الإنسانية.

10. المفاهيم والمصطلحات:

لغة:

نظام الدفع هو أي نظام يستخدم لتسوية المعاملات المالية من خلال تحويل القيمة النقدية. ويشمل ذلك المؤسسات والأدوات والافراد والقواعد والإجراءات والمعايير والتقنيات التي تجعل التبادل ممكنا.

اصطلاحا:

الدفع الإلكتروني يشر مصطلح الدفع الإلكتروني الي الدفع الذي يتم اجراؤه من حساب بنكي الي حساب اخر باستخدام الطرق الالكترونية وبدون تدخل مباشر لموظفي البنك.

مفهوم الجودة:

• لغة: تعنيكون شيء جيدا وهي مصدر للفعل الجاد.

• اصطلاحا: تعرف بانها درجة سيادة المنتج او الخدمة على المنتجات او الخدمات المماثلة للمستهلك ودرجة مساهمة المنتج والخدمة في تحسين نمط الحياة لدي الفرد.

الإطار المنهجي للدراسة

• **التعريف الإجرائي:** هي مجموعة من الخصائص للمنتج او الخدمة التي تقابل متطلبات وتوقعات الجمهور ودتك بدقة والضبط في العمل ودرجة من التمييز والتفوق مع تقليص التكاليف.

• **مفهوم الخدمة:**

• **لغة:** هي كلمة مأخوذة من اللاتينية (SEVITIU)أخذ هذا المفهوم بعدا ادبيا بداية من الثورة الصناعية ما افرزته من دراسات ميدانية حول واقيع العمل الإنتاجي والاستهلاك.

• **اصطلاحا:**الخدمة هيمنتج غير مادي نتيجة نشاط انتاجي وهي مرتبطة أيضا بسلعة ولا يمكن تخزينها أي ان هناك تزامن بين عملية انتاجها و استهلاكها.¹³

¹³توفيق عبد المحسن. قياس الجودة والقياس المقارن. مكتبة النهضة المصرية اترك. مصر.2006.ص40.

الفصل الأول: وسائل الدفع الالكتروني

تمهيد

المبحث الأول: مدخل لوسائل الدفع التقليدية

- المطلب الاول: مفهوم وسائل الدفع.
- المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الدفع.
- المطلب الثالث: الاشكال التقليدية لوسائل الدفع.
- المطلب الرابع: العوامل المؤدية لتطور وسائل الدفع التقليدية.

المبحث الثاني: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

- المطلب الاول: مفهوم وسائل الدفع الالكتروني.
- المطلب الثاني: اهمية وسائل الدفع الالكتروني.
- المطلب الثالث: خصائص وسائل الدفع الالكتروني.
- المطلب الرابع: انواع وسائل الدفع الالكتروني.

المبحث الثالث: مزايا وعيوب استخدام وسائل الدفع الالكتروني

- المطلب الاول: مزايا وسائل الدفع الالكتروني.
- المطلب الثاني: عيوب وسائل الدفع الالكتروني.
- المطلب الثالث: عوامل نجاح وسائل الدفع الالكتروني.

خلاصة الفصل

تمهيد الفصل

تعتبر وسائل الدفع عن طريقها التي من خلالها يستطيع الافراد التسوية التزاماتهم او الدفع اثمان السلع والخدمات التي يحصل عليها وقد تطورت وسائل الدفع عبر العصور، وذلك تبعا لتطور الحياة الاقتصادية وظروف السوق والتطورات في مجال التكنولوجيا الاتصال، وقد حظيت بالقبول الاجتماعي لها فبدأت بنظام المقايضة ثم بعد ذلك نظام المعدنين وبسبب محدودية هذا النظام ظاهرة النقود الورقية الإلزامية التي تستمد قوتها من القانون، ومعه التطورات غير مسبوقه في التكنولوجيا المعلوماتية نتج عنها وسائل الدفع الكترونية والتي تمثل الصورة الإلكترونية لوسائل الدفع التقليدية التي توجد بأشكال مختلفة تتلائم مع طبيعة الصفقات.

وهذا ما سنتطرق له في هذا المبحث حيث سوف نستعرض وسائل الدفع التقليدية، تعريفها وتطورها، ثم العوامل المؤدية الى تطور وسائل الدفع واخيرا مزايا وعيوب وعوامل نجاح وسائل الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول: مدخل لوسائل الدفع التقليدية

إن النقود بمختلف أنواعها من أهم الأدوات التي يتعامل بها الأفراد في المجتمع كافة، وانتشارها الواسع أدى إلى ظهور عدة مشاكل، مما أجبر الاقتصاديين إلى ابتكار وسائل قانونية أخرى تتماشى مع متطلبات الحياة الاقتصادية، من سرعة في الانجاز وتمثل هذه الوسائل القانونية في وسائل الدفع التي من الاستعمال الواسع للنقود بأنواعها.

المطلب الأول: مفهوم التطور التاريخي للوسائل الدفع

ان نظام الدفع أي دولة من دول العالم يكون ناتج عن ثقافة الأفراد وكذا مميزاتهم الاجتماعية والتاريخية وكذا الاقتصادية والتطورات التكنولوجية، وعليه هذه المميزات استعمال وسائل الدفع في بلد ما.

1. مفهوم وسائل الدفع

لوسائل الدفع العديد من التعاريف يمكن أن نوجز أهمها وما يلي²:

وسيلة الدفع تطلق على كل شيء يمكن قبوله اجتماعيا من خال منح الثقة في هذه الأدوات من طرف أفراد المجتمع.

وتعرف على أنها تلك الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورها في تسهيل تبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون والالتزامات.

وقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 113 من قانون النقد والقرض كما يلي: تعتبر وسائل الدفع جميع الوسائل التي تمكن من تحويل أموال مهما وان الشكل أو الأسلوب التقني المستعمل³:

ويمكن النظر إلى وسائل الدفع من ثلاث زوايا أساسية: فهي أداة وساطة مهمتها تسهيل التداول وتموين إجراء الصفقات بسهولة، وهذا ينطبق بالأساس على النقود في شكلها العصري، وبصفة أقل على الأوراق التجارية عندما تكون محل تداول بين فئة التجار، ومن جهة أخرى تمثل أدوات للدفع العاجل وهذا الأمر ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة أقل وأحيى أو هي أدوات تمكن من نقل الاتفاق في الزمن حيث امتلاكها يسمح لأفراد إما

² سالم مريم، أساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم

الاقتصادية، تخصص لقوع، ومائية غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة 2013-2014، ص 3.

³ عبد الرحيم وهيبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية (دراسة حالة الجزائر). مذكرة الماجستير في

علوم التسيير فرع نقود ومالية غير منشورة جامعة الجزائر، 2005_2006، ص 20.

بإنفاقها حاليا أو انتظار فرص أفضل في المستقبل وانطلاقا من هذا المبدأ فإن وسيلة الدفع إنما تمثل وسيلة قرض حيث تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا وإعادة استرجاعها. وتعرف وذلك على ألسنة وسائل تسمح بتحويل أموال أي شخص مهما والت طبيعة السند المستخدم (سند) بنكي والشيكات خاصة بطاقات الدفع، سند أمر، تحويلات بنكية. ودور البنك هو الإشراف خاصة في إصدار الشيكات وأيضا بإصدار وتحويل الأوراق التجارية الأخرى باسم وإلى حساب العميل⁴.

ويمكن تعريفها وذلك أيضا على أنها الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورا هاما في تسهيل تبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون والالتزامات، وقد كانت هذه الوسيلة تتمثل في النقود القانونية لون مع تطور الزمن وجدت وسائل أخرى مثل الأوراق التجارية، وبعض أنواع السندات⁵... مما سبق يمكن تعريف وسائل الدفع بأنها أداة تحل محل النقود من حيث أداء الوظائف بشرط أن تحظى بالقبول العام من طرف الأفراد وتسهل هذه الأداة تبادل السلع والخدمات وكذا تسديد الديون والالتزامات.

المطلب الثاني : التطور التاريخي لوسائل الدفع

نتيجة الفوائد المتحصل عليه من عملية الإنتاج بفضل تقسيم العمل وزيادة الإنتاجية في المنتجات البدائية برزت مرحلة يتم التبادل من خلالها بين المجتمعات بمسئلتها المختلفة أي سلعة مقابل سلعة، وهو ما يعرف بالمقايضة غير أن هذه الوسيلة لم تدم طويلا بسبب محدودية هذه النظام بعد النقائص التي تميزت بها مرحلة المقايضة كان من الضروري الاستعانة بوسيلة أخرى أكثر فعالية، وتم بذلك اللجوء إلى استخدام المعادن كالنقود، واحتلت المعادن الثمينة (الذهب والفضة) مكان الصدارة بين مختلف المعادن النقدية، ثم تاهت في الترتيب المعادن الأخرى مثل الحديد والنحاس والقصدير وغيرها.

ولقد تم اختيار المعادن الثمينة للقيام بدور النقود انطلاقا مما تتمتع به من خصائص جعلتها أوثر صاحبة للقيام بدور النقود، فالمعادن النفيسة تمتاز بالخصائص الآتية:

- بأنها غير قابلة للتلف، وقابلة للتجزئة إلى قطع متماثلة يلاءم حجمها مختلف حاجات التداول.
- نظرا لكونها نادرة نسبيا فهي مرتفعة الثمن.
- الثبات النسبي في قيمتها بالمقارنة مع غيرها من السلع.

⁴ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك دوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2003، ص 32

⁵ سليمان ناسر، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص 18

وتعد النقود المصرفية أهم أنواع النقود وهي كتطور في أشكال النقود المتداولة، فكما كان إيداع الذهب لدى البنوك سبب في وجود النقود الورقية فإن إيداع النقود الورقية أدى إلى وجود النقود الائتمانية، فعوضاً أن يقوم المودع بتسديد بعض معاملاته بإخراج مبلغ من البنك فيستطيع أن يحرر شيك بقيمة المعاملة وفي حدود ما لديه في البنك دون إخراج النقود.

أما في العصر الحديث فقد ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية، والتي تولدت عن تطور شبكة الانترنت وبروز التجارة الإلكترونية، وهذا ما ساهم في تبخر الأموال وتحويلها إلى الإلكترونيات حيث نتج عن الاستخدام الموسع للكمبيوتر والشبكات الرقمية، فتح باب واسع أمام تحول الأموال إلى أرقام ووقائع افتراضية، ومن أهم هذه الوسائل الجديدة هي البطاقات البنكية، التي عوضت الشيك في الكثير من المدفوعات و كان اول ظهور لها في الولايات المتحدة الأمريكية، لتنتشر بعد ذلك في اوروبا ثم الي باقي دول العالم، لتظهر فيما بعد باقي وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الثالث: الاشكال التقليدية لوسائل الدفع.

عرف النشاط الاقتصادي عدة وسائل الدفع تمكن من اجراء الصفقات بسهولة حرية بالقبول الاجتماعي فبالإضافة الى النقود وسيلة الدفع الوحيدة التامة والوسيلة، عرف الانسان هو عدة وسائل اخرى كالشيك بأنواعه واوراق الدفع، سند، الرهن... الخ وكل هذه الوسائل يمكن تداولها واستخدامها في تسوية الصفقات.

1. النقود:

هو كل شيء يلقي قبولاً بين الناس كوسيط للتبادل أو لإواء الديون يسمى نقوداً. ويعني هذا التعريف المبسط للنقود ان قبول الناس او الافراد لأي شيء قبولاً عاماً كوسيط للتبادل واداة لتسوية الديون و ابرام الذمم يعطى لهذا الشيء صفة النقود⁶

1.1. انواع النقود

يمكن تقسيم النقود حسب تطورها التاريخي الى ثلاثة انواع وهي:

⁶ محب خلة توفيق، الاقتصادي النقدي والمصرفي، دراسة تحليلية للمؤسسات والنظرية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الاولى، الإسكندرية 2015، ص 27.

2.1. النقود السلعية:

تعتبر النقود السلعية اقدم انواع النقود التي عرفتها المجتمعات البشرية حيث لجأ اليها الناس للتخلص من مشاكل المقايضة وصعوبات مختلفة وقد شملت هذه السلع القمح والشاي والماشية... الخ وقد كان لها صيغتين كسلعة وصفها كمنقذ⁷.

3.1. النقود المعدنية:

انتشر استعمال المعادن نقودا بعد ان ظهر تفوقها على غيرها من سلع اذا تسهل صياغتها وصكها في شكل معين، وبقيمة محددة اول انواع النقود المعدنية التي يشاع استعمالها كانت النقود النحاسية والبرونزية وعند اتساع نطاق حجم التبادل التجاري استخدمت الفضة في التبادل.

4.1. النقود الائتمانية:

عبارة عن ديون في ذمة البنك قابله للدفع عند الطلب ويمكن تحويلها من فرض لأخر بواسطة الشيكات يطلق عليها ايضا بالنقود المصرفية او نقود الودائع يمكن استخدامها كوسيلة⁸ للدفع عن طريق الشيكات غير ان استخدامها يتوقف عند موافقه الدائن إذا لم تتمتع بقوة الابرام بحكم القانون وهكذا نجد ان النقود الائتمانية ليس لها كيان مادي ملموس انما توجد في صورة حساب بدفاتر البنوك⁹.

2. الحساب

هو عقد بمقتضاه يلزم شخصان بتحويل الحقوق، والديوان الناشئة عن العمليات الاصلية التي يتم بينها الى قيود في الحساب بحيث يكون الراصد النهائي عند اقفال الحساب وحده دينا مستحق الاداء ومن مزاياه انه اداة ائتمانية وضمن بفضل المقايضة الإجمالية عند قفل الحساب وما تؤدي اليه من اعفاء كل طرف من الوفاء بديونه وفي الحدود التي يكون ذاتيا فيها فبدرا بذلك خطر افلاس الطرف الاخر¹⁰.

⁷ سعيد سامي الخلاق، النقود والبنوك والمصارف المركزية، دار البازوري، عمان 2010، ص 22.

⁸ محمد زهر شاميه، النقود والمصارف، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، دار الفكر للنشر، الإسكندرية 2013، ص 23.

⁹ محمد ابراهيم عبد الرحيم، اقتصاديات النقود والبنوك، دار التعليم الجامعي الإسكندرية 2014، ص 57.

¹⁰ لوصف غمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن 21 مع الإشارة الى التجربة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 16.

3. الشك:

كشك امر مكتوب يتمكن بموجبه الساحب او شخص اخر معين او عاملة من قبض كل النقود او بعضها المقيدة لذمته في حساب لدي المسحوب عليه عند الطلب واستعمال الشك كوسيلة دفع يتم خصيصا من قبل اصحاب الحسابات البريدية والخزينة ومن انواعه نذكر ما يلي:

1.3. الشك المسطر.

يقصد بالتسطير وضع خطين متوازيين بينهما فراغ على وجه الشك من الاعلى الى الاسفل حتى يعلم المسحوب عليه بمجرد النظر اليه.

الشك المعتمد وهو الشك الذي يطلب من المسحوب عليه اعتماده ويتم ذلك بتوقيع المسحوب عليه على سطر الشك واعتماد الشك قرينه على ان للمسحوب عليه الرصيد الكافي للوفاء بقيم الشك¹¹.

2.3. الشك المعد للقيد في الحساب

ميزة الشك المعد للقيد في الحساب كما يدل عليه اسمه انه لا يجوز وفائه نقدا وانما عن طريق قيده في حساب عاملة لدى المصرف المسحوب عليه او اي مصرف اخر، كما يجوز الشك وحامله ان يمنعا الأتية القيد في الحساب على ظهر الشك او اي عبارة اخرى مماثلة وفي هذه الحالة لا يمكن ان يجري تسديد الشيك من قبل المسحوب عليه لا بطرق القيد في السحاب يقوم مقام الوفاء¹².

3.3. الشك السياحي

عبارة عن اوامر تسحبها المؤسسة على فروعها في جهات مختلفة في العالم ويقصد بها تمكين السائحين من الحصول على النقود اللازمة لهم في البلاد التي يقوم بزيارتها، حيث يستطيع حامل الشيك التوقيع عليه لدى البنك في الخارج.

4.3. الشك البريدي

هو امر بالدفع لدى الاطلاع عليه بمقتضاه، يتمكن الساحب من قبضه كل او بعض النقود القائمة والمعتبرة لحسابه لدى مصلحة البريد او دفع هذه النقود الى شخص اخر يعينه¹³

11 شايفي سعدان، المحاسب العامة، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 1993، ص 195.

12 أكرم يا ملكي، الاوراق التجارية والعمليات المصرفية، دار الثقافة.

13 فريدة قفلول، أهمية النظام الدفع الإلكتروني في المصارف، دراسة حالة BADR، المذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر، 2023، ص 34.

4. اوراق الدفع

1.4. الكمبيالة¹⁴

هي ورقة تجارية تظهر ثلاثة اشخاص في ان واحد يجب ان تتوفر فيها شروط موضوعية واخرى شكلية حيث تخضع الشروط الموضوعية اللازمة لصحة الالتزام الناشئ عن الكمبيالة لقواعد القانون المدني فضلا عن شروط موضوعية خاصة مرادها ان الصك يتثبت التزاما تجاريا شديدا الوطأة على المدين .

2.4. السد الامر¹⁵

ورقه تجاريه لا يتضمن سوى طرفين يوم المحور والمستفيد، بحيث يكون الطرف الاول محددا مهديا والطرف الثاني مستفيد فيحرر لأمره سندا يتعهد فيه بدفع قيمه الدين في تاريخ معين لاحق هو تاريخ الاستحقاق للدائن.

3.4. سند الرهن

الاصل في سند الايداع انه بيان ملكية البضاعة ويمكن بيع هذه البضاعة بتقديم سند الايداع والوصل المرفق به غير انه يمكن ان يتحول الى وسيلة الدفع اذا تم تظهره لشخص اخر وهذا التطهير لا يدل على انتقال ملكية البضاعة وانما يدل على رهن هذه البضاعة.

4.4. سند الصندوق¹⁶

هو عبارة عن التزام مكتوب من طرف هذا البنك بدفع المبلغ المذكور في السند في تاريخ معين هو تاريخ الاستحقاق وقد يكون هذا السند محرر باسم هذا الشخص او لأمره اي كامل السند ويحدث هذا عندما يقوم شخص ما باقتراب بنك اموالا قصيرة الاجل مقابل الحصول على فائدة.

5.4. سند النقل

وثيقة تمنح من الناقل يثبت ملكية البضاعة سواء كانت في الطريق او وصلت الى الجهة المقصودة ويصح هذا السند ورقه تجاريه اذا تم اصداره او تظايره لحامله ويمكن تداول سند النقل عن طريق التطهير حتى وان كان السند اسميا اي صادره لشخص مسمى .

¹⁴ محمد كمال، الاوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 37.

¹⁵ الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك، ديوان مطبوعات جزائرية، 2005، ص 35.

¹⁶ زهير، المرجع السابق، ص 7.

6.4. السندات العمومية قصيرة الاجل

تحتاج الخزينة الى نوعين من الاموال طويلة الاجل لتمويل كمياتها الخاصة بالتجهيز واموال قصيره الاجل لتمويل نفقاتها العادية او الجارية وتلجأ الخزينة الى اصدار سندات قصيرة الاجل لتمويل احتياجاتها السلطات العمومية فيما يخص نفقاتها الجارية وذلك عندما يتأخر تحصيل الإيرادات الضريبية.

المطلب الرابع: العوامل المؤدية لتطور وسائل الدفع التقليدية

توجد العديد من العوامل التي أدت إلى تطور وسائل الدفع من شكلها التقليدي إلى شكلها الحديث ورغم تطورها حافظت على نفس الدور والوظيفة التي تقوم بها سابقا لكن بطرق حديثة ومتطورة ومختلفة ونذكرها كما يلي:

1. تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية.

أصبح الإحساس بالأمان الذي ولدته وسائل الدفع التقليدية بمرور الوقت مرتفعا جدا، إلا أن لهذه الوسائل مشاكل كثيرة منها:

أ - انعدام الملائمة: فالحاجة إلى الوجود الشخصي، سواء شخصيا أو عبر التليفون لكلا الطرفين يقيد الحرية المعاملاتية وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير في اقتناء المنتج عنه تكلفة أعلى، وبالنسبة للبائع يعني ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة انخفاض المبيعات أو فقدها.

ب. عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي: لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي، ويتوقف لي التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد فالمدفوعات بالشبكات تستغرق ما يصل إلى أسبوعين وتستغرق مدفوعات بطاقات الائتمان أسبوع.

ج. انعدام الأمان: فالتوقعات يمكن أن تزور وأرقام بطاقات الائتمان يمكن أن تسرق أو التجار يمكن أن يرتكبوا الغش والاحتيال.

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

2. استخدام شبكة الانترنت في المجال المصرفي

كان للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في حدوث ثورة في المعاملات المصرفية من خلال شبكة الانترنت خاصة بظهور شبكة الويب العالمية، وظهرت في هذه الفترة شركات توفر خدمة الانترنت حيث تزود

الأشخاص بالاشتراك بخدمة الانترنت عبر شبكة الاتصال الهاتفي وهو ما ساعد البنوك لعرض خدماتها مما سمح للعملاء بقضاء أشغالهم دون حاجة للتعامل مع الموظفين، أو الانتظار ساعات طويلة في طوابير أجل قضاء مصلحة مصرفية، وتوفر هذه الخدمات بصفة ايجابية منها الملائمة والكفاءة والسرعة والوفر الاقتصادي.

■ والعميل من خلال الشبكة يمكن له أن يراجع حساباته ويفحصها ويسدد الفواتير الخاصة به في أي وقت ودون التقييد بمواعيد العمل الرسمي لموظفي البنوك، فأصبحت هناك ضرورة ملحة لتطبيق التقنيات الحديثة في البنوك من أجل:

- التعامل بكفاءة مع النمو الهائل والمتسارع لعدد حسابات العملاء بالبنوك.
- تخفيض التكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات، فقد ازداد حجم استخدام الشيكات وأداة للدفع زيادة ضخمة عقب الحرب العالمية الثانية وتقلص استخدام النقود إلى حد ما وقد شكلت الكثير من المصرفيين في مدى قدرة البنوك على التعامل مع الكم الهائل من الشيكات وما يصاحبها من كم هائل أيضا من المعاملات الورقية.
- ضرورة تحرير العملاء من قيود المكان والزمان إذ كان في الماضي يتعامل مع بنوكهم داخل مقرها وخلال مواعيد العمل الرسمية بها، في حين أصبح الآن في وسعهم التعامل مع بنوكهم في أي وقت ودون الحاجة إلى الانتقال إلى مقر هذه البنوك.

ساهمت هذه الشبكة في تطور مفهوم التجارة ليظهر مصطلح التجارة الإلكترونية والتي يكون الدفع فيها الكترونيا، مما ساهم واستوجب ضرورة استحداث طرق الدفع التقليدية، لتظهر بذلك وسائل الدفع الإلكترونية الأكثر ملائمة للمعاملات المصرفية الإلكترونية

3. التوجه نحو التجارة الإلكترونية

يجمع المتبعون للنشاط التجاري والراصدون لتغير الاتجاه العام بين مختلف الوسائل المستخدمة لإدارة التجارة بين بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية على أن المشهد التجاري الحالي يتجه نحو ابتكار برامج وبروتوكولات جديدة، واعتماد اجراءات أمنية وتشريعات قانونية من أجل بناء صرح جديد للتجارة يعرف بالتجارة الإلكترونية، والتي يمكن تعريفها بمعناها الشامل "بأنها عمليات شراء وبيع السلع والخدمات عبر الانترنت...

إن كانت العلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب والقبول بخصوص أي تعاقد وهي أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي، وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما نقدا أو باستخدام أدوات الدفع البديل وهي وسائل الدفع التقليدية

فإن التجارة الإلكترونية كونها تعبر عن تبادل السلع والخدمات ومعلومات بين أطراف متباعدة مكانيا عبر شبكة الانترنت، استوجبت تطوير طرق وسائل الدفع وقد كان ظهور وسائل الدفع الإلكترونية من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية تقوم على أربعة عناصر:

بائعون مشتركون شبكة الانترنت ووسائل الدفع الإلكترونية، بالإضافة إلى ما سبق هناك كثرة المشاكل الناجمة عن استخدام وسائل الدفع التقليدية التي تعاني من التماطل المفرط في معالجتها وضعف كبير في التالية لعمليات المعالجة، وهذا بالإضافة إلى المشاكل التي تقع عليها ويمكن ذكرها كالاتي:

- استخدام الطرق اليدوية على مستوى الوكالات مما يؤدي إلى طوابير انتظار طويلة رغم توفر الوسائل التقنية ووسائل الإعلام الآلي.
- مشاكل ذات طابع إداري) تسليم البريد، دفاتر الشيكات طلبات الاستعلام ووثائق الإثبات (ترغم العميل على التنقل إلى الوكالة التي تدير حسابه.
- ندرة إرسال مستخلصات الحسابات والكشوف الدورية إلى مقر سكن الزبائن. 4. قد يستغرق الحصول على دفتر الشيكات في المتوسط 14 يوما ويمكن أن تصل هذه المدة إلى أكثر من ثلاثة أسابيع، أما فيما يخص التحويلات المالية فقد تنتظر المؤسسات في المتوسط 17 يوما.
- يعتمد الكثير من الأشخاص عدم الإمضاء بصورة صحيحة على الشيك حتى لا يتمكن حامله من خاصة الحصول على المبلغ، هذا وبالإضافة لخطر الشيك بدون رصيد مع نقل الإجراءات. القانونية والقضائية يجعل الأفراد يتهاونون في تقديم هذه الشيكات للعدالة، مما يشجع على إصدار العديد من الشيكات بدون رصيد.

رغم قلة استعمال وسائل الدفع إلا أنها تسجل الكثير من حالات عدم الدفع وأكثرها الشيكات بسبب انعدام الرصيد أو عدم كفايته أو حتى أسباب أخرى.¹⁷

¹⁷عبد الرحيم وهيبة، وسائل الدفع التقليدية في الجزائر الوضعية والافاق، مجلة الحاث العدد 20 2011 تمناست، الجزائر ص 39 .

المبحث الثاني: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية

إن وسائل الدفع التقليدية بأنواعها من أهم الأدوات التي يتعامل بها الأفراد في المجتمع، وبانتشارها الواسع أدى إلى ظهور العديد من المشاكل والتزوير مثلا، ولكن مع التطور التكنولوجي الحاصل أجبر الاقتصاديين إلى خلق وسائل جديدة تتلاءم والتطور التكنولوجي وتقوم بنفس الدور والوظائف للوسائل التقليدية وتدعى وسائل الدفع الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية

يوجد العديد من التعاريف لوسائل الدفع الإلكترونية نلخص أهمها كما يلي¹⁸:

- هي مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتمثل في البطاقات البنكية، النقود الإلكترونية الشبكات الإلكترونية والبطاقات الذكية.
- وتعرف على أنها وسائل الدفع المتطورة في الانترنت وهي عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، والفرق الأساسي بينهما هي أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا، ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية.¹⁹
- وتعرفها المادة الثانية من قانون التجارة الإلكترونية التونسي بأنها : الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات²⁰...

المطلب الثاني: أهمية وسائل الدفع الإلكترونية

إن وسائل الدفع الإلكترونية أهمية كبيرة وفعالة في عالم التكنولوجيا مما يجعلها تتسم بالعديد من الخصائص وهو ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

¹⁸نصور الزين، عوامل الانتشار وشروط النجاح مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة وسائل وأنظمة المنقح والسداد الإلكتروني نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائري عرض تحارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر يومي 26-27 أبريل 2011 - ص 02.

¹⁹ صلاح الياس، مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية في أقل وجود الوسائل الحديثة مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظم التفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجريب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر يومي 26-27 أبريل 2011 - ص 09.

²⁰ المرجع نفسه، ص 19 .

1. أهمية وسائل الدفع الإلكترونية

إن اتساع نطاق التجارة الإلكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الإلكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية، وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة وسيلة بديلة كالشيك، وغيرها من الوسائل التقليدية الأخرى، لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالنقود الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية، من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية لهذا يتم الدفع إلكترونياً، ويمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية .

المطلب الثالث : خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

مازاد من أهمية وسائل الدفع الإلكترونية الخصائص التي تتميز عن تلك الوسائل التقليدية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبع الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم خاصة بما أن التجارة تتوسع إقليمياً ودولياً، وبذلك تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تحسين السيطرة على عملية التوزيع والنقل.
- يتم الدفع الإلكتروني بواسطة النقود الإلكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان وتتم الدفع عبر شبكة الانترنت أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصالات اللاسلكية، ويتم إعطاء أمر الدفع وفق المعطيات الإلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم الدفع بأحد الأسلوبين²¹:

- من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض حيث يكون الثمن مدفوع مقدماً.

- من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة سلفاً لهذا الغرض²².

²¹ لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 13.

²² السعيد بريكة، واقع عمليات المصرفية وفاق تطورها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، العربي بن مهدي أم البواقي، الجزائر، 2011 ص 140.

الاسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا العرض) الدفع عبر شبكة الانترنت، وذلك بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية) ومن ثم فان الدفع لا يتم الا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الاخرى عليها بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.

الاسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا العرض بل ان المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل اخرى والشك لتسوية اي معاملات مالية.

يلزم تواجد نظام مصرفي معد اتمام ذلك: اي توافر اجهزة تتولى ادارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الاطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على الاطراف المتقاعدة، يفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

النوع الثاني: شبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الافراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

المطلب الرابع: انواع وسائل الدفع الإلكتروني

نتيجة التطورات الحادثة في مجال التجارة الخارجية قامت البنوك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية متعددة، واتخذت عدة انواع اختلفت باختلاف وظائفها وهذا ما سنتطرق اليه في هذا المطلب.

1. بطاقات الدفع الإلكترونية

1.1. تعريف بطاقات الائتمان: هي بطاقات بلاستيكية تمنحها البنوك لعملائها ويتم استخدامها من قبل عملاء البنك لأغراض الشراء ثم التشديد لاحقا مع السماح له بتأجيل سداد رصيد المدين لفترة معينة مقابل فائدة.

2.1. بطاقة الخصم الشهري او الدفع الشهري charge card

هذا النوع من البطاقات لا يتطلب اصدارها قيام حاملها بالدفع المسبوق للبنك المصدر في صورته حساب جاري وانما تتم المحاسبة معه شهريا عن طريق ارسال البنك المصدر كشف حساب يتضمن تفاصيل المبالغ المستحقة على عامل البطاقة نتيجة مشترياته من السلع والخدمات من التجار وكذا سحوباته النقدية من الات السحب النقدي او البنوك على ان يكون ذلك في حد البطاقة الاقصى.

3.1. بطاقات الائتمان المتجددة **crédit card**

هي بطاقة تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينه وتسمح لحاملها فرصة الحصول على السلع والخدمات مع الدفع الاجل لقيمتها ولا يستخدم ذلك بالضرورة وجود مبالغ مالية لحساب العميل حالة استخدامه للبطاقة المصدرة ومن اشهر انواع قاتل الائتمان المتجددة بطاقة فيزا وبطاقة ماستر كارد وهذه البطاقة لها ثلاثة انواع:

- بطاقة فضية او عادية وهي لا تتجاوز فيها القرض الممنوح لحاملها حد اعلى 10,000 دينار مثلا.
- بطاقة ذهبية :هي بطاقة الدفع الإلكتروني أطلقها بريد الجزائر في جانفي 2017 بهدف تسهيل الحياة اليومية للمواطن، تتيح هذه البطاقة الجديدة لحامله إمكانية إجراء مختلف المعاملات المالية عن بعد. بالنسبة للخدمات التي تقدمها البطاقة فهي الإطلاع على الحساب البريدي، تسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالمياه و الكهرباء، تحويل الأموال من حساب لآخر وهذا باستعمال تطبيق بريدي موب الذي اطلق حديثا، تعبئة الهاتف النقال.
- البطاقات اللاتينية وهي ذات مواصفات ومزايا اضافيه لحسب كفاءه العميل المالية ومدى ثقني المصرف به.

4.1. مزايا بطاقات الائتمان

- تعتبر اداة حقيقية للحصول على القرض
- لا يشترط لحصولها وجود رصيد دائن
- يمكن معها طلب البطاقات الإضافية لأفراد الأسرة.
- يمكن لحاملها شراء الحاجيات والخدمات بالبطاقة او به رقم الحساب.
- معترف بها على المستوى العالمي.

وقد كان لظهور هذه البطاقة استحباب طبيعي طبيعية لطلبات المستهلكين المتنامية للاستفادة من نظم المدفوعات المتقدمة التي تؤمن لهم السرعة وسهولة الاستعمال والحماية لأموالهم بالإضافة الى تمكينهم من الدخول الى نظام المعلومات المالية اللازمة لهم حيث يتم إنجاز الخدمات المذكورة عبر عدة وسائل اهمها شبكات عمالات اقفال switched network او شبكات هيكلية backbone network والهواتف المسندة للشاشات

هيكله screen bas telephone

يتضح ذلك ان الفكرة الأساسية التي تقوم عليها بطاقات الائتمان والتي تعني اقتصاديا القدرة على الاقتراض ذلك لان الجهة المصدرة للبطاقة تجعل الوفاء بالقيمة للتاجر على دفعات مؤجلة مما يحقق معنى الائتمان²³.

5.1. انواع بطاقات الائتمان²⁴

تنقسم بطاقات الائتمان بصفة رئيسية الى ثلاثة أنواع:

❖ بطاقة الخصم او بطاقة الدفع الفوري credit card

هي البطاقة التي تعتمد على وجود ارصاء فعلية في صورة حسابات جارية للعميل لدى البنوك لمواجهة السحوبات المتوقعة، فعندما يقوم حامل البطاقة بشراء اي خدمة من التاجر يقوم التاجر بإرسال مستندات الشراء الى البنك الذي يقوم بدوره بالخصم من حساب العميل مباشرة بالقيمة المستحقة عليه كما يمكن الخصم ايضا بقيمته المسحوبات النقدية من الات سحب النقود.

❖ البطاقات الذكية smart card

واحد من التكنولوجيا الداعمة لعملية الدفع الإلكتروني هي البطاقات الذكية وهي بطاقات الدفع بلاستيكية ولكنها تختلف من غيرها بوجود شريحة دقيقة مثبتة في البطاقة قد تكون هذه الشريحة مشغل حاسوبي صغير بذكره او مجرد شريحة ذاكرة.

وتستخدم البطاقات الذكية لتدقيق والترخيص وإجراء العمليات الحاسوبية.

❖ مزايا البطاقات الذكية²⁵

تتميز البطاقات الذكية بمجموعة من المميزات وهي كالتالي:

- سهولة في التعامل
- القدرة العالية على تخزين بيانات أكثر او ادق للعميل.
- سهولة الحصول عليها وذلك من خلال منفذ الصرف الإلكتروني ومركز للبيع التجاري.
- المرونة كونها تلعب دور في مختلف الفئات.

²³ باطلي غنية، محاضرة حول وسائل الدفع الإلكتروني، سنة اولى ماستر جامعة محمد الامين دباغين، سطيف، 2014، ص 22 .

²⁴ علي عبد الله شاهين، نظام الدفع الإلكتروني ومخاطرها، ووسائل الرقابة عليها، مجلة جامعة الازهار، مج 12 ، العدد 2012، ص1.

²⁵ السيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للنشر، الطبعة الثانية القاهرة، 2008، ص 106.

6.1. أنواع البطاقات الذكية

- بطاقة الاتصال مباشر: يحتوي هذا النوع من صفحة معدنية ذهبية قطرها انش تقع في المقدمة عندما تمر البطاقة على القارئ يحدث اتصال الكتروني ويتم تمرين البيانات من خلال القرص.
- بطاقة الاتصال غير مباشر: اضافة الى وجود قرص محفور على البطاقة يوجد هوائي محفور ايضا عليها والمعلومات تمر من والي البطاقة عن طريق الهوائي الى هواء اخر مربوط بقارئ او اي اداة اخرى.

2. الشبكات الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية²⁶

1.2. الشيك الإلكتروني

لجات العديد من الدول الى اصدار نوع جديد من الشيكات يعرف باسم الشيكات الإلكترونية وذلك من اجل استخدامه كأداة من ادوات الدفع الإلكتروني اثناء القيام بالعمليات التجارية. وشك الإلكتروني هو عبارة عن وثيقة الكترونية تحتوي على البيانات التالية:

رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الإلكتروني.

ويتم تحرير الشيكات الإلكترونية وتبادلها عبر شبكة المعلومات الدولية وعملية التحرير هذه تعتبر الفارق الاساسي بين الشيكات الإلكترونية والشيكات العادية.

الشيك الإلكتروني يتيح من خلال موقعه الإلكتروني فرصة كبيرة للعميل للتحكم في دفتر شيكاته الخاص به والحصول على تقارير الكترونيه فورية عن حركة حسابه على شبكة المعلومات الدولية.

ولقد تبدأ فكرة التحول الى الشيكات الإلكترونية بعد الدراسات التي تمت في الولايات المتحدة الأمريكية والتي اوضحت ان البنوك تستخدم أكثر من 500 مليون شيك عادي اجراءات إعادة وصرف كل واحد منها حوالي منها 79 سم.

2.2. مميزات الشيك الإلكتروني

تميز الشيكات الإلكترونية بمجموعة من السمات أهمها:

- تصريف الشيكات الإلكترونية في دفع الصفقات الإلكترونية لجميع انواعها.

²⁶ وهيب عبد الرحيم، احلال وسائل الدفع الإلكتروني، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006 ص 20.

- دفتر الشيكات الإلكتروني دفتر امن مقارنة بدفتر الشيكات العادي ولا يختلف كل منهما عن الآخر اذ انهما يحققان الهدف والوظيفة نفسها.
 - يؤدي الشك الإلكتروني الى تقليل عمليات الاحتيال والنصب اتجاه البنوك والمستفيدين وغيرهم من خلال التأكيد من كافة بيانات الشيك لدى نقاط التعامل به، ويحمي الاطراف المتعاملة من التحايل باستخدام شيكات مزورة او بدون مؤونة او عدم كفاية مؤونتها.
 - يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالي 50% من رسوم التشغيل بالمقاربة ببطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات.
 - لا يتم تحمل الشيكات الإلكترونية المرتدة عن طريق شبكه المعلومات الدولية بالرسوم التي تحملها على الشيكات المرتدة العادية.
 - يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 48 ساعة فقط بالمقاربة بالشيكات العادية والتي يتم في وقت اطول من خلال غرفة المقاصة.
- وأما فيما يتعلق بآليات التعامل بالشيكات الإلكترونية فإنها تمر بالمراحل التالية²⁷ :
- اشراك المشتري لدى البائع جهة التخليص ويتم فتح حساب جاري له او يتم الاتفاق على الصرف خصما من حساب المشتري باي حساب جاري متفق عليه
 - يقوم البائع ايضا بالاشتراك جهة التخليص التي اشترك فيها المشتري حيث يتم فتح حساب جاري له او ربطه مع اي حساب جاري له ويتم تحديد شكل التوقيع الإلكتروني الخاص به.
 - يقوم المشتري باختبار السلعة او الخدمة التي يرغب في شرائها من البائع وبعد ان يتم الاتفاق على سعرها.
 - يقوم البائع باستلام الشك الإلكتروني الموقعة من المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله الى جهة التخلص
 - يقوم جهة التخليص بعد رجعه الشك والتحقق من صحة الارصاد والتوقعات وبناء على ذلك تقوم بإحسار كل من المشتري والبائع بتمام اجراء المعاملة المالية.
 - يتم حيث يتم الخصم من رصيد المشتري والإضافة الى رصيد البائع.

27 عدنان ابراهيم سرحان، الوفاء الإلكتروني، مؤتمر الاعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، مج 1 كلية الشريعة والقانون التجارة، دبي 2013، ص 271.

3.2. التحويلات الإلكترونية

هي عملية تتم بين حسابين لدى بنك آخر فيقوم البنك بخصم مبلغ الحوالة من حساب الامر واضافته الى حساب المستفيد فهي عملية بسيطة تتم في لحظة واحده بدون فارق زمني بين عملية الخصم من رصيد والإضافة عند استخدام القيد عن طريق الحاسوب²⁸

أما بالنسبة للتحويل البنكي الإلكتروني فانه لا يختلف عما سبق ذكره الا في كون الامر الذي يصدره العميل يكون وسيله الكترونيه مثل الانترنت وقد يأتي ذلك أما بواسطة امر بسيط صادر عن العميل بتحويل مبلغ معين من حسابه الى حساب اخر، او نتيجة احدى التعاملات الإلكترونية لإجراء عملية التحويل بشكل امن حيث يقوم التاجر بتوكيل الوسيط وهذا الاخير بإرسال النموذج لدار المقاصة الالية اذ كانت البنوك مشتركة في النظام المقاصة الالية، والتي تقوم بدورها بإرسال النموذج لبنك العميل الذي يتأكد من كفاية الرصيد لإجراء عملية التحويل اما اذا لم تكن البنوك مشترك في نظام المقاصة الالية فان الوسيط يرسل النموذج مباشرة وقد ادى تنظيم هذه العملية سواء من بعض التشريعات او بعض البنوك المركزية الى استغناء عن محاولة تطوير القواعد العامة حتى يمكن الاعتراف بقانونها.

3. النقود والمحافظ الإلكترونية

1.3.1. المحفظة الإلكترونية²⁹

لتسهيل عمليات الطلبات والمعالجة لبطاقات الاعتماد قامت العديد من الشركات بتقديم خدمة المحفظة الإلكترونية حيث تعمل المحفظة الإلكترونية على توفير الوقت والجهد بحفظ كل المعلومات عن بطاقة اعتماد معينة بنقرات واحد يتم ادراج كل هذه المعلومات بدون عناء طباعتها مره اخرى باستخدام لوحة المفاتيح والمحفظة الإلكترونية قادرة على حفظ المعلومات عن العديد من البطاقات لاعتماد وعمليات الشحن والفواتير وغيرها ولكن هناك العديد من بطاقات الاعتماد وعمليات مقبولة من العديد من التجار عبر الانترنت لذا قامت شركة فيزا ماستر كارد ومجموعة من تجار المحفظات الإلكترونية بعملية وضع معايير قياسته لهذه التقنية وذلك ليتم عملها بتقنية تسمى لغة النمذجة للتجارة الإلكترونية حيث تم قبول هذا المقياس في عام 1999 ومنذ ذلك الوقت قام العديد من التجار عبر الانترنت بتبني هذه الطريقة .

²⁸ محمود محمد ابو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة 2012 ص 50.
²⁹ خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية، دار جامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 138.

2.3. يجايبات وسلبيات المحفظة الإلكترونية

■ الإيجابيات:

- سهولة الاستعمال
- تقليص خطر السرقة
- امكانية اجراء مدفوعات دون ضرورة امتلاء حساب بنكي
- سهولة الدفع خلال عدة عملات دون القيام بعملية الصرف.

■ السلبيات:

- التكلفة الوحديّة للتشغيل
- التكلفة الوحديّة للمستعمل
- الوقت اللازم لتعود للتعود على استعمالها
- المراقبة من طرف البنك المركزي.

3.3. النقود الإلكترونية³⁰:

نظرا لحدائثة النقود الإلكترونية مقارنة بعمر البشرية فان هناك اختلافات حول تعريف هذه النقود ومن ثم تقدم تعريفات متعددة للنقود الإلكترونية منها:

- هي قيمة النقدية في شكل وحدات اتمائية مخزونه بشكل الكتروني او على اعداد الكترونية يجوزها المستهلك، او هي معالجة رقمية للمدفوعات عبر الأنترنت حيث تحل قمة النقد محل السيولة النقدية وتتم باستخدام الحسية والرقمية بأشكالها المختلفة ومن حواسب وهواتف نقالة وبطاقات ذكية او اية وسيلة اخرى تحتوي على ذاكرة حاسوبية وقدرات تشفيرية.

نستنتج إذا ان النقود الإلكترونية عبارة عن سلسلة من الارقام التي تعتبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية او الافتراضية لمذيعها ويحصل هؤلاء عليها في صورة نبضات كهرو مغناطيسية على كارت ذكي او على القرص الصلب.

³⁰ الحسين محمد سمحان، اقتصاديات النقود والمصارف، دار صفاء الطبعة الاولى، 2011 ص26.

4.3. أشكال النقود الإلكترونية³¹

تختلف صورة النقود الإلكترونية وأشكالها تبعاً للوسيلة التي يتم من خلالها تخزين القيمة النقدية، وكذلك وفقاً لحجم القيمة النقدية المخزونة على تلك الوسيلة التكنولوجية.

معيار الوسيلة تستطيع ان نقسم النقود الإلكترونية وفقاً للوسيلة المستخدمة لتخزين القيمة النقدية عليها الى البطاقات السابقة الدفع والقرص الصلب واخيراً الوسيلة المختلطة.

أ. **معيار القيمة النقدية:** هناك تصنيف آخر للنقود الإلكترونية يركز على معيار حجم القيمة النقدية المخزنة على الوسيلة الإلكترونية وتستطيع التمييز بينهما من خلال شكلين:

ب. **البطاقة ذات قيمة نقدية ضعيفة:** وهي صالحة للوفاء لقيمة السلع والخدمات التي لا يتجاوز قيمتها الدولار الواحد.

ج. **بطاقة ذات متوسط:** وهي صالحة للوفاء لقيمة السلع والخدمات والتي تزيد قيمتها عن الدولار الواحد.

5.3. خصائص النقود الإلكترونية : وتميز النقود الإلكترونية بخصائص تكون بشكلين:

أ. **خصائص متعلقة بالاستخدام:** يتميز النقد الإلكتروني عن أدوات الدفع الأخرى بما يلي³²:

- يحتفظ بالقيمة كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي

- يسمح بتحويل القيمة الى شخص آخر عن طريق تحويل المعلومات الرقمية

- يسمح بتحويل عن بعد عبر شبكات عامة كالإنترنت أو الشبكات اللاسلكية.

- لا يستلزم وجود طرف ثالث لإشهار أو مراجعة أو تأكيد التبادل.

- يتميز بالقابلية للانقسام ومتاح بأصغر وحدات النقد الأخرى.

ب. **خصائص متعلقة باحتياط الامن** لتحقيق أكبر قدر ممكن من الامن يتعين توفير عدة خصائص في صيغ

النقد الإلكترونية المقترحة أبرزها:

ان التحقق الامن عند استخدامها بحيث يصعب اختراقها من قبل القرصنة والمحتالين

ان تتميز بالقدرة على العمل المتواصل والتشغيل في كافة الظروف بما يحفظ حقوق المتعاملين بالنقد الإلكتروني.

³¹ السيد متولي عبد القادر، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الفكر الطبعة الأولى، عمان، 2010 ص 30.

³² عامر ابراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة الطبعة الثانية عمان، 2002، ص 190.

المبحث الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني وعوامل نجاحها

المطلب الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني

بالرغم من حادثة وسائل الدفع الإلكترونية وتوفرها على عدة إيجابيات فلها بالمقابل بعض السلبيات التي صاحبها حماية الزبون والتاجر أثناء تعاملاتهم.
تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بعده مزايا وهي:³³

1. البطاقة البنكية:

تقدم البطاقة البنكية منافع مشتركة لكل من حاملها والتاجر ومصدرها والاقتصاد ومن أهمها:

أ. بالنسبة لحاملها

تحقيق لحامل البطاقة سهولة وامان على الاموال التي حملها وما قد يتضمنه ذلك من خطر السرقة او الضياع.
تيسر لحاملها السداد من اي عملة كانت وبهذا يستريح العميل من اجراءات دخول العملات وخروجها في بعض البلدان التي بها قيود على تحويل العملة او منع خروجها او دخولها.
قد يلتزم التاجر بتحفيظ ثمن السلعة لحامل البطاقة عن السعر السوقي حسب الالتزام مع الجهة المصدرة للبطاقة.

تمكن من اعطاء حق استخدام بطاقة الدفع مثلا لشخص اخر تفيدته في حالة السفر او الطوارئ.

تمكن من اثبات شخصية حاملها خاصة في حالة السفر، ان ضياع هذه البطاقة لا يمثل مشكلة لحاملها اذ ما عليه ان يتقدم بإبلاغ للجهة المصدرة حيث تقوم هذه الأخيرة بالصرف بطاقة جديدة وابلع المحلات التجارية برقم البطاقة الضائعة حتى لا استخدامها.

الاستفادة من الافتراض من البنك او الشركة المصدرة وفي هذا تمنح له الائتمان الجاني لفترات محددة تتراوح ما بين 25 الى 55 يوم.

ب. بالنسبة للتاجر :

يستقطب التاجر العملاء جدد وبنوعية جديدة وثقافة عالية تخفف على التاجر الاحتفاظ بمبالغ نقدية كثيرة في متجره فيؤمن عليها من السرقة او الضياع.

³³ عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان، والعمليات المصرفية الإلكترونية الجديدة في اعمال المصارف من الوجهين القانونية والاقتصادية، الجزء الاول، الجديد في التقنيات المصرفية، لبنان، 2002، ص 47.

يمل أكثر التجار الى اضافة النسبة التي يقطعها مصدر البطاقة من فواتيرهم الى شعر السلعة ومن ثم فان استخدام البطاقة لا يؤدي الى انخفاض معدل ارباحهم وبالتالي صارت بالنسبة إليهم عملية الوفاء للبطاقة مجدية ومفيدة.

ليس هناك أفضل امانا واقوى ضمانا لحقوق البائع من البطاقات البنكية ذلك ان الشركة المصدرة لها تضمن وصول حقوق البائعين لهم.

ازاحت عباء كبير وهو متابعة ديون العملاء حيث أصبح هذا العب على عائق البنوك والشركات المصدرة للبطاقة.

ج. بالنسبة لمصدرها

باستثناء رسوم اصدار البطاقة وتجديدها وتبديلها عن الضياع او السرقة.

تحصل البنك على نسبة من ثمن البضاعة يستوفيه من التاجر عند تسديد لقيمة قسيمة البيع او الخدمة كما قد يحصل على نسبة من الثمن عند تسديد العميل حسب الوقت المحدد تعتبر فائدة.

اجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك لان التاجر مضطر لذلك حتى تتحول الاموال حسابه وبذلك تزداد سيولة البنك حيث لا تخرج الاموال منه حتى ترجع عليه كوديعة³⁴.

د. بالنسبة للاقتصاد

من البديهي ان نقول ان البطاقات الدولية اصبحت استثمارا ضخما للشركات التي تصدرها ومن ثم أصبح بإمكان الدول التي تحتضن هذه الشركات اقتسام الارباح الضخمة التي تردها هذه الشركات عن طريق الضرائب، المفروضة على ارباح هذه الشركات ومن ناحية اخرى فان استخدام البطاقات الانتمائية قد خفض نفقات البنك المركزي في طباعه النقود الورقية الى جانب اخر فان مراقبة التزوير انتقلت الى شركات المصدرة لهذه البطاقات ومنه انقسمت مسؤولية الحماية والمراقبة معه فضلا عن ذلك، استخدام هذه البطاقات يقلل من تسرب النقد خارج النظام البنكي مما يعني ان السلطات تستطيع التحكم في المعيرات النقدية وقدرة البنوك التجارية على تقديم قروض أكبر وهو ما يعني كفاءة السياسة نقدية التوسعية³⁵.

³⁴ محمد ابو العز، مرجع سبق ذكره، ص 236.

³⁵ عبد الهادي النحر، مرجع سبق ذكره، ص 51 52.

2. البطاقات الذكية : تقدم البطاقات الذكية مزايا عدة منها³⁶:

أ. القدرة العالية على تخزين المعلومات

تستطيع البطاقة الذكية اليوم احتواء ما بين 03-16 كيلوبايت من المعلومات والقدرة على معالجتها مع توقع زيادة طاقتها في المستقبل مقابل الانخفاض المتواصل في تكلفتها كما تستعمل مصارف هذه البطاقة لتحصل العملاء بمعلومات تربطهم بالحسابات او بأرصدها ومعاملات المدفوعات.

ب. تعدد مجالات الاستخدام

اي استعمالها كبطاقة صحية للمستهلك واستخدامها للسداد اجرة النقل وتغيير مواعيد السفر وتستعمل كجواز سفر بالهواية، وتستخدم كوسيلة دفع عبر شبكة الانترنت.

ج. استخدام البطاقة الذكية كمحفظة الكترونية

يمكن استخدام البطاقة الذكية كحافضة النقود الإلكترونية وتفزع من النقود هذه الميزة تنفرد بها، حيث انها تحتوي على معالج صغيره الأشرطة المغناطيسية على ما يقابل المبالغ النقدية وهكذا صار بإمكان المصارف تحقيق ارادات في تنفيذ المعاملات اليومية حيث يقدر عدد المعاملات النقدية بما سنة 1993 حوالي 8.1 ترليون.

د. السرية والامان:

استخدامها يعتمد على شفره واعتماد البيانات اذ ينتج اجراء على مثل هذه المعاملات وايصال معلومات المالية في بيئة مضمونة داخل شبكة المعلومات.

3. النقود الإلكترونية³⁷

للقود الإلكترونية عدة مزايا:

أ. تكلفة تداولها زهيدة: تحويل النقود الإلكترونية الرقمية عبر الانترنت او الشبكات الاخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة التقليدية.

ب. لا تخضعوا للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من اي مكان وفي اي وقت كونها تعتمد على الانترنت التي لا تعرف بالحدود الجغرافية والسياسية، وذلك دون ان تؤثر في التكلفة.

³⁶ زهير الزاوش، مرجع سبق ذكره، ص 38.

³⁷ منير محمد الجبهي، مدوح محمد الجبهي، مرجع سبق ذكره، ص 14 15.

د. بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهيل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية الى حد كبير فهي تعني عن ملء الاستثمارات واجراء الاستثمارات البنكية عبر الهاتف.

▪ **تسريع عملية الدفع:** تجرى حركة التعاملات المالية ويتم تبادل المعلومات والتسييق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة الى اي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو كانت تتم قبل بالطرق التقليدية.

▪ **تشجيع عملية الدفع الآمنة:** تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة كما تستخدم مستعرضات الويب تدعم بروتوكول الطبقات الآمنة مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر اماناً.

4. الشيكات الإلكترونية:

يتميز الشك الإلكتروني بالعديد من المزايا يمكن تلخيصها فيما يلي:

- يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالي 50% من رسوم التشغيل بالمقارنة ببطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات.
- لا يتم تحميل الشيكات الإلكترونية التي تتم عن طريق الانترنت بالرسوم التي يتم تحميلها لشبكات الورقية.
- تسوية مدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 48 ساعة بالمقارنة بالشيكات العادية التي تتم تسويتها في وقت اطول من خلال غرفة المقاصة والبنوك تعمل جاهدة على تقليص هذه المدة³⁸.

5. التحويلات المالية الإلكترونية:

تتميز عملية التحويل المالي الإلكتروني بما يلي:

- أ. **تنظيم الدفعات :** يكفل الانفاق على وقت انقطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية، تنظيم عمليات الدفع دون أي ريبة في امكان السداد في الوقت المحدد.
- ب. **يسير العمل:** الغت عملية المقاصة اليه حاجات العميل والتاجر الى زيادة البنك لإيداع قيمه التحويلات المالية مما يعني تسبير الامر ورفع فعالية نظام العمل
- ج. **السلامة والامن:** الغد المقاصة الالية والتحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية والحاجة الى تناقل الاموال السائلة.

³⁸ طارق عبدو، العال حماد، مرجع سابق ذكره، ص 115.

- تقليل الاعمال الورقية وتوفير المصاريف: يتمثل ذلك في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية كما قلت شبكة نظام المقاصة الاليه من تكاليف ادارة عملية المقاصة.
- زيادة رضا العملاء: تكفل سرعة عمليات التحويل الالكتروني وانخفاض كلفتها، تحقيق رضا العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر او مع الشركة.

6. المحافظ الإلكترونية:

وتتميز المحفظة الإلكترونية في أنها:

- سهولة الاستعمال (تقليص الحاجة للنقل القطع النقدية الصغيرة)
- تقليص خطر السرقة في اي حالة احتواء المحفظة الإلكترونية على رمز سري.
- امكانية اجراء مدفوعات دون ضرورة امتلاك حساب بنكي.
- سهولة الدفع من خلال عده عمليات في حاله المحفظة الإلكترونية متعددة العملات الصعبة³⁹

المطلب الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

تتمثل عيوب وسائل الدفع الإلكتروني فيما يلي:

أ. بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني:

- زيادة الاقتراض وإنفاق مما يتجاوز القدرة المالية
- عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

ب. بالنسبة للتاجر:

- ان مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر او عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبة في نشاطه التجاري.

ج. بالنسبة لمصدرها:

- في حالة ضياع البطاقة او سرقتها او التزوير فيها فان مصدر البطاقة هو الذي يتحمل النفقات.
- خطر تأخر حاملي البطاقات للديوان المستحقة عليه مما يؤدي الى ارتفاع نسبة الديون لدى مصدر البطاقة.

³⁹ محمد عبدو الحسن الطائي، مرجع سابق ذكره، ص 185.

- عدم القدرة على توفير السيول الكافية لتغطية احتياجات السحب النقدي والاقتراض على بطاقات الائتمان مما يولد مخاطر على سيولة البنك⁴⁰.

المطلب الثالث: عوامل نجاح وسائل الدفع الإلكتروني.

ان طرق الدفع الإلكترونية متعددة ولكل طريقه دفع مستخدمون قلة من المستهلكين ومن التجار لذلك لا بد من وسائل لجذب المستهلكين والتجار لاستخدام تقنية معينة في عملية الدفع الإلكتروني عبر الشكات خاصة الانترنت ومن العوامل التي تؤدي الى انتشار طريقة الدفع الإلكتروني بشكل واسع

أ. الاستقلالية:

حيث ان هناك العديد من الطرق التي تتطلب اعداد برامج خاصة من اجل استخدام وتنفيذ عملية الدفع الإلكتروني من قبل التاجر والمستهلك وتعتبر هذه الطرق التي تحتاج الى اعادة برامج خاصة غير منتشر بشكل واسع.

ب. التطابقية:

ان من المهم في عملية الدفع الإلكتروني ان يتم تنفيذها من مختلف انواع الحسابات تلك التي تتطلب انظمة تشغيل معينة لتنفيذ عملية الدفع الإلكتروني تعتبر غير واسعة الانتشار هذه الطريقة.

ج. الامن والحماية:

بدا الامن في عملية نقل البيانات وتنفيذ عملية الدفع مهمة جدا لقياس مدى فعالية عملية الدفع الإلكتروني حيث انه إذا كانت المخاطر للمشتري او البائع عالية في عملية الدفع الإلكتروني فان هذا يؤدي الى عدم انتشار هذه الطريقة بشكل واسع.

د. سهولة الاستخدام:

ان طريقة بطاقة الاعتماد مستخدمة بشكل واسع وذلك لسهولة استخدامها من قبل كل الاطراف.

مدى انتشارها: حتى تكون طريقة الدفع الإلكترونية ناجحة لا بد من استخدامها من قبل اعداء كبيرة من التجار والمستهلكين.⁴¹

⁴⁰ حذر مصباح طيبي، مرجع سبق ذكره ص 141 142.

⁴¹ محمد سحنون، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الاليه، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، ماي 2003، ص 68.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق نستخلص ان وسيلة الدفع وهي تلك الوسيلة المقبولة اجتماعيا من اجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق وسائل دفع جديدة غير مكلفة حظيت بقبول واسع، فتعدد وسائل الدفع الإلكترونية وتنوعها راجع اساسا الى تعدد اشكال المعاملات التجارية، وايضا تمثل امان وسيلة الدفع عاملا اساسيا في اختيار في جهة اخرى.

حيث سمحت وسائل الدفع الحديثة الى اختصار الوقت المخصص لمعالجتها والتقليل من الافراط في الاستخدام الورقي والبشري، الذي كان مخططا لذلك كما شجعت على قيام خدمات المصرفية الإلكترونية وسمحت في تعدد الأفاق امام التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني: جودة الخدمة

تمهيد

المبحث الاول: ماهية الجودة

- المطلب الاول: تعريف الجودة (تطور مفهوم الجودة).
- المطلب الثاني: اهمية واهداف وابعاد الجودة.
- المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الجودة.
- المطلب الرابع: تكاليف الجودة.

المبحث الثاني: الخدمة

- المطلب الأول: تعريف واهمية واهداف الخدمة.
- المطلب الثاني: دور وخصائص وعناصر نظام الخدمة.
- المطلب الثالث: تصنيف الخدمات وانواعها.
- المطلب الرابع: عوامل تطور الخدمة.

المبحث الثالث: جودة الخدمة

- المطلب الاول: تعريف واهمية جودة الخدمة.
- المطلب الثاني: ابعاد ومعايير جودة الخدمة.
- المطلب الثالث: مستويات وخطوات ومشكلات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة.
- المطلب الرابع: الادارة الالكترونية وجودة الخدمة.
- المطلب الخامس: العلاقة بين وسائل الدفع الالكتروني وتحسين جودة الخدمة.

خلاصة الفصل.

تمهيد

لقد اصبح من الضروري تبني مواضيع جديدة تستطيع المؤسسة من خلالها الصمود امام المتغيرات الحاصلة، و في هذا الإطار يعتبر تبني الجودة كضمان للحصول على مميزات في مجال المنافسة و هناك شعور متنامي من جانب إدارة المؤسسات الخدمة بأهمية جودة الخدمات المقدمة كأحد المبادئ الاساسية في تقديم الخدمات .

ولقد اصبحت الخدمات اليوم تكتسي اهمية خاصة في الاقتصاديات المتطورة واصبحت المؤسسات على اختلاف انواعها، وشتى تخصصاتها منفتحة على جمهور العملاء لتأمين الخدمات التي يحتاجونها ويمكن القول اننا نعيش اليوم في ظل ما يعرف بمجتمع الخدمات.

وهو الشيء الذي جعل المؤسسة الخدمائية ان تعمل على تطوير والتحسين المستمر في جودة خدماتها وبالتالي تقديم خدمات ذات جودة تتناسب او تفوق توقعات العملاء، لتحقيق اهداف المؤسسة من جهة وكسب اتجاهات العملاء من جهة اخرى.

وهذا الفصل الذي يتناول موضوع جودة الخدمة سنتطرق إلى ثلاثة أجزاء، أولاً الجودة سنتناول فيه تطور مفهومها، أهدافها، أهميتها وأبعادها، ثانياً الخدمة تضمن تعريفها وأهميتها وأهدافها وخصائصها وأبعادها. ثالثاً جودة الخدمة تتضمن تعريفها، أهمية جودة الخدمة، أبعادها، مستوياتها، وخطوات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة.

المطلب الاول: تطور مفهوم الجودة

أولاً: الجودة

1- تطور مفهوم الجودة: لقد تم الإهتمام بالجودة بصيغ و مفاهيم متعددة جميعها تهدف إلى تحسين جودة المنتج و الخدمة. و يمكن القول ان تطور الجودة خضع و مازال يخضع لسلسلة من التطور المستمر ، و قد اقترح " جارفين " اربع مراحل لقياس تطور الجودة بأي منظمة:¹

1-1 المرحلة الاولى: مرحلة الفحص و التفتيش

امتدت من القرن التاسع عشر حتى اوائل القرن العشرين ، كان التركيز في هذه المرحلة على التحديد الواضح لمواصفات المنتج ، بالإضافة إلى تحديد خطوات الازمة لصنع المنتج، و كانت ادوات القياس هي وسائل التفتيش للتمييز بين المنتجات الرديئة و الجيدة ، حيث كانت النظرة السائدة للجودة في هذه المرحلة تذهب إلى انها مشكلة يجب حلها لضمان تماثل المنتجات²

2-1 المرحلة الثانية: مرحلة ضبط الجودة

امتدت من العشرينات من القرن العشرين حتى الخمسينات منه، وهنا تم التركيز على حاجات الزبون وتحديداتها من خلال الابعاد المتمثلة في جودة تصميم و جودة المطابقة. ركزت هذه المرحلة على عمليات الفحص والوقاية التي بإمكانها تحسين الجودة والوصول بالمنتج إلى درجة مطابقة بين ما تم تصميمه وما يرغب به الزبون.³

3-1 المرحلة الثالثة: مرحلة تأكيد الجودة

وامتدت من الخمسينات حتى الستينات، وهذه المرحلة لا تهتم فقط بالمنتج، بل تهتم ايضا بالمواد التي تساهم في عملية الانتاجية، كالمواد الاولية، التجهيزات واليد العاملة. كما نقوم بتقديم فعالية نظام الجودة بصفة مستمرة الاكتشاف مواطن القصور وتلاقيها، وهذا بهدف تحسين مستوى الجودة وتلبية احتياجات العميل. وتشمل هذه المرحلة الافعال المخططة او النظامية الضرورية لتوفير الثقة للعملاء بان المستوى او الخدمة سيشبع حاجات معينة.

¹ قاسم نايف، علوان المحياوي (2006). إدارة الجودة في الخدمات. الأردن دار الشروق و التوزيع.

² إبراهيم طمل (2013) تأثير محددات جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم التجارية جامعة ورقلة الجزائر.

³ افلة، العيهار، (2005). دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية. رسالة ماجستير في إدارة الأعمال جامعة الجزائر.

1-4 المرحلة الرابعة: و تسمى بالإدارة الاستراتيجية ، وهي ملائمة المنتج للمتطلبات، تمتد حتى وقتنا الراهن، و تسعى هذه الادارة الاستراتيجية إلى تغيير فلسفة الادارة و طريقة تفكيرها بالمؤسسة ، والعمل على تطوير والتحسين المستمر في اداء هذه المؤسسة و نظم الجودة فيها.

تم التركيز في هذه المرحلة على حاجات ورغبات الزبون التي لم يدركها بعد، وهي الصفات التي في حالة غيابها لا تعتبر ضمن ابعاد مستوى رضا الزبون ويدعو التوجه في هذه المرحلة إلى النظر للجودة ليس فقط من وجهة نظر للمنظمة ولكن من منظور. المتلقي الخدمة.

المطلب الثاني: اهمية الجودة

لا شك ان تحقيق الجودة هو علم يراود جميع المنظمات، لان الجودة اصبحت استراتيجية تنافسية واساسا لفلسفة ادارية شاملة ولها اهمية كبيرة، سواء على مستوى زبائن او مستوى المنظمات على اختلاف انشطتها، ويمكن استعراض اهمية الجودة في النقاط التالية⁴:

1. اهمية بالنسبة للمؤسسة

1.2. سمعة المنظمة: تستمد المنظمة شهرتها من مستوى الجودة منتجاتها، ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المنظمة مع المجهزين وخبرة العاملين ومهاراتهم، ومحاولة تقديم منتجات تلي رغباتهم وحاجات زبائن المنظمة. فاذا ما كانت منتجات المنظمة ذات جودة منخفضة فيمكن تحسين هذه الجودة لكي تحقق المنظمة الشهرة والسمعة الواسعة التي تمكنها من التنافس مع المنظمات الاخرى في الصناعة او القطاع الذي تنتمي إليه.

1.3. المسؤولية القانونية للجودة

إن المؤسسات التي تقوم بتصميم منتجات معينة و انتاجها تكون مسؤولة قانونيا على كل اذى يحصل نتيجة استخدام هذا المنتج، و عليه لا بد من ان تنتج منتجات خالية من العيوب قدر الإمكان لتجنب المسألة القانونية.⁵

⁴ فلة العيهار المرجع نفسه.

⁵ قاسم نايف، المحياوي مرجع سابق.

⁶ عواطف إبراهيم، الحداد (2009) إدارة الجودة الشاملة الأردن دار الفكر.

4.1. المنافسة العالمية: تكتسب الجودة اهمية متميزة، اذ تسعى كل من مؤسسة و المجتمع إلى تحقيقها بهدف التمكن من تحقيق منافسة، فكلما انخفض مستوى الجودة في منتجات المؤسسة، ادى ذلك إلى الحاق الضرر بأرباح المؤسسة.⁶

إن عدم رضى الزبون هو فشل المنتج الذي يقوم بشرائه هو القيام بالوظيفة التي يتوقعها الزبون منه ويسبب انخفاض الجودة او عدم جودة المواصفات الموضوعه ادى ذلك إلى ظهور جماعات حماية الزبون لحماية و ارشاده إلى افضل المنتجات الاكثر جودة و امان.

5.1. خفض تكاليف و زيادة الحصة السوقية: حيث ان تحقيق الجودة و تحسين المستمر لها يؤدي إلى جذب اكبر عدد من المستهلكين، ومن ثم زيادة الحصة السوقية، كما يؤدي ذلك إلى تخفيض التكاليف، ومن ثم زيادة ربحية المؤسسة.

2. اهمية الجودة بالنسبة للعملاء:

تكمن اهميتها من خلال العنصرين التاليين:

1-2 الرضى: فلا يمكن لأي مؤسسة ان تستمر ما لم تعمل على تقديم منتجات الجيدة، وترتبط رغبات الزبائن وحاجاتهم.

2-2 الوظائف: إن ضمان وفاء الزبون لا يتحقق إلا من خلال تقديم السلع و الخدمات التي تلي رغباتهم.

3-2 اهمية الجودة بالنسبة للعمال

1-3-2 دعم نشاط كل فرد: إن تحسين جودة العمل يعتبر عامل مهما لرفع فعالية الاداء ، وذلك من خلال

تحسين ظروف العمل. بما يساهم في تحسين اداء كل فرد في المؤسسة و بالتالي تحسين الإنتاجية و رفع مستوى الجودة.

2-3-2 المساهمة في تنسيق عملية التسيير: إن التسيير يهدف إلى تنشيط و تحفيز فريق العمل للإرضاء الزبائن بصدفة دائمة و الذي يقوم على اشتراك كافة الافراد.

3-3-2 التماسق والترابط: إن سياسة الجودة تقترح اسلوب جديد للعمل في المنشآت الحديثة والتمثل في تطور

شبكات الاتصال الافقي بين مختلف الاقسام من علاقات المورد والزبون، والمشاركة في كل مشاكل الزبون.⁷

قاسم نايف علوان المحياوي مرجع سابق.

عواطف إبراهيم الحداد مرجع سابق.

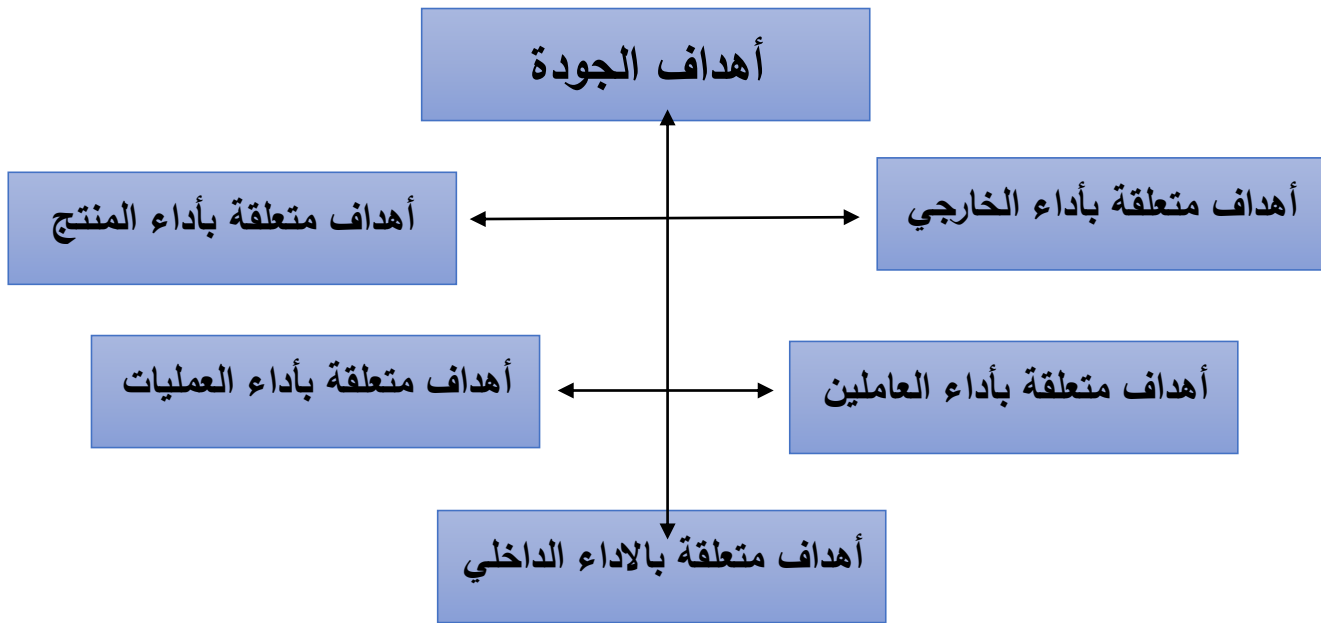
⁷ قلة العيهار، مرجع سابق.

3. أهداف الجودة: للجودة هدفين:

- أهداف تخدم ضبط الجودة: تتعلق هذه الاهداف بالمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها، وتصاغ على مستوى المستوى ككل. وذلك باستخدام معايير تتعلق بصفات متميزة مثل الامان وارضاء الزبائن.
- أهداف تحسين الجودة: وغالبا ما تنحصر في الحد من الاخطاء وتطوير منتجات ترضي حاجات زبائن بنفع اكثر.

كما يمكن تصنيف اهداف الجودة بنوعيتها إلى خمسة فئات هي:

- أهداف الاداء الخارجي المؤسسة و يتضمن الاسواق و البيئة و المجتمع.
- أهداف الاداء المجتمع و تناول حاجات الزبائن و المنافسة.
- أهداف العمليات و تناول مقدرة العاملين و فعاليتها و قابليتها للضبط.
- أهداف الاداء الداخلي و تناول مقدرة المؤسسة و فعاليتها و مدى استجابتها لتغيرات ومحيط العمل.⁸
- أهداف اداء العاملين و تناول مهارات و القدرات و تحفيز و تطوير العاملين.



الشكل 2 : يوضح أهداف الجودة:

⁸ محمد الصيرفي، (2006) الجودة الشاملة طريقك للحصول على شهادة الأيزو، ط1 مؤسسة حورس الدولية للنشر

والتوزيع.

9 قاسم نايف علوان المحياوي مرجع سابق.

4. أبعاد الجودة

من الأبعاد التي تحدد مستوى الجودة ما يلي:

- الأداء : يمثل خصائص المنتج الأساسية مثل: وضوح الألوان بالنسبة للصور أو السرعة بالنسبة للماكينة.
- المظهر: خصائص المنتج الثانوية و تمثل الصفات المضافة إلى المنتج كجهاز التحكم عن بعد و الأمان في الإستعمار.
- المطابقة: ويكون الإنتاج حسب المواصفات المطلوبة أو المعايير الصناعية.
- الإعتمادية: مدى ثبات الأداء بمرور الوقت أو بمعنى متوسط الوقت الذي يتعطل فيها المنتج عن العمل
- الصلاحية: أي العمر التشغيلي المتوقع، حيث لكل منتج أو آلة عمر تشغيلي بشكل مسبق.
- الخدمة المقدمة: والمشكلات والاهتمام بالشكاوي بالإضافة إلى مدى سهولة التصحيح.
- الإستجابة: مدى تجاوب الباحث مع العميل.
- الجمالية: يقصد بها المعايير الذوقية للمستهلكين حول المنتجات المتمثلة في المظهر الخارجي الذي يعكس مدى شعور الأفراد إتجاه منتج معين أو تشكيلة من المنتجات كما يشير إلى الهيئة الخارجية للمنتج و الشعور الذي يثار لدى المستهلك ، فالنواحي الجمالية تختلف من شخص لإخر وفقا لنواحي نفسية.
- السمعة: الخبرة و المعلومات السابقة عن المنتج. كان يحمل العميل فكرة أن المنتج الذي يشتريه من أفضل المنتجات في السوق.⁹

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الجودة¹⁰

تتمثل في ستة عوامل أساسية وهي:

- 1 الأسواق: إن لم تكن هناك أسواق، فإنه تكون هناك منتجات ولن يكون هناك اهتمام بالجودة واساليبها، وهناك الكثير من المنتجات التي تطرح في الاسواق، ولكن يمكن لمنتج ما ان يمثل مكان مناسب في الاسواق فلا بد من ان يكون ذا جودة عالية تحقق له الاستقرار اللازم.
- 2 العامل: لقد ادى التقدم التكنولوجي في وسائل الانتاج المختلفة إلى نشأة الحاجة الى وجود نوع من التخصص العالي لمواجهة هذا التقدم ولتحقيق الإلتقان والجودة في الاداء.

⁹ محفوظ، أحمد جودة (2006) إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات ط2. عمان -الأردن دار. وائل للنشر والتوزيع.

¹⁰ قاسم نايف، علوان المحياوي مرجع سابق

- 3 راس المال: ادت زيادة التنافس في الاسواق على تقسيم فرص الربح بين المنتجين وفي نفس الوقت، فإن الحصول على المعدات الحديثة لارتفاع المستوى الجودة يتطلب الكثير من استثمار رؤوس الاموال لتغطية تكاليف الانتاج الاساسية.
- 4 الادارة: وجود نظام اداري واع لخلق متابعة نظام فعال لضبط الجودة، و خاصة ان مسؤوليات الجودة قد توزعت على المجموعات المختلفة و اصبحت للإدارة مسؤولية تامة عن متابعة هذه المجموعة و مراقبة الجودة.
- 5 المواد الاولية: إن زيادة تكاليف الانتاج و المتطلبات الخاصة للوصول إلى الجودة العالية قد مكن الوصول إلى الكثير من المواد الصناعية التي تفي بالاحتياجات المطلوبة ، كما انه اصبح من الممكن الآن اختيار جودة المواد الاولية باستخدام الكثير من المواد الحديثة. ولم تصبح العملية مجرد فحص بالعين المجردة ، كما كان متيها بالماضي.
- 6 الآلات والوسائل الفنية الحديثة: ادت الزيادة في الطلب على المنتجات إلى اختراع الكثير من الماكينات الخاصة التي تفي بالاحتياجات المطلوبة او لقد ساعدت هذه الماكينات والآلات على الوصول إلى دقة عالية و بالتالي إلى جودة مرتفعة إلى حد كبير.

المطلب الرابع: تكاليف الجودة

- عندما تريد مؤسسة ما التعامل مع مسألة الجودة، فعليها ان تأخذ بعين الاعتبار التكاليف المصاحبة لهذه المسألة، و يمكن تقسيم تكاليف الجودة إلى:
1. تكاليف الاخفاق: تشمل تكاليف واخطاء الانتاج الموجودة سواء في اجزاء المنتج كله بعد الانتهاء من تصنيعه، فالمنتج الذي به عيوب له تكلفة تتمثل في خسارة الوقت والمواد الاولية واستهلاك الآلات والتجهيزات والجهد البشري.
 2. تكاليف القياس: تتمثل تكاليف التفتيش والفحص والاختبار، ونفقات اخرى تتفق في سبيل وصول السلعة او الخدمة إلى العميل بدون عيوب.
 3. تكاليف الوقاية: تشمل تكاليف التي تتفق في سبيل كشف الاخطاء قبل حدوثها مثل: التدريب ومراجعة تصميم السلعة بشكل مستمر للقضاء على حدوث الاخطاء.

يمكن القول بان تكاليف الجودة قليلة مقارنة بتكلفة التي تنشأ في حالة وصول السلعة او الخدمة إلى العميل وفيها اخطاء حيث سيؤدي إلى تكاليف باهظة تتمثل في: عدم رفض العميل، خسارة العملاء، ارباح اقل، فقدان جزء من حصة السوق، نشر معلومات سلبية عن المؤسسة.¹¹

المبحث الثاني: الخدمة:

المطلب الاول: تعريف واهمية واهداف الخدمة.

1. تعريف الخدمة:

هناك شبه اتفاق بين الكثير من الكتاب حول تعريف الخدمات حيث نجد كل من Kotler و Reindenbac و Armstrong وايضا Bennett يعرفون الخدمات بانها انشطة او منافع يقدمها طرف (البائع) إلى طرف آخر (المشتري) وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها و تقديمها نقل ملكية شيء، و قد يرتبط اولا يرتبط انتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس.

كما تعرف انها " نشاط يرافقه عدد من العناصر غير ملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن او خاصية الحياة (الامتلاك) وليس نتيجة لانتقالها للمالك.

اما Stanton فقد عرفها بانها اوجه نشاطات غير ملموسة تهدف إلى اشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها إلى المستهلك النهائي او المستعمل الصناعي مقابل سداد مبلغ من المال بحيث لا تقتزن هذه الخدمات ببيع منتج مادي ملموس.

اما Zeitami Bither فقد عرفها بانها الخدمات التي تتضمن كل الانشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية، وهي بشكل عام تستهلك عند وقت انتاجها. وتقدم قيمة مضافة و هي بشكل اساسي غير ملموسة. فالخدمات إذا تعني المنتجات غير ملموسة والتي تهدف إلى اشباع رغبات وحاجات المستهلك و تحقق له المنفعة. ويتضح من التعاريف السابقة ما يلي:

- ان الخدمة اداء او نشاط وليس شيء ملموس.
- تتطلب الخدمة وجود طرفين طرف يقدم الخدمة وطرف يحصل عليها.
- الخدمة غير ملموسة.
- لا ينتج عن اداء الخدمة نقل الملكية شيء باعتبارها غير ملموسة.

¹¹ نور الدين بو عنان، (2007) جودة الخدمات وأثارها على رضا العملاء، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسويق جامعة محمد بوضياف المسيلة.

2. أهمية الخدمة¹²

- ازدادت أهمية الخدمات في الوقت الحالي أكثر مما كانت عليه سابقاً وذلك لعدة أسباب و من أهمها:
- زيادة نسبة العاملين في قطاع الخدمات، حيث ان أكثر من ثلثي مجموع القوى العاملة في العالم تحمل في قطاع الخدمات.
 - ارتفاع نسبة الخدمات في الناتج القومي الاجمالي. (GNP حيث تشير الاحصائيات ان الخدمات المساهمة (721) من الناتج القومي الاجمالي لاقتصاد الاتحاد الاوربي.
 - الزيادة في اعداد السلعة التي تحتاج إلى خدمات، فلسفة الكمبيوتر، والانترنت وانظمة الامان تحتاج إلى خدمات متخصصة مثل: التركيب والصيانة والتدريب وقطع الغبار.
 - ارتفاع مستويات الدخل الفردي الكثير من افراد المجتمع، مما جعل الاتفاق على كثير من الخدمات امرا ممكنا وميسورا.
 - التغيرات التكنولوجية التي حدثت في المنظمات الاعمال، فالتسويق الإلكتروني واستخدام التكنولوجيا ادى إلى زيادة الحاجة الى الخدمات المدعمة لهذه الانشطة.¹³

3. اهداف الخدمة

للخدمة عدة اهداف من أهمها ما يلي:

- أهمية الاحساس الذاتي بمسئولياتنا جميعا في توفير بيئة مستقبلية آمنة لأبنائنا.
- تشجيع روح المبادرة الفردية في ايصال المعلومات التي من شأنها وقاية المجتمع من اية اضرار بمصلحة العامة.
- اشتراك كافة المواطنين والمقدمين في عملية الحفاظ على امن المجتمع واستقراره.
- توفير قناة اتصال سهلة وسريعة وفعالة وآمنة.
- توعية الجمهور بأهمية المعلومات وعدم التقليل من شان اية ملاحظة او معلومة صغيرة.
- ايضاح الدور الايجابي للمعلومات التي يقدمها الجمهور واهميتها في التقليل من المخاطر وحماية المجتمع.¹⁴

¹² محمد عبده حافظ (2009) تسويق الخدمات، ط1 مصر القاهرة المكتب العربي للمعارف

¹³ زكريا عزام، وعبد الباسط حسونة ،و مصطفى الشيخ، مرجع سابق.

¹⁴ زاهر عبد الرحيم عاطف، (2012) تسويق الخدمات، عمان -الأردن .دار الراهة للنشر والتوزيع .

المطلب الثاني: دور وخصائص وعناصر نظام الخدمة

تمتاز الخدمات ببعض الخصائص ويمكن ايجازها فيما يلي:

1. **اللا ملموسية:** وتعني ان الخدمة غير ملموسة اي ليس لها كيان مادي وبالتالي يعتذر على العميل تبعا لذلك إدراك الخدمة من خلال حواسه الخمسة اذ انه لا يستطيع ان يتذوق او يلمس او يشم السلعة قبل اقتنائها عكس السلع، وبالتالي لا يمكن تقييم جودة الخدمة قبل استهلاكها.

وقد ترتب على عدم ملموسية الخدمة العديد من النتائج والتي تعتبر مشكلة السوق والتي من اهمها:

- عدم اداء الكثير من الوظائف التسويقية مثل : التخزين و التعبئة والتغليف ، النقل تجزئة و تقسيم الخدمة، فحص الخدمة قبل شرائها.
- عدم وجود مردودات مبيعات.

2-3 **التلازمية :** و تعني التلازمية بالترابط الوثيق بين الخدمة و الشخص الذي يتولى تقديمها، الامر الذي يترتب عليه ضرورة حضور الطالب الخدمة إلى اماكن تقديمها، و يترتب على هذه الخاصية ما يلي:

- يكون تقديم الخدمة في الوقت الذي تطلب منه.
- التوزيع المباشر هو الاسلوب الامثل الايصال الخدمة للمستفيد.
- عدم تجانس الخدمات وخاصة انها تعتمد على العنصر البشري.
- زيادة العلاقات الشخصية بين مقدم الخدمة والمستفيد.
- إن للبيئة المادية دور هام جدا في ذهن المستفيد مثل: النظافة ، الاضاءة ، العاملين. الخ.¹⁵

3-3 **خاصية عدم التجانس (عدم تجانس المخرجات):**

وتعني صعوبة ايجاد معايير نمطية للإنتاج في حالة الخدمات ، على الرغم من ان استعمال انظمة موحدة . فكل نوع من انواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها، وبالتالي هناك صعوبة في وضع معايير لمستوى الجودة في المخرجات و هذا يجعل عملية توحيد المعايير لمخرجات الخدمات امرا صعبا.

إن فرصة عدم التجانس في المخرجات النهائية للخدمات ستبقى عالية حتى عند محاولة توحيد المعايير، وتدريب العاملين، و (...). العمليات لأنه من الصعب جدا إلغاء اثر البيئة والكوادر البشرية على جودة الخدمة، فالعميل لديه معايير شخصية لتقييم نوعية الخدمة وهذا ما يجعل التقييم امرا معقدا بالنسبة لمقدم الخدمة كذلك فإن مشكلة الوقت

¹⁵ Philippe rambourg (2006) marketing 2 edition actualisée ,breol ,Fr.

في تقديم الخدمة يعد امرا من الصعب التحكم به وهكذا ويبدو واضحا ان هناك عوامل عديدة وراء عدم تجانس مخرجات الخدمات.

3-4 خاصية الفناء و الهلامية:

معظم الخدمات ذات طبيعة هلامية غير قابلة للتخزين، وكلما زادت درجة اللا ملموسية للخدمة انخفضت فرصة تخزينها، كذلك فإن درجة عدم الملموسية ترفع من درجة الفئائية فالخدمات ذات الطبيعة الفئائية لا يمكن حفظها او تخزينها، وهذا ما يجعل تكلفة الحفظ والتخزين والايذاء منخفضة النسب، وهذه تعد ايجابية لخاصية الغذائية في الخدمات، ومع ذلك فان عدم امكانية تخزين الخدمات يجعل القضية اكثر تعقيدا ويشكل ضغط على مقدمي الخدمة. وهذا ما يميز ان الطلب على بعض الخدمات بانه متذبذب وغير مستقر فيختلف الطلب على الخدمات من يوم لآخر.

2 دور حياة الخدمة

تتكون دورة حياة الخدمة من اربعة مراحل وهي مرحلة التقديم، النمو، النضوج، الانحدار، ولكل منها خصائص تبرز من خلال ما يلي:

1-2 مرحلة التقديم: يقال أن الخدمة في مرحلة التقديم عندما تقدم للمرة الاولى او ان شكل الخدمة الحالية قد تم تغييره حيث لا تحصل الكثير من الخدمات الجديدة على درجة القبول من قبل المستهلكين، ولا تظهر إلا ابعد من ذلك في دورة الحياة، وهنا تظهر ميزة الخدمة حيث العديد من الخدمات يمكن تقديمها على نطاق جيد و يمكن توسيعها إذا لقيت القبول من المستفيدين.

وتتمتاز هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- قلة المنافسين و انعدامهم.¹⁶

- انخفاض المبيعات

2-2 مرحلة النمو: في هذه المرحلة يزداد نمو الخدمة ويشع الطلب عليها، وما ينتج عن ذلك من زيادة و ارتفاع في مبيعات الخدمة مما يؤدي إلى ارباح كبيرة، و بسبب هذه الارباح يزداد عدد المنظمات التي تدخل مجال تقديم هذه الخدمة، مما يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة، و لكي تحافظ المنظمات الخدمية على مستوى اعمالها يجب ان تقوم بتطوير سيرة داعمة.

¹⁶ ربحي مصطفى عليان، (2009) أسس التسويق المعاصر، ط1 عمان- الأردن دار الصفاء للنشر والتوزيع.

وتتماز هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- نمو سريع في الاعمال.
- ازدياد المنافسة.
- ازدياد عدد الفروع الجديدة التي يتقدم فيها الخدمة.

3-2 مرحلة النضوج

في هذه المرحلة يبدأ مستوى الخدمات المقدمة من قبل المنظمات بالهبوط البطيء، و تزداد حدة المنافسة لذلك تعمل المنظمات على ابعاد المنافسين عن طريقها و تكون نتيجة هذا التنافس انخفاض اربع المنظمات ذات المستوى المنخفض مما يضطره إلى اتباع استراتيجية اخرى، و في هذه المرحلة ايضا لا يرى المستهلكون اية فروقات بين ما تقدمه المنظمات المختلفة للخدمة. وتتماز هذه المرحلة بالخصائص الآتية:

- استقرار مستوى ما تقدمه المنظمات من خدمات.
- امتداد المنافسة.
- خروج المنظمات ذات المستوى المنخفض.

4-2 مرحلة الانحدار: في هذه المرحلة ينخفض مستوى الخدمات المقدمة من قبل جميع المنظمات و يعزى سبب انخفاضه إلى ظهور خدمات جديدة ذات تقنية جديدة و من خصائص هذه المرحلة:

- انخفاض مستوى الخدمات المقدمة من قبل المنظمات.
- انخفاض حدة المنافسة.
- انخفاض راس المال.

3 عناصر نظام الخدمة:

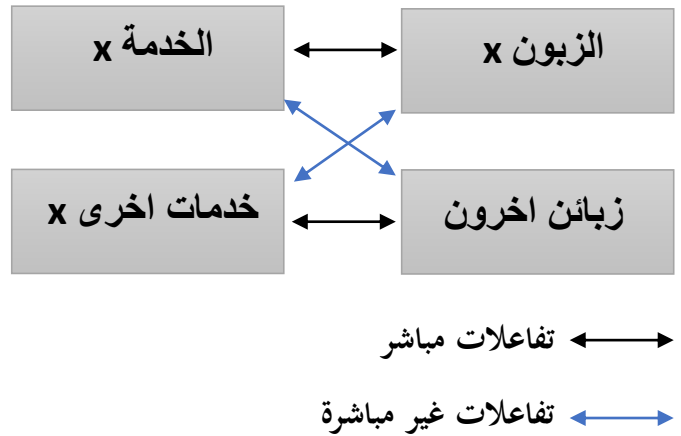
تتمثل اهم عناصر نظام الخدمة فيما يلي:

1. **نظام عمليات التشغيل الخدمة:** يتمثل في نظام العمليات التشغيل الخدمة في الادارة العليا للمنظمة والتي تعتبر مصدر القرارات المتعلقة بعرض خدمات توظيف الموارد البشرية وتحديد اشكال الاتصال بين المنظمة والزبائن.
 2. **الدعم المادي:** وهو الدعم الضروري للإنتاج الخدمة الذي يستعمله المستخدمون الذين هم في اتصال مباشر مع الزبون او الزبون نفسه.
- يمكن تقسيم الدعم المادي إلى قسمين:

3. الوسائل الضرورية للخدمة: والمتمثلة في الآلات والاثاث وغيرها والموضوعة تحت تصرف المستخدمين والزبائن واستعمالها ينتج الخدمة.¹⁷
4. المحيط المادي للخدمة: وهو كل ما يحيط بالوسائل مثل المباني، المحلات، الديكورات..... الخ.
5. المستخدمون المباشرون: ويقصد بالعمال المباشرون مقدمي الخدمات الذي يتعاملون مباشرة مع الزبائن ويمثلون المنظمة في نظرهم ويؤدي هؤلاء الموظفون والعمال دورا مهما في عملية تقديم الخدمة وجودتها مما يتطلب توافرهم على مهارات وكفاءات عالية.
6. الزبون: يعتبر عنصر اساسي للنظام لان حضوره ضروري وبدونه فالخدمة غير موجودة.
7. الخدمة: وهي محصلة التفاعل بين مختلف عناصر نظام الخدمة وهذه المحصلة تشمل الفائدة التي تشبع رغبات الزبون وتحقق اهداف المنظمة الخدمية باستمرار.

الشكل رقم 3: يوضح عناصر نظام الخدمة:

منطقة خدمية	
الدعم المادي	نظام عملية تشغيل الخدمة
المستخدمون المباشرون	
مرئي	غير مرئي



تصنيف الخدمات

1/ تصنيف الخدمات حسب نوع السوق (او حسب الزبون)

- 1-1 خدمات استهلاكية: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية مثل التأمين على الحياة، الصحة، السياحة.

¹⁷ صليحة رقاد، (2008)، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية إدارة الاعمال جامعة الحاج لخضر باتنة.

2 خدمات الاعمال/المنشآت: وهي من الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات المنظمات كما هو الحال في الاستشارات الادارية و المحاسبية و القانونية والمالية وصيانة الآلات ، فهي موجهة للمستخدمات الصناعية.

2/ تقسيم الخدمات حسب الاعتمادية في تقسيم الخدمة

1-2 خدمات تعتمد في تقديمها على الإنسان بدرجة كبيرة: كخدمات المحامين الاداريين ، وهؤلاء يجب ان يكونوا مهنيين و بالمقابل هناك بعض الخدمات تعتمد على بعض مقدميها الغير مهرة مثل: الحراسة و¹⁸ الفلاحة ، وهناك خدمات اخرى تعتمد على مقدمين مهرة: كتصليح السيارات والخدمات الفندقية.

2-2 خدمات تعتمد على المكنان و المعدات بدرجة كبيرة: و هذه الخدمات قد تكون مؤتمنة مثل: البيع الآلي و الصراف الآلي او تدار من قبل مشغلين غير مهرة مثل: الخدمات سائقي الجرارات ، او انذار من قبل اشخاص مهرة مثل: خدمات النقل الجوي والاشعة و التحاليل..

3/ تقسيم الخدمات حسب ضرورة الاستفادة في المكان تقديمها

1-3 خدمات تتطلب حضور المستفيد لاماكن تقديم الخدمات: مثل العمليات الجراحية او السفر ، فحضور المستفيد امر ضروري.

2-3 خدمات لا تتطلب حضور المستفيد لاماكن تقديم الخدمة: مثل: خدمات صيانة السيارات، وتنظيف الملابس

4/ تصنيف الخدمات حسب درجة الاتصال بالمستفيد

1-4 خدمات ذات اتصال شخصي عالي : مثل : خدمات المحامي والتعليم و النقل الجوي والرعاية الصحية .

2-4 خدمات ذات اتصال شخصي منخفض: كخدمة الصراف الآلي والتسويق عبر الانترنت.

3-4 خدمات ذات اتصال شخصي متوسط: كخدمة المطاعم السريع، وخدمة الترفيه في المسرح.

5/ تصنيف الخدمات حسب العملية المواجهة:

1-5 خدمات معالجة الناس: وهذه الخدمات موجهة لأفراد و تتطلب حضور المستفيد شخصيا لكي يحصل على الخدمة كالمريض الذي يجب ان يذهب للطبيب والمسافر الذي يجب ان يذهب إلى المطار للانتفاع من خدمة السفر على متن الطائرة

¹⁸بشير العلاق، (2009)، ثقافة الخدمة. عمان -لاردن دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع.

5-2 خدمات معالجة الممتلكات: و هذه الخدمات موجهة إلى ممتلكات المستفيد مثل صيانة السيارة او السكن، وهنا ليس بالضرورة حضور المستفيد إلى مكان انتاج الخدمة.

5-3 خدمات المثير العقلي: وهذه الخدمات او النشاطات غير ملموسة موجهة إلى عقول المستفيدين وتتطلب مشاركة المستفيد ذهنيا اثناء عملية تقديم الخدمة مثل: الترفيه والتعليم والاذاعة والتلفزيون.

5-4 خدمات معالجة المعلومات: وهي خدمات غير محسوسة موجهة للممتلكات المستفيدين او لمجهوداتهم الغير ملموسة مثل معالجة البيانات والمعلومات والخدمات.

6-5 تصنيف الخدمة حسب طبيعتها

5-6-1 خدمات ضرورية: مثل الخدمة الصحية والتعليمية التلازمة¹⁹

5-6-2 خدمات كمالية: مثل خدمة التسلية والترفيه²⁰.

المطلب الثالث: تصنيف الخدمات وأنواعها

للخدمة انواع ومن اهمها ما يلي:

1 الخدمة الباردة: و تمتاز هذه الطريقة باجراءات سيئة في تقديم الخدمة، و توجد تعاملات غير جيدة مع العملاء تتمثل بوجود سلوكيات ومواقف غير مناسبة اتجاه العملاء، فالجانب الاجرائي تمتاز الخدمة فيه بانها غير متناسقة وغير منظمة و فيها فوضى.

اما الجانب الشخصي فتمتاز هذه الخدمة بانها غير شفافة وباردة وفاترة ومنخفضة.

2 الطريقة المصنعة للخدمة: تمتاز هذه الخدمة بانها تأتي في الوقت المناسب، والخدمة متناسقة وموحدة للجميع وغير شفافة في الجانب الشخصي منخفضة وغير مرغوبة.

3 خدمة العضو: تمتاز الخدمة بانها ذو ارتفاع على مستوى الجانب الشخصي وارتفاع مستوى الجانب الاجرائي والتي تأتي في الوقت المناسب وانه متناسق وذو خدمة موحدة وعلى الجانب الشخصي تمتاز بانها جذابة وبارعة ومرغوبة.

¹⁹ زكريا، عزلم وعبد الباسط حسونة ومصطفى الشيخ. مرجع سابق.

²⁰ حميد الطائي وبشير العلاق. (2009). تسويق الخدمات مدخل إستراتيجي وظيفي تطبيقي، عمان_الأردن. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

المطلب الرابع: عوامل تطور الخدمة:

يرجع العديد من المختصين عوامل تطور الخدمات إلى عدة عوامل أهمها:

- 1 ارتفاع مستوى المعيشي للمواطن: حيث انه كلما ارتفع دخل المستهلك كلما زاد اتفاقه عن الخدمات وأصبح مشتري العديد من الخدمات التي يؤديها بالاعتماد على نفسه سابقا.
- 2 البحث عن الفعالية: حيث ان العديد من المستهلكين او المؤسسات يكون هدفهم من وراء شراء الخدمات هو فقط الاستفادة من كفاءات المختص.
- 3 تعقد الحياة الحديثة: حيث ان نتائج هذا التعقد المصاحب للنمو السريع للمجتمع، هو ضرورة وحتمية اللجوء إلى المختصين والاستعانة بخبراتهم.
- 4 خلق خدمات عديدة: ان عدد الخدمات هو في ازدياد مستمر مع مرور الزمن، الامر الذي يجعل زيادة الاقبال عليها امر جد عادي.
- 5 تغيير مواقف و سلوكات المستهلكين: ادى التطور الحديث للاقتصاد بالعديد من المستهلكين و خاصة في الدول المتقدمة إلى التشبع من المنتجات المادية في عامل الاصناف، هذه الوفرة و هذا التشبع سلب من المنتجات المادية جاذبيتها و قيمتها كمركز للمكانة الاجتماعية و دفع المستهلك للانجذاب أكثر نحو الخدمات و شراء التجارب الجديدة.²¹

المبحث الثالث: جودة الخدمة

المطلب الاول: تعريف و أهمية جودة الخدمة

يشير مصطلح جودة الخدمة في مجال شبكات الحاسوب وغيرها من شبكات تبديل حزم المعلومات في الاتصالات السلكية و اللا سلكية، وهندسة المرور إلى آليات لفظ السيطرة على الموارد بدلا من تحقيق جودة الخدمات، جودة الخدمة هو القدرة على تقديم اولوية مختلفة لتطبيقات مختلفة، مستخدمين، او تدفق للبيانات، او لضمان مستوى معين من الاداء لتدفق البيانات، على سبيل المثال، يمكن ضمان معدل سرعة المعلومات المطلوبة، والتأخر، عدم استقرار الارسال، احتمالية اسقاط الرسائل او معدل الخطأ للمعلومات المطلوبة. تعتبر ضمانات جودة الخدمة هامة إذا كانت قدرة الشبكة غير كافية. وخاصة بالنسبة لتدفق التطبيقات ذات الوسائط المتعددة وقت حدوثها مثل الصوت عبر لبروتوكولات الانترنت، لان هذه غالبا مل تتطلب معدل ثابت لتدفق البيانات، وهي حساسة لتغيير

²¹ زكرياعزام، وعبد الباسط حسونة، ومصطفى الشيخ، مرجع سابق.

ومن حيث الشبكات حيث تعتبر القدرة على موردا محدودا على سبيل المثال في البيانات الاتصالات الخلوية ، في حالة عدم وجود ازدحام في الشبكة ، تعتبر آليات جودة الخدمة غير مطلوبة.

ويمكن ان تترافق الشبكة او البروتوكول الذي يدعم جودة الخدمات على عقد المرور مع تطبيق البرمجيات والقدرة الاحتياطية في عقد الشبكة على سبيل المثال خلال مرحلة اقامة دورات وهي يمكن ان تحقق رصد المستوى الاداء خلال الدورة. على سبيل المثال معدل البيانات والتأخير. والتحكم ديناميكيا عن طريق جدولة الاوليات في عقد الشبكة. و قد تفرج عن القدرة الاحتياطية خلال مرحلة الهدم. ولا تستطيع أفضل جهد للشبكة او الخدمة ان تدعم جودة الخدمة. كبديل لآليات معقدة مراقبة جودة الخدمة هو تقديم نوعية عالية من التواصل عبر شبكة جهد افضل من الافراط في توفير القدرة بحيث يكون كافيا لتوقع حركة المرور لتحمل الذروة.

في ميدان الاتصالات الهاتفية وجودة الخدمة تم تعريفها في 902 Xالاتحاد الدولي للاتصالات الموحدة بانها «ومجموعة من متطلبات الجودة على السلوك الجماعي لواحد او أكثر من الكائنات» [1] [2] [3] نوعية الخدمة تشمل متطلبات على جوانب اتصال. مثل استجابة الخدمة الوقت والخسارة، اشارة الى نسبة الضوضاء، عبر الحديث وصدى، المقاطعات، استجابة التردد، ومستويات جهارة الصوت، وهلم جرا مجموعة فرعية من جودة الخدمة الهاتفية هو الصف من الخدمة (جوس) المتطلبات، والتي تضم جوانب اتصال المتصلة سعة وتغطية الشبكة، على سبيل المثال يضمن اقصى قدر من عرقلة الاحتمال واحتمال الانقطاع.[4]

جودة الخدمة يستخدم احيانا كإجراء والجودة، مع العديد من التعاريف البديلة، بدلا من الإشارة الى القدرة على موارد الاحتياط، جودة الخدمة احيانا تشير إلى مستوى جودة الخدمة.

اي ضمان جودة الخدمة، ارتفاع جودة الخدمة وكثيرا ما يخلط مع مستوى عال من الاداء او تحقيق جودة الخدمة، على سبيل المثال: ارتفاع معدل بت: وانخفاض الكمون احتمال الخطأ القليل.

وتعريف بديل لجودة الخدمة، تستخدم خاصة في مجال الخدمات طبقة التطبيقات مثل الاتصالات الهاتفية والفيديو، هو توقع عكس نوعية ذاتية من ذوي الخبرة. مصطلحات اخرى مماثلة مع المعنى هي نوعية التجربة QOE ذاتية مفهوم الاعمال التجارية. و المستخدم " ينظر الاداء" [3] " درجة الإرتياح للمستخدم " ، " عدد الزبائن السعداء " او متوسط نقاط الرأي (موس) . في هذا السياق جودة الخدمة هو تأثير تراكمي على ارتياح المشترك لجميع العيوب التي تؤثر في الخدمة.²²

22 زاهر، عبد الرحيم عاطف، مرجع سابق.

1. أهمية جودة الخدمة:

نظرا للدور المهم الذي تلعبه جودة الخدمة في تصميم منتج الخدمة و تسويقه، حيث انها ذات اهمية لكل من مقدمي الخدمات و الزبائن و يمكن ابراز اهمية الجودة فيما يلي:

1-1 **ازدياد المنافسة:** ان جودة الخدمة تعد وسيلة تصنع المكانة التنافسية المؤسسة بالمقارنة مع المؤسسات الاخرى المنافسة في السوق.

2-1 **نمو مجال الخدمة:** لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات مثلا: نصف المؤسسات يتعلق نشاطها بتقديم الخدمة.

3-1 **فهم الزبائن:** ان الزبائن يريدون معاملة جيدة، فلا يمكن تقديم خدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة و الفهم الأكبر للعملاء.

4-1 **المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة:** اصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك يجب على المؤسسات السعي من اجل اجتذاب الزبائن جديد.

ولكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين لتحقيق ذلك لا بد من لاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.²³

5-1 **إن الجودة تؤثر على حجم الطلب على الخدمة و بناء على ذلك يصنع الطلب عليها.**

5-1 **تعتبر جودة الخدمة من احد اهم العناصر لتحقيق الربح المؤسسة فهي تسعى لتخفيض تكلفة الخدمة.²⁴**

2. أبعاد و معايير جودة الخدمة

لجودة الخدمة ثلاثة ابعاد اساسية تتمثل في البعد الوظيفي و البعد الفني و الصورة الذهنية للمنظمة لدى العميل. كما ان هناك عشرة معايير اساسية على الاقل يحكم من خلالها العملاء على مدى جودة الخدمة المقدمة لها. والاهمية النسبية لتلك الابعاد و المعايير تختلف من نشاط خدمي لآخر و من وقت لآخر داخل نفس النشاط الخدمي، مما يضيفي صعوبات أكبر في ادارة جودة الخدمات. و يمكن توضيح هذه الابعاد و المعايير مما يلي:

²³ عبد القادر، براينيس. (2014). تسويق الخدمات العمومية، الإسكندرية: دار الوفاء للنشر والطباعة والنشر
²⁴ نور الدين بو عنان. مرجع سابق.

1.2. البعد الوظيفي

- **التعامل:** و يتضمن اسلوب بناء وتدعيم و توطيد العلاقة الطيبة مع العملاء وتفادي خسارة العميل غير الراضي، وتوفير مناخ ايجابي للعمل للاهتمام والتزام الادارة بإرضاء العميل، وربط العميل بالمنظمة واخيرا تحقيق ولاء العميل للمنظمة.
- **الكفاءة:** تعني امتلاك مقدم الخدمة لكفاءات والمهارات والمعارف اللازمة لأداء الخدمة بمستوى ثابت من الجودة مع رغبة في تحقيق ذلك.
- **الاستجابة:** تعني سرعة استجابة مقدم الخدمة لمطالب واحتياجات العملاء.
- **الثقة:** تعني مدى اقتناع العميل بمهارة وخبرة مقدم الخدمة ومدى مصداقية وامانة كافة البيانات والمعلومات المتحصل عليها.

2.2. البعد الفني:

ويتمثل في مستوى جودة الخدمة النهائية التي يحصل عليها العميل ومن اهم معاييرها ما يلي:

- **الامان:** وهو يعني خلو الخدمة المقدمة من كافة المخاطر و مصادرها.
- **الاعتمادية:** وتعني قدرة مزود الخدمة على انجاز و اداء الخدمة بان يقدم له خدمة دقيقة من حيث الوقت والانجاز، تماما مثلما تم وعده بذلك و ان يعتمد على مزود الخدمة في هذا بذاته.
- **الفورية:** و تعني سهولة حصول العميل على خدمة في الوقت و المكان المناسب.²⁵

3.2. الصورة الذهنية للمنظمين لدى العميل

تمثيل كيفية إدراك العميل للمنظمة الخدمة التي يتعامل معها، هي تكون نتيجة تفاعل البعدين الوظيفي لدى العميل، فضلا عن مجموعة عوامل اخرى هي:

- **الاتصال:** ويشمل نوعين من الاتصال:

اولهما: بين المنظمة وعملائها وذلك لتعريفهم بالخدمات المقدمة واسعارها ومواصفاتها وزمن اداء الخدمة وغيرها من المعلومات كذلك الانصات لشكاوي العملاء وذلك للعمل على حلها.

ثانيتهما: بين العملاء بعضهم وبعض لتبادل الخبرات فيما بينهم.

²⁵ هاني، حامد الضمور. (2005). تسويق الخدمات. ط1 دار وائل للنشر والتوزيع.

- الإعلان: فإن الإعلان يساهم في رسم صورة ذهنية عن المنطقة لدى العاملين، وذلك من خلال التأكد على بعض القيم كالوفاء بالتزام او التعهد و حماية العملاء و الامانة وغيرها.
- الجوانب الملموسة : تتضمن جميع التسهيلات المادية المرتبطة بالخدمة كالمباني والتخطيط الداخلي والوسائل والمعدات، و كذلك ظروف العمل المختلفة.²⁶

المطلب الثالث: مستويات وخطوات ومشكلات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة

يمكن التمييز بين خمسة مستويات الجودة الخدمة والمتمثلة فيما يلي:

1-الجودة المتوقعة من نقل العملاء: و تتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوبا توفرها في الخدمات المقدمة.

- الجودة المدركة من قبل المؤسسة الخدمية: والتي تراها في اغلب الاحيان مناسبة.
- الجودة القياسية: المحددة بالمواصفات النوعية الخدمة.
- الجودة الفعلية: التي تؤدي بها الخدمة.
- للجودة المروجة: للعملاء.

2-خطوات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة

لتحقيق الجودة في تقديم الخدمات يجب اتباع الخطوات التالية:

1-2 جذب الانتباه و إثارة الاهتمام بالعملاء:

و يمكن ذلك من خلال المواقف الإيجابية التي يبذلها مقدم الخدمة و التي تعتبر بمثابة مثير يؤدي إلى ايقاظ الرغبة لدى العملاء من اجل الحصول على الخدمة التي يريدونها إلى جانب ذلك فإنها تعزز الولاء الدائم للعملاء من اجل الحصول على الخدمة و تكرار الحصول عليها باستمرار و من ابرز المواقف الإيجابية نجد:

- الاستعداد النفسي و الذهني لمقابلة العملاء و الاهتمام بهم و الرغبة في تقديم الخدمة لهم.
- حسن المظهر.
- الابتسامة و حسن التعامل مع العملاء و اظهار روح الود و المحبة في مساعدتهم.
- الروح الإيجابية نحو العملاء بغض النظر عن الجنس و العمر و المطر.
- الدقة التامة في اعطاء المواصفات عن الخدمة دون اللجوء إلى المبالغة.
- التركيز على ان المؤسسة تبدأ بالعمل و تنتهي به توفير الخدمة.

²⁶ محمد، عبده حافظ. مرجع سابق .

2-2- خلق الرغبة لدى العملاء و تحديد حاجاتهم

وذلك يكون بالاعتماد على المهارات البيعية والتسويقية لمقدم الخدمة ومن المتطلبات الاساسية ما يلي:

- العرض السليم لمزايا الخدمة المقدمة بالتركيز على خصائصها ووفرته²⁷.
- التركيز على نواحي القصور في الخدمات التي يعتمد عليها العميل مع الإلتزام بالموضوعية في اقناع العميل بالتعامل في خدمة اخرى لتفادي القصور.
- الاعتماد على المعدات البيعية كوسيلة لتأثير على حاسة اللمس و النظر... الخ.
- اعطاء الفرصة للعميل للاستفسار عن الامور التي يجب ان يستوضحها وعلى مقدم الخدمة الرد عليه بكل موضوعية.

2-3- اقناع العميل ومعالجة الاعتراضات لديه:

تعتبر عملية اقناع العميل باقتناء الخدمة ليس بالأمر السهل، وانما تتطلب من المقدم الخدمة بدل العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق القناعة لدى العملاء، ومن خلال الخدمات المقدمة لهم وكذلك معالجة الاعتراضات التي يبدها العميل، وطريقة الرد على الاعتراض تختلف من موقف إلى آخر، وهناك مجموعة من القواعد التي يمكن الاعتماد عليها في الرد على اعتراضات العملاء ومن أبرزها:

- إن يلتزم مقدم الخدمة بالقاعدة الذهنية في فن التعامل مع العملاء و هي (ان العميل دائما على حق).
- يجب أن يكون المقدم الخدمة مستمعا جيدا للعميل، وان يظهر الاهتمام واليقظة مع تكوين الآراء والملاحظات التي يبدها العميل حتى يتم ارضاءه.
- يجب على المقدم الخدمة ان لا يأخذ اعتراضات العميل قضية مسلم بها. فقد يكون العميل راغبا في اقتناء خدمة معينة.

2-4- التأكد من استمرارية العملاء بالتعامل مع المؤسسة:

إن عملية التأكد من استمرارية التعامل مع المؤسسة و خلق الولاء لدى العملاء يأتي من خلال بعض الخدمات التي تشكل ضمان لولاء العملاء للمنظمة ومنها :

- الاهتمام بالشكاوي العملاء وملاحظاتهم، بحيث يجب على مقدمي الخدمات ان يكونوا على درجة عالية من الصبر في استيعاب شكاوي العملاء.

²⁷ هدى، أوغيدنى، (2009)، اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. قسم علم الاجتماع. جامعة باجي مختار. عنابة.
محمود، كاظم خيضر. (2002). إدارة الجودة وخدمة العملاء. ط1. عمان_الأردن. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

- تقديم الشكر للعملاء وتعظيم دورهم في دعم المؤسسة وتوفير الخدمات الجيدة بصورة دائمة.

3-مشكلات تحقيق جودة الخدمة

إن تحقيق جودة الخدمة يواجه عدة مشكلات و من أهمها:

- عدم رضا العميل الداخلي (مقدم الخدمة)
- قصور و ضعف كفاءة مقدم الخدمة²⁸
- قصور و ضعف التدريب على تقديم الخدمات المستحدثة او الاضافية.
- عدم اعطاء العميل الاهتمام الكافي واشعاره بالتفرد و الخصوصية.
- الاهتمام بالربحية في الاجل القصير ، مما يؤدي إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة و التضحية بالجودة.
- قصور و ضعف اتصال المنظمة بعملائها.
- الفشل في تحديد توقعات العملاء.
- عدم الانصات لشكاوي العملاء و اهمالها.
- بطئ حل المشكلات جودة الخدمة و عدم متابعتها.
- المبالغة في تحديد منافع التعاون مع المنظمة

المطلب الرابع: الادارة الإلكترونية و جودة الخدمة:

تعتبر الادارة الإلكترونية كأحد اهم الاستراتيجيات المتبعة لتقديم الخدمة و تقرب العميل من الادارة و تامين الرفاهية التي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية افراد المجتمع.

- و يبرز اثر تطبيق للإدارة الإلكترونية من خلال تصميم الخدمات باستخدام الحاسوب بدلا من أساليب التصميم التقليدية، وهذا بفضل العديد من البرمجيات الجاهزة للقيام بهذه المهام
- وبفضل استخدام الانترنت أصبح بإمكان العميل أو المواطن الحصول على الخدمات الإلكترونية دون أي إتصال مادي مع مزود الخدمة، وأصبح من السهل القيام بعمليات استشارة و الحصول على عدد كبير من المعلومات واستلام الطلبات وبناء علاقة قوية بين المنظمة وعملائها في وقت وجيز.

²⁸ محمد، عبده حافظ. مرجع سابق.

- لذا يجب على المنظمات بصفة عامة و الخدمية بصفة خاصة التحكم الجيد في هذه التكنولوجيا وتطوير مختلف المهام والانشطة التي تقدمها وذلك من اجل تحسين جودة الخدمة المقدمة وتخفيض التكاليف وتنمية العلاقة بين المنظمة والعملاء لتعرف اكثر عن رغباتهم وتطلعاتهم .

المطلب الخامس: العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمة

لقد سعت الدول إلى تطبيق الإدارة الإلكترونية في ظل التطور الذي شهده المجال الإداري عبر استغلال الثورة التكنولوجية، وذلك من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين وكذا استمرار المرافق العامة والارتقاء بها، إضافة إلى بناء جسر من الثقة بين المواطنين والإدارة العمومية بإشباع حاجياتهم بطرق عصرية حديثة.²⁹

إن تطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الخدمية العمومية يؤدي إلى تحسين العلاقة بين الإدارة العمومية والمواطن عن طريق تحسين الخدمات العمومية نفسها وتكييفها مع متطلبات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

إن رقمنة الخدمات العامة تعني إنشاء مواقع تضم معلومات عن الخدمات الحكومية وإضافة النماذج المستخدمة لتأدية الخدمة المطلوبة، بحيث يمكن طباعتها وملئها وهي تعتمد اعتمادا كبيرا على شبكة الانترنت مع توفير بيئة قانونية ومالية وأمنية مناسبة، ووجود بنية تحتية قوية للاتصالات مع بناء أنظمة معلوماتية متكاملة.

حيث أنه لا يمكن الحديث عن إدارة إلكترونية إلا إذا توفرت البيئة المناسبة لها والمتمثلة في جميع الإمكانيات المتاحة في مجال تطوير الإدارة الإلكترونية من الوسائل المادية كالأجهزة والبنى التحتية، ولا يقتصر الأمر على الوسائل المادية بل يجب أن تتوفر الإمكانيات البشرية فالعنصر البشري هو روح التطور في أي منظمة، فاستمرارية تكوينه وتدريبه على التطورات الحاصلة في المجال الإداري وفق متطلبات الرقمنة المعاصرة يبقيه في دائرة المواكبة لأنه لا معنى من توفر الأجهزة والموارد المادية المتطورة دون تكوين بشري على استغلالها الأمثل والعكس صحيح.

²⁹ عميان، رابحي مصطفى، (2009) أسس تسويق المعاصر، ط01، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع.

خلاصة الفصل:

نستنتج من خلال عرضنا لهذا الفصل أن الجودة لا تعني بالضرورة التمييز فهي مطابقة لمواصفات احتياجات العملاء.

فالعميل هو المقرر النهائي إذا كانت الخدمة المقدمة تلبي حاجياته أو لا تلبئها ويحصل غالبية العملاء منظمات للخدمات على ما يطلبونه من خدمات في أماكن انتاجها، ولا يمكنهم امتلاكها أو تخزينها كما أن تلك الخدمات يتعذر تنميطها، فهي متعددة ومختلفة تبعاً لظروف معينة.

وتعتبر جودة الخدمة مقياس بالدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة بشكل كبير على مقدم الخدمة والكيفية التي تقدم بها ومواجهة مختلف المشاكل والعقبات مما يحقق مزايا ايجابية، كالاتمرارية والسمعة الحسنة والقدرة على المنافسة بالنسبة للمنظمة.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية بقسم العلوم الإنسانية.

المبحث الاول: التوثيق بميدان الدراسة.

- المطلب الاول: التعريف بالجامعة مولود معمري تيزي وزو .
- المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الإنسانية.
- المطلب الثالث: أهمية و أهداف قسم العلوم الإنسانية.

المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات المتوصللة اليها.

- المطلب الأول: عرض وتحليل محور البيانات الشخصية.
- المطلب الثاني: عرض و تحليل محور استخدام وسائل الدفع الالكتروني.
- المطلب الثالث: عرض وتحليل محور آراء الباحثين حول الخدمات التي تقدمها وسائل الدفع الالكتروني.
- المطلب الرابع: عرض وتحليل محور آراء الباحثين حول أثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني في تحسين

جودة الخدمة.

نتائج الدراسة.

الخاتمة.

قائمة المراجع و المصادر.

الملاحق.

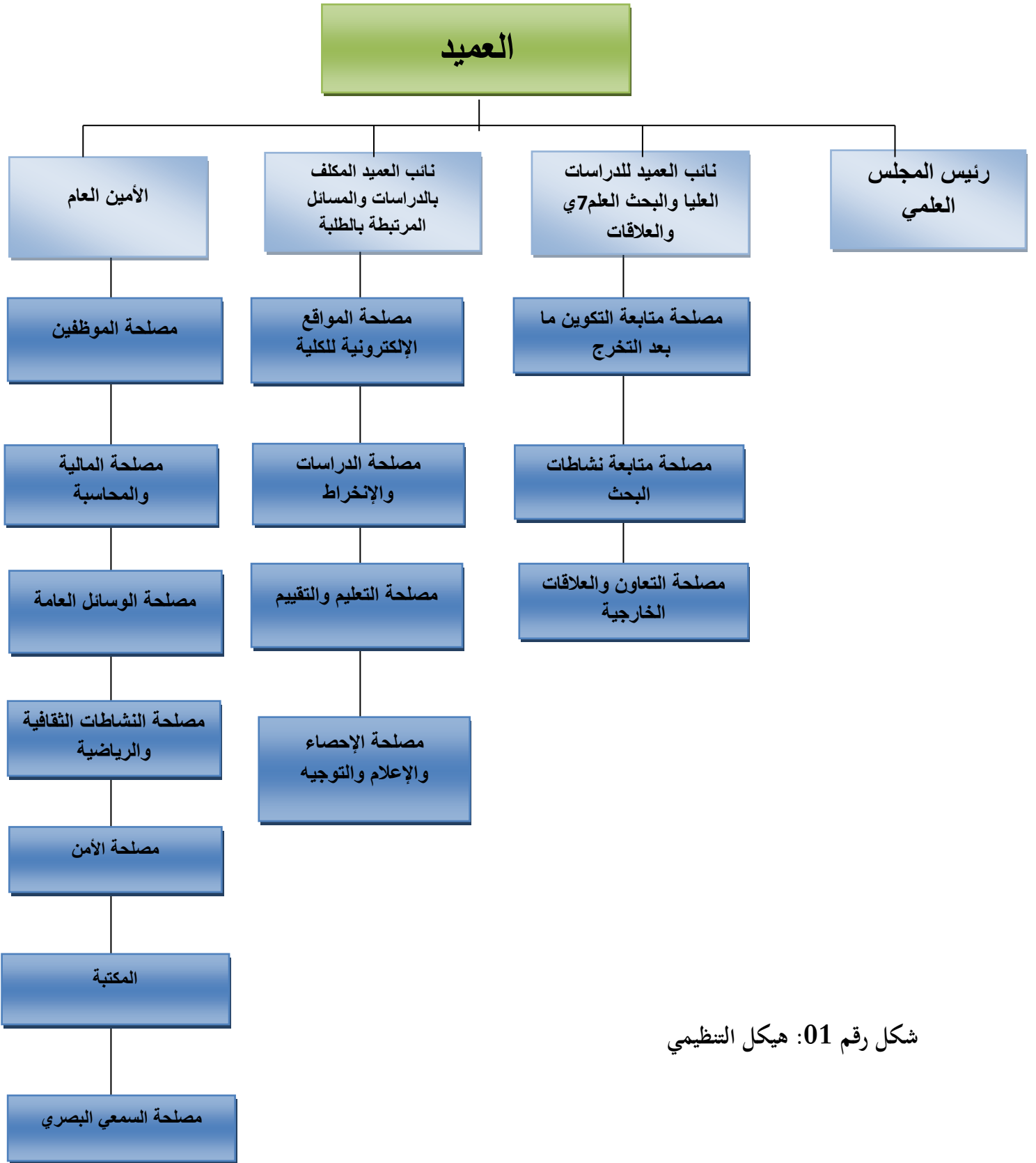
المبحث الأول: التعريف بالجامعة مولود معمري تيزي وزو¹

تأسست جامعة مولود معمري في تيزي وزو افتتاح الجامعة في عهد الرئيس الجزائري هواري بومدين عام 1977م بموجب المرسوم التنفيذي رقم 17_17 الصادر بتاريخ 20 حزيران (يونيو) 1977، وقد سميت بهذا الاسم تكريما لمولود معمري وهي مؤسسة عامة متعددة التخصصات .
تضم اليوم أكثر من 42000 طالب و 2083 معلما و 1000 موظف في إداري، موزعين على عشر كليات.

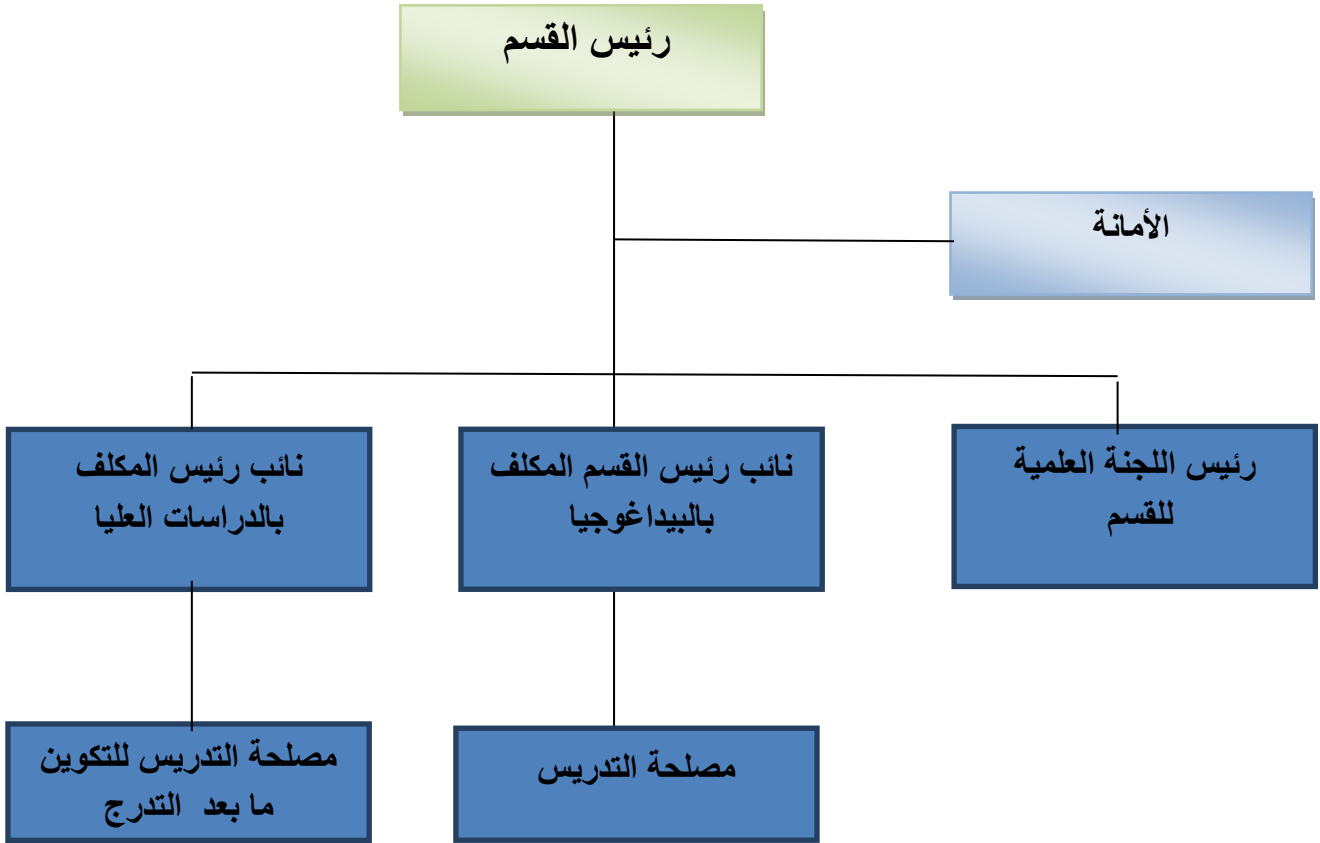
يتكون الحرم الجامعي من عدة كليات و أقسام من بينها قسم العلوم الإنسانية و الذي يتكون من عدة تخصصات منها:

- قسم علوم الاعلام و الاتصال
- قسم التاريخ
- قسم علم المكتبات

¹ www.ummtto.dz



شكل رقم 01: هيكل التنظيمي



شكل رقم 02: الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الانسانية²

المطلب الثالث: أهمية و أهداف قسم العلوم الانسانية

1 أهمية قسم العلوم الإنسانية :

فهم الواقع والماضي فإن العلوم الإنسانية هي في مجالها إستخلاص للتجارب الإنسانية السابقة ،وهذا يقودنا لفهم مجرى التاريخ وقوانينه ،وبالتالي مقدرة أكبر على تصحيح مسارنا وصناعة واقعنا والمستقبل ،العلوم الإنسانية مليئة بمجالات الإبداع ،فهي تفتح على أفاق معرفية علمية ،وذاوية ملهمة.

2 أهداف قسم العلوم الإنسانية:

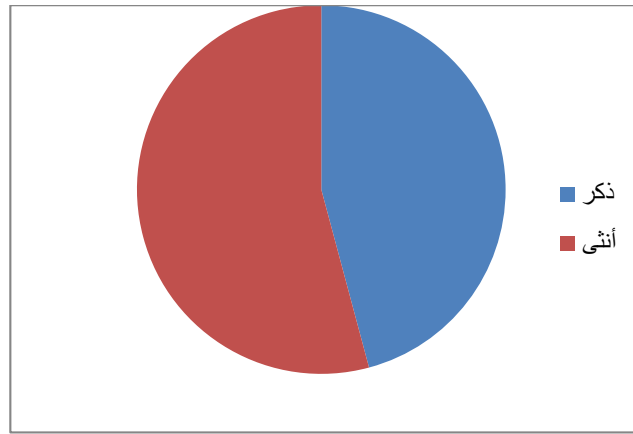
- تطوير أكثر للتكوينات المهنية لتشجيع التمهين.
- ضمان تكوين متنوع.
- تكوين مستمر وبعيد المدى.
- تطوير الشركة مع المحيط الاجتماعي العملي.
- جعل الكلية فضاء مفتوح على محيطها بتطوير الشراكة مع المؤسسات والإدارات.
- دعم البحث وتشجيع التميز والتفوق.

1- المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات المتوصلة إليها.

المطلب الاول: عرض وتحليل محور البيانات الشخصية.

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	ك	%
ذكر	22	45.83%
أنثى	26	54.17%
مج	48	100%



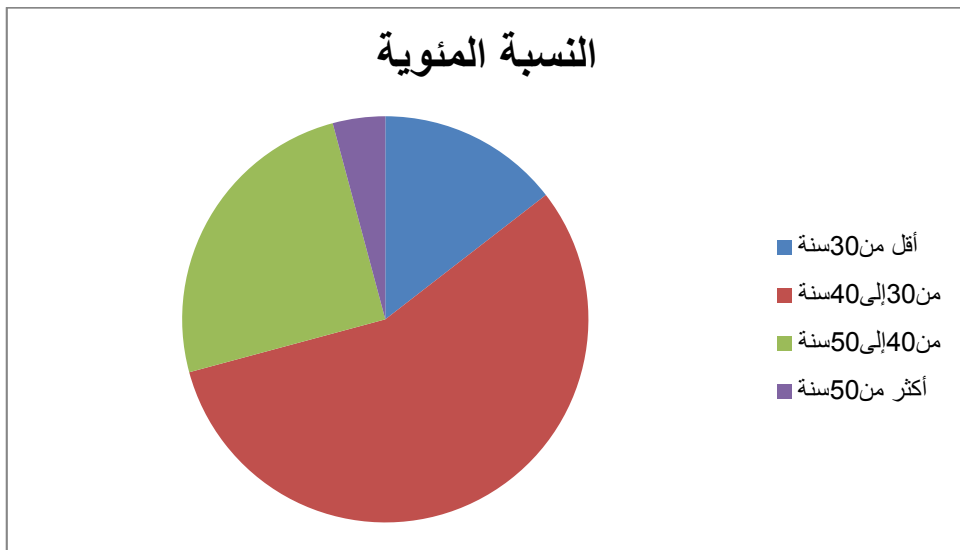
الشكل البياني التالي رقم (01) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (01) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب الجنس بأن أغلبية أفراد العينة إناث وذلك بنسبة 54.17% ثمّ تليها فئة الذكور بنسبة تقدر ب 45.83%.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور وهذا راجع إلى أنّ مجتمع البحث الذي وُزّعنا عليه استمارتنا هو مجتمع أنثوي أكثر منه ذكوري لأن نسبة الإناث في قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري يتيزي وزو أكثر من عدد الذكور على اعتبار أنّ أغلب الأساتذة المدرسين فيه هن إناث.

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	ك	%
أقل من 30 سنة	07	14.58%
من 30 إلى 40 سنة	27	56.25%
من 40 إلى 50 سنة	12	25%
أكثر من 50 سنة	02	4.17%
مج	48	100%



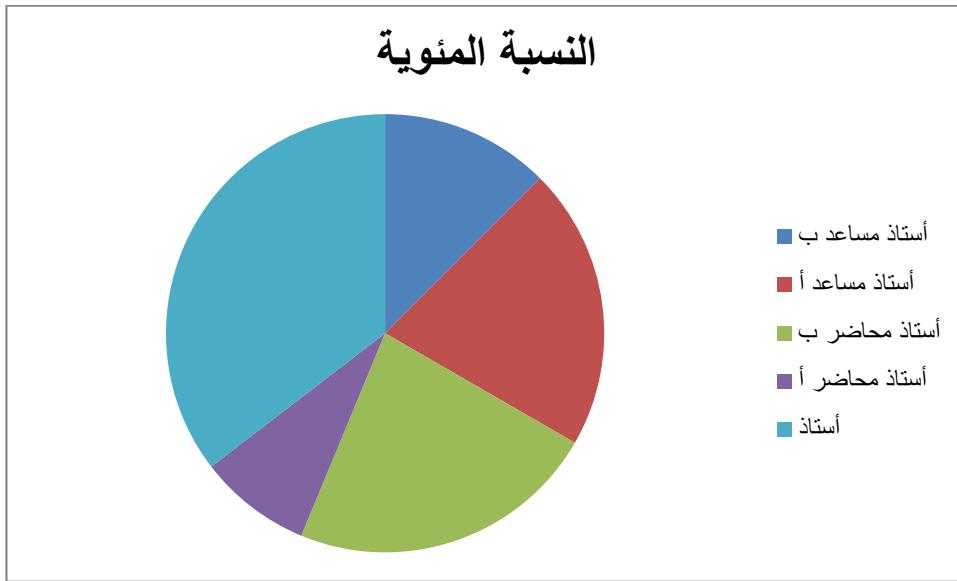
الشكل البياني التالي رقم (02) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب السن

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (02) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب السن أن نسبة 56.25% من أفراد العينة تراوح سنهم بين 30 و 40 سنة مقابل نسبة 25% منهم تراوح سنهم بين 40 و 50 سنة، ثم نجد نسبة 14.58% ممن سنهم أقل من 30 سنة وفي الأخير نجد أن من تراوح سنهم أكثر من 50 سنة تُقدر نسبتهم ب 4.17%.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ نسبة الأساتذة اللذين يتراوح سنهم بين 30 و 40 سنة أكبر من الفئات العمرية الأخرى وهذا راجع إلى أنّ مجتمع البحث الذي ورّعنا عليه استمارتنا هو مجتمع تعليمي شبابي يغلب عليه طابع الأستاذ الشاب عن بقية الفئات العمرية الأخرى.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الرتبة.

الرتبة	ك	%
أستاذ مساعد ب	06	12.50%
أستاذ مساعد أ	10	20.83%
أستاذ محاضر ب	11	22.92%
أستاذ محاضر أ	04	8.33%
أستاذ	17	35.42%
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم (03) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الرتبة.

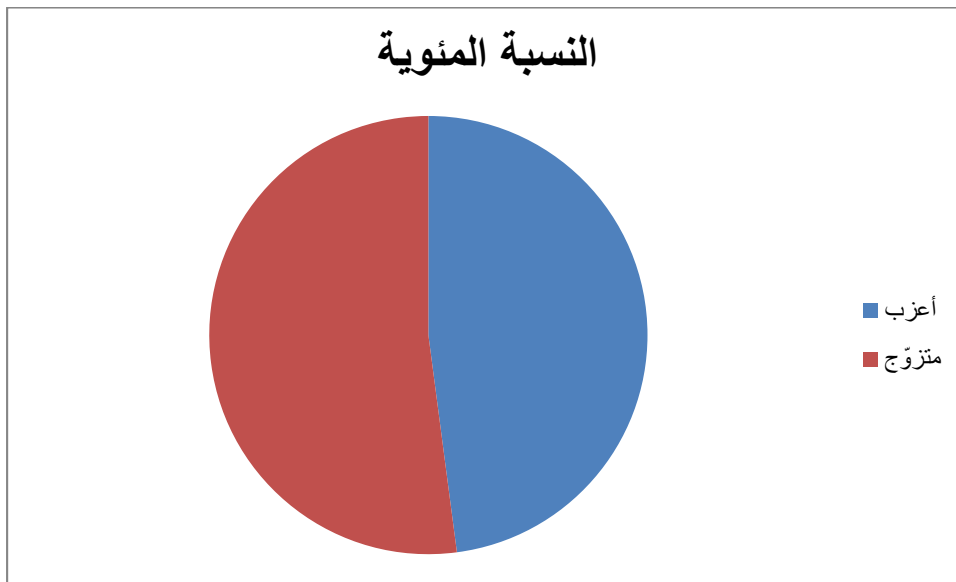
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (03) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب الرتبة أن نسبة 35.42% منهم لديهم رتبة أستاذ مقابل نسبة 22.92% ممن لديهم رتبة أستاذ محاضر ب، ثم نجد نسبة 20.83% ممن لديهم رتبة أستاذ محاضر أ، في حين نجد أن نسبة 12.50% منهم لديهم رتبة أستاذ مساعد ب، وفي الأخير نجد أن من لديهم رتبة أستاذ محاضر أ تُقدر نسبتهم ب 8.33%.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ نسبة أغلب أفراد عينة الدراسة لديهم رتبة أستاذ إذ قدرّت نسبتهم ب 35.42%، وهذا راجع إلى أنّ مجتمع البحث الذي ورّعنا عليه الاستمارة والمتمثل في قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو أغلب المدرسين فيه الذين يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني يشغلون رتبة أستاذ جامعي.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	ك	%
أعزب	23	47.92%
متزوج	25	52.08%
أرمل / مطلق	//	//
مج	48	100%



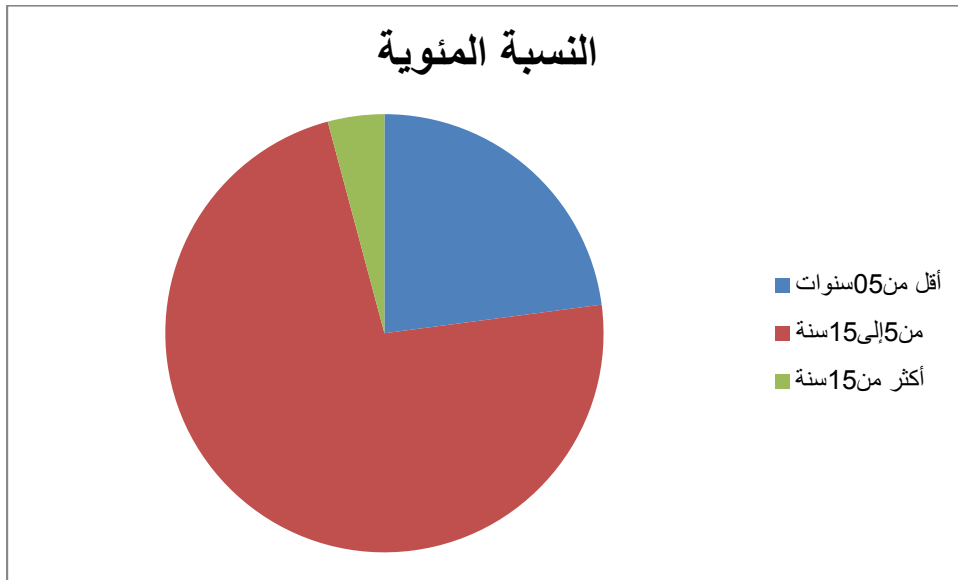
الشكل البياني التالي رقم (04) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (04) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية أن نسبة 52.08% من أفراد العينة متزوجون مقابل نسبة 47.92% منهم عزّاب.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ نسبة الأساتذة المدرسين في قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو هم متزوجون، وهذا راجع إلى الحالة الاجتماعية لأفراد مجتمع البحث الذي وزّعنا عليه استمارتنا.

الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.

الخبرة المهنية	ك	%
أقل من 05 سنوات	11	22.92%
من 05 إلى 15 سنة	35	72.92%
أكثر من 15 سنة	02	4.17%
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم (05) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.

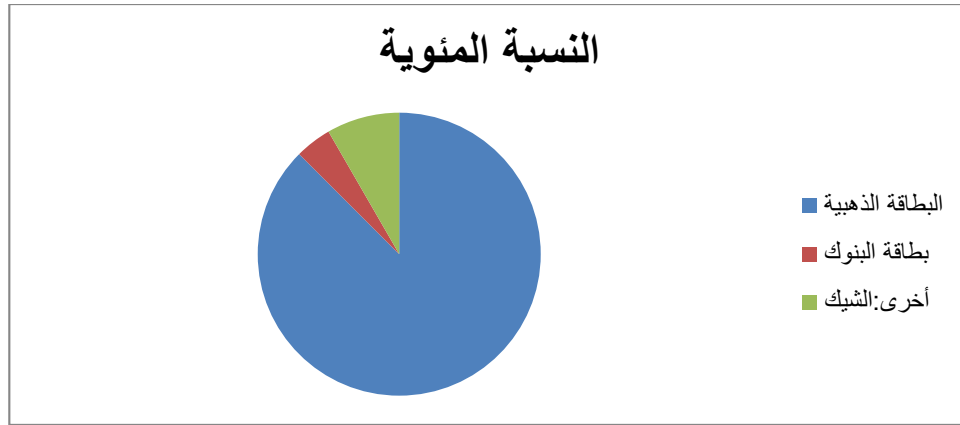
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (05) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية أن نسبة 72.92% من أفراد العينة لديهم خبرة مهنية من 05 إلى 15 سنة مقابل نسبة 22.92% منهم لديهم خبرة مهنية أقل من 05 سنوات، وفي الأخير نجد أن من لديهم خبرة مهنية أكثر من 15 سنة تُقدر نسبتهم بـ 4.17%.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ نسبة أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو لديهم خبرة مهنية من 05 إلى 15 سنة وهذا راجع إلى طبيعة مجتمع البحث الذي ورّعنا عليه استمارتنا.

الإطار التطبيقي

المطلب الثاني: عرض و تحليل محور استخدام وسائل الدفع الإلكتروني:
الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة.

المتغير	ك	%
البطاقة الذهبية	42	87.50%
بطاقة البنوك	02	4.17%
أخرى: الشيك	04	8.33%
مج	48	100%



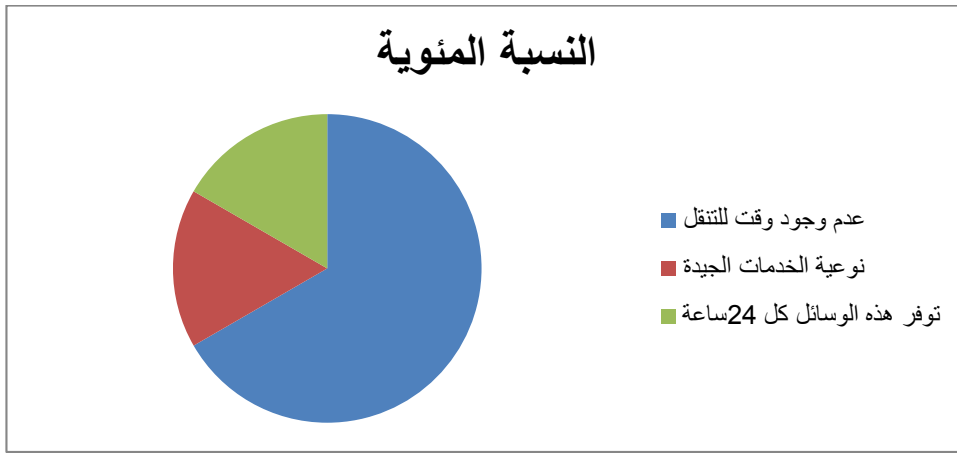
الشكل البياني التالي رقم(06) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب وسيلة الدفع الإلكتروني المستخدمة.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم(06) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة أن نسبة 87.50% من أفراد العينة يستخدمون البطاقة الذهبية مقابل نسبة 8.33% منهم يستخدمون الشيك، وفي الأخير نجد أن من يستخدمون بطاقة البنوك تُقدر نسبتهم ب 4.17%.
نستنتج من هذه الدراسة أنّ أغلب أفراد عينة مجتمع الدراسة يستخدمون البطاقة الذهبية كوسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني في مختلف معاملاتهم المالية اليومية وهذا حسبهم راجع إلى ميزات العديدة والتي من بينها سهولة استخدامها وعدم وجود لديهم وقت كثير للتنقل.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

المتغير	ك	%
عدم وجود وقت للتنقل	32	66.67%
لتوعية الخدمات الجيدة المقدمة في هذا المجال	08	16.67%
توفر هذه الوسائل في كل 24 ساعة	08	16.67%
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم (07) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

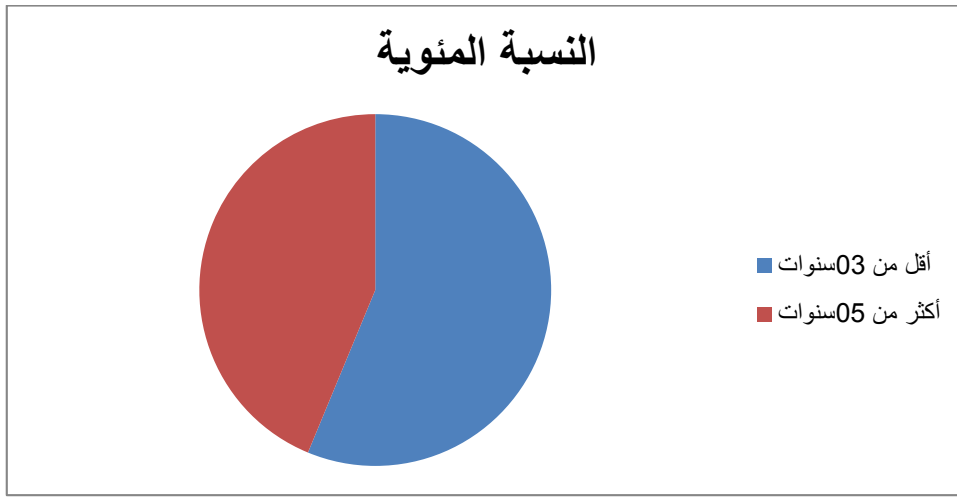
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (07) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني أن نسبة 66.67% من أفراد العينة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني نظراً لعدم لديهم وقت للتنقل مقابل نسبة 16.67% مقتسمة بين أفراد عينة البحث الذين يرجع سبب استخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني إلى كل من توعية الخدمات الجيدة المقدمة في هذا المجال وتوفر هذه الوسائل في كل 24 ساعة.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ غالبية الأساتذة اللذين يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني يرجع سببهم في ذلك إلى عدم وجود لديهم وقت للتنقل، وهذا يعتبر شيء طبيعي ومنطقي جداً لأن كل إنسان ملتزم بالوقت وخصوصاً الأساتذة اللذين لديهم برنامج عمل ونظام وقي يجب عليهم احترامه.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني.

المتغير	ك	%
أقل من 03 سنوات	27	56.25%
أكثر من 05 سنوات	21	43.75%
لا أتعامل بها مطلقا	//	//
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم (08) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب سنوات التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني.

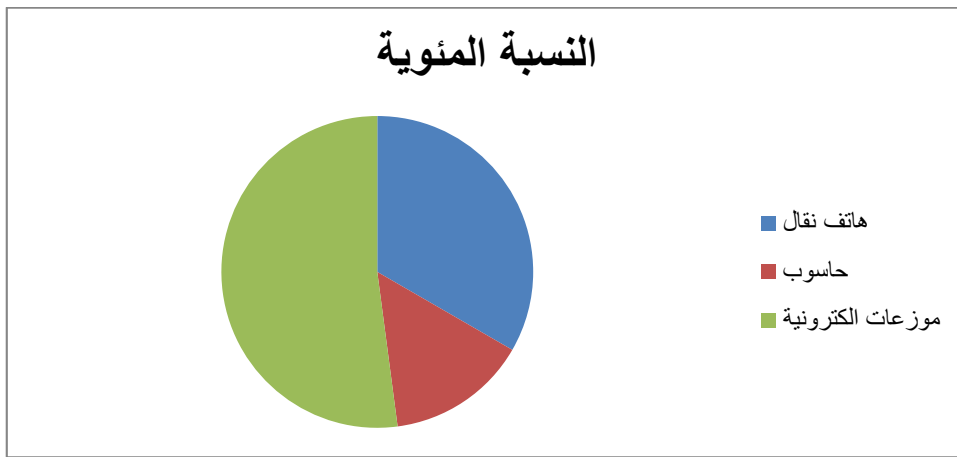
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (08) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب سنوات التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني أن نسبة 56.25% من أفراد العينة يتعاملون بوسائل الدفع الإلكتروني منذ أقل من 03 سنوات مقابل نسبة 43.75% منهم ممن يتعاملون بها منذ أكثر من 05 سنوات.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ غالبية أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو منخرطون في هذا التعامل منذ أكثر من 05 سنوات، وهذا راجع إلى أنّ أفراد مجتمع البحث الذين وُزّعنا عليهم استمارتنا هم على ذلك الحال.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير كيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

المتغير	ك	%
الهاتف النقال	16	33.33%
الحاسوب	07	14.58%
عن طريق الموزعات الإلكترونية	25	52.08%
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم (09) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب كيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

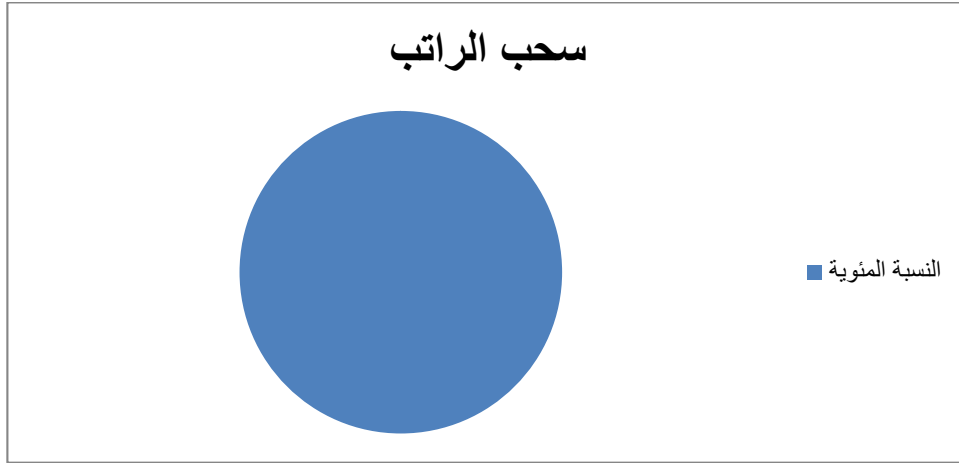
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (09) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب كيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني أن نسبة 56.08% من أفراد العينة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الموزعات الإلكترونية مقابل نسبة 33.33% منهم ممن يستخدمونها عن طريق الهاتف النقال، وفي الأخير نجد أن من يستخدمونها عن طريق الحاسوب تقدّر نسبتهم ب 14.58%.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ غالبية أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتييزي وزو يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الموزعات الإلكترونية وهذا في نظرهم يرجع إلى مميزات العديدة والتي من بينها سهولة استعمالها.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

المتغير	ك	%
سحب الراتب	48	%100
مج	48	%100



الشكل البياني التالي رقم (10) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

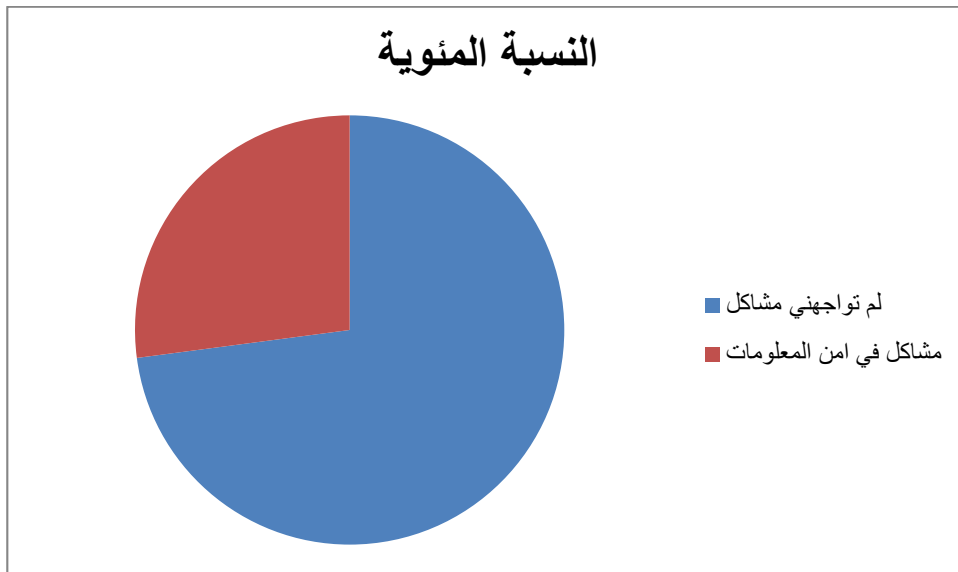
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (10) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب الفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني أن كل أفراد مجتمع البحث يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني من أجل سحب الراتب بنسبة 100 % .

نستنتج من هذه الدراسة أنّ كلاً من أفراد مجتمع الدراسة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني من أجل سحب الراتب وهذا حسبهم يرجع إلى طبيعة التعامل بمختلف وسائل الدفع هذه التي تسهّل من مهمة سحب الراتب الشهري.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المشاكل الملائقة خلال استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

المتغير	ك	%
لم تواجهني مشاكل	35	72.92%
مشاكل في أمن المعلومات	13	27.08%
مشاكل أخرى	//	//
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم (11) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب المشاكل التي واجهتهم خلال استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

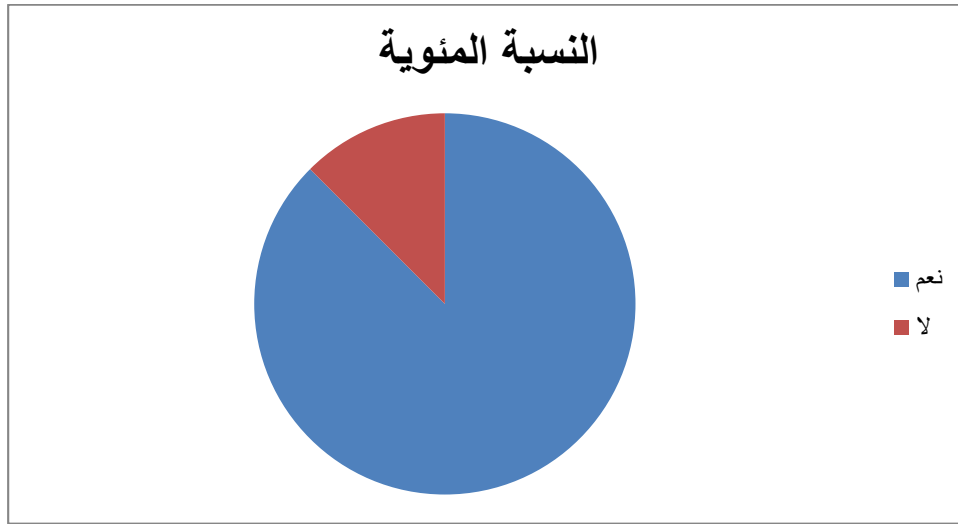
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (11) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب المشاكل التي واجهت مستخدمي وسائل الدفع الإلكتروني خلال استخدامها أن نسبة 72.92% من أفراد العينة لم تواجههم أية مشاكل خلال استخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني مقابل نسبة 27.08% منهم ممن واجهتهم مشاكل في أمن المعلومات.

الإطار التطبيقي

نستنتج من هذه الدراسة أنّ غالبية أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو أفراد عيّنة البحث لم تواجههم أية مشاكل خلال استخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني، وهذا راجع إلى أنّ أفراد مجتمع البحث الذي وزّعنا عليهم استمارتنا على علم كافي بكيفية استخدامها من جهة ومن جهة أخرى نظرا للدقة التي تميّز بها.

الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر مدى تميّز وسائل الدفع الإلكتروني بالدّقة وعدم ارتكاب الأخطاء.

المتغيّر	ك	%
نعم	42	87.50%
لا	06	12.50%
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم(12) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب مدى تميّز وسائل الدفع الإلكتروني بالدّقة وعدم ارتكاب الأخطاء.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم(12) والمتمثل في توزيع أفراد العيّنة حسب مدى تميّز وسائل الدفع الإلكتروني بالدّقة وعدم ارتكاب الأخطاء أن نسبة 87.50% من أفراد العيّنة يرون تميّز وسائل الدفع الإلكتروني

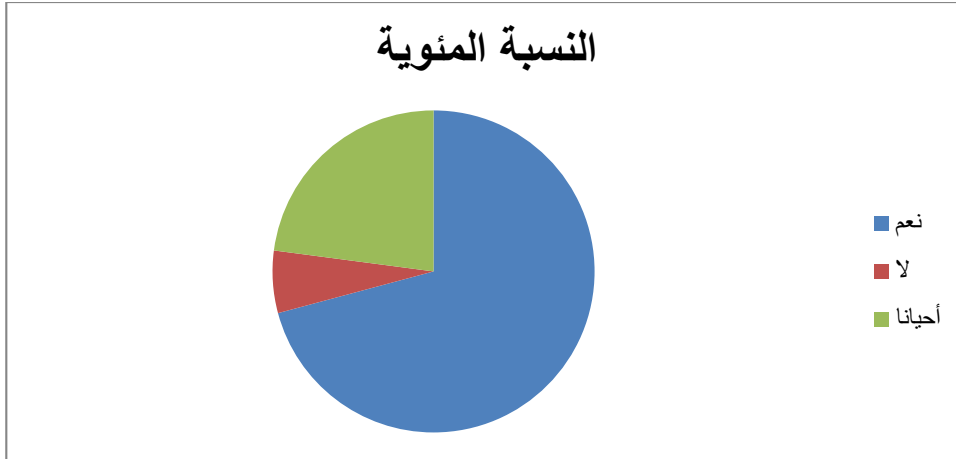
الإطار التطبيقي

الحديثة بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء مقابل نسبة 12.50% منهم ممن لا يرون تميّز وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ معظم أفراد مجتمع البحث يؤمنون بدقّة وسلامة وسائل الدفع الإلكتروني من الأخطاء، وهذا في نظرهم راجع إلى أنّ أفراد مجتمع البحث المبحوثين على وعي تام وإدراك صحيح بمدى حداثة الوسائل المستخدمة ودقّتها الإلكترونية المتميّزة.

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر مدى الشعور بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة.

المتغيّر	ك	%
نعم	34	70.83%
لا	03	06.25%
أحيانا	11	22.92%
مج	48	100%



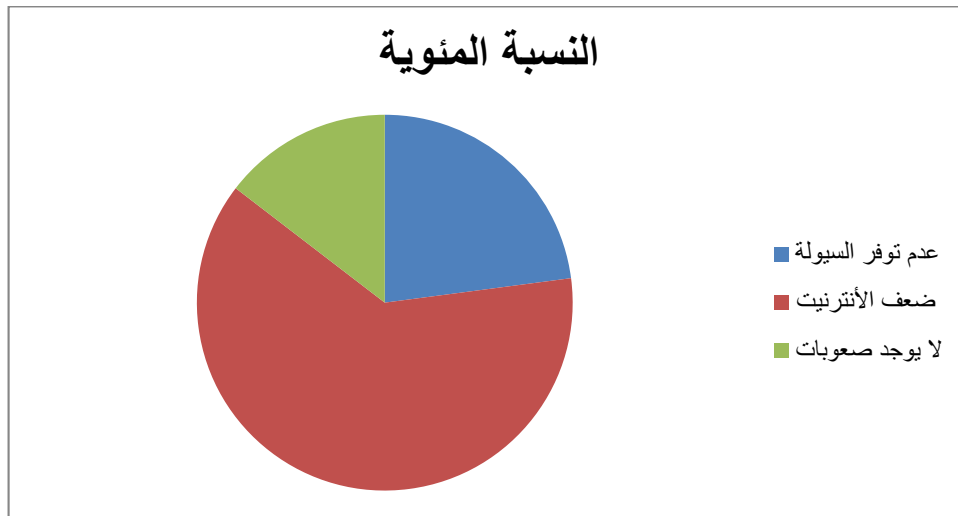
الشكل البياني التالي رقم (13) يوضح دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب مدى الشعور بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة.

الإطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (13) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب مدى الشعور بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة أن نسبة 70.83% من أفراد العينة يشعرون بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة مقابل نسبة 22.92% منهم ممن يشعرون أحياناً بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة، وفي الأخير أنّ لا يشعرون بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة تقدّر نسبتهم بـ 6.25%.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ غالبية أفراد مجتمع البحث يشعرون بالأمان في استعمال وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة، وهذا راجع إلى أغلبهم لم تواجههم أية مشاكل خلال تعاملهم بها. الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيّر الصعوبات المواجهة عند القيام بمعاملات الدفع الإلكتروني.

المتغيّر	ك	%
عدم توفر السيولة	11	22.92%
ضعف الانترنت	30	62.50%
لا يوجد صعوبات	07	14.58%
مج	48	100%



الشكل البياني التالي رقم (14) يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الصعوبات المواجهة عند القيام بمعاملات الدفع الإلكتروني.

الإطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (14) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب الصعوبات المواجهة عند القيام بمعاملات الدفع الإلكتروني أن نسبة 62.50% من أفراد العينة واجهوا صعوبات ضعف الانترنت مقابل نسبة 22.92% ممن واجهوا صعوبات عدم توفر السيولة، وفي الأخير نجد أن من لم يواجهوا أية صعوبات قدّرت نسبتهم ب 14.58%.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ معظم أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو عند قيامهم بمعاملات الدفع الإلكتروني قد واجهتهم صعوبات ضعف الانترنت، وهذا راجع في نظرهم إلى أنّه من الطبيعي أن تصاب شبكة الانترنت المسيرة للعصرنة في بعض الأحيان والأوقات باضطرابات سلكية وتوترات تقنية.

المطلب الثالث: تحليل وعرض محور الخدمات التي تقدّمها وسائل الدفع الإلكتروني

التحليل الكمي والكيفي للجدول المركبة:

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغير الخدمات التي تقدّمها وسائل الدفع الإلكتروني بآراء الباحثين.

نلاحظ من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه رقم (15) والمتمثل في علاقة متغير الخدمات التي تقدّمها

المتغير	الإجابة		موافق		محايد		معارض		مج	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دفع الفواتير	//	//	//	//	02	20%	//	//	02	4.17%
التعرّف على الرصيد عن بعد	25	83.33%	04	40%	02	25%	31	64.58%		
الشراء عبر الانترنت	//	//	01	10%	//	//	01	2.08%		
أسرع، أسهل وأمن	05	16.67%	03	30%	06	75%	14	29.17%		
مج	30	100%	10	100%	08	100%	48	100%		

وسائل الدفع الإلكتروني بآراء الباحثين أنّ الاتجاه العام للجدول يتجه إلى أغلب أفراد العينة بنسبة 64.58% إذ نجد من بينهم نسبة 83.33% ممن يوافقون أن الخدمات التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني تتمثل في التعرّف على الرصيد عن بعد، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 2.08% لأفراد العينة الذين يجادلون فكرة أن

الإطار التطبيقي

وسائل الدفع الإلكتروني تسهّل من مهمة الشراء عبر الانترنت إذ تقدر نسبتهم ب10%. وهذا راجع إلى أن أفراد العينة الذين ورّعت عليهم استمارتنا يتعرّفون دائماً على رصيدهم عن بعد من خلال استعمال وسائل الدفع الإلكتروني التي سهّلت عليهم ذلك ووفّرت عليهم عبء التنقل من مكان إلى مكان.

المطلب الرابع: عرض وتحليل محور أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغير أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بآراء المبحوثين.

نلاحظ من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه رقم (16) والمتمثل في علاقة متغير أثر استخدام

المتغير	الإجابة		موافق		محايد		معارض		مج	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نطاق واسع لاجدودي	//	//	//	//	//	//	//	//	//	//
توفير الجهد، الوقت، والسرية.	30	83.33%	05	41.67%	//	//	//	//	35	72.92%
تسريع عملية الدفع والمحاسبة	06	16.67%	02	16.67%	//	//	//	//	08	16.67%
عدم التقيد بالمواعيد الرسمية	//	//	05	41.67%	//	//	//	//	05	10.42%
مج	36	100%	12	100%	//	//	//	//	48	100%

وسائل الدفع الإلكتروني بآراء المبحوثين أن الاتجاه العام للجدول يتجه إلى أغلب أفراد العينة بنسبة 72.92% إذ نجد من بينهم نسبة 83.33% ممن يوافقون على أن أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتمثل في توفير الجهد، الوقت والسرية، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 10.42% لأفراد العينة المحايدون إذ نجد من بينهم نسبة 41.70% ممن يحايدون في أن أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتمثل في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية، وهذا راجع إلى أن أفراد العينة الذين ورّعت عليهم استمارتنا كانت إجاباتهم على ذلك النحو.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغير الجنس و وسيلة الدفع الإلكتروني المستخدمة.

مج		الشيك		بطاقة البنوك		البطاقة الذهبية		الإجابة المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
45.83%	22	50%	03	28.57%	02	57.14%	20	ذكر
54.17%	26	50%	03	71.43%	05	42.87%	15	أنثى
100%	48	100%	06	100%	07	100%	35	مج

نلاحظ من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه رقم (17) والممثل في علاقة متغير الجنس و وسيلة الدفع الإلكتروني المستخدمة أن الاتجاه العام يتجه إلى أغلب أفراد العينة الإناث بنسبة 54.17% إذ نجد من بينهم نسبة 71.43% ممن يستخدمون بطاقة البنوك كوسيلة للدفع الإلكتروني، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 54.83% لأفراد العينة الذكور إذ نجد من بينهم نسبة 57.14% ممن يستخدمون البطاقة الذهبية كوسيلة للدفع الإلكتروني.

وهذا راجع إلى أن أفراد العينة الذين وُزعت عليهم استمارتنا كل فرد منهم يستخدم وسيلة الدفع التي تلائمه أكثر فكانت إجاباتهم على ذلك النحو المبين في نتائج الجدول أعلاه.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغيرات الجنس، السن والخبرة المهنية بكيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

المتغير	الإجابة		الهاتف النقال		الحاسوب		الموزعات الإلكترونية		مج	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجنس	ذكر	07	53.85%	03	60%	16	53.33%	26	54.17%	
	أنثى	06	46.15%	02	40%	14	46.67%	22	45.83%	
	مج	13	100%	05	100%	30	100%	48	100%	
السن	أقل من 30 سنة	01	8.33%	01	20%	02	6.45%	04	8.33%	
	30-40 سنة	11	91.67%	03	60%	21	67.74%	35	72.92%	
	40-50 سنة	//	//	01	20%	07	22.58%	08	16.67%	
	أكثر من 50 سنة	//	//	//	//	01	3.23%	01	2.08%	
مج	12	100%	05	100%	31	100%	48	100%		
خبرة مهنية	أقل من 5 سنوات	02	15.39%	02	40%	05	16.67%	09	18.75%	
	5-15 سنة	11	84.62%	03	60%	20	66.67%	34	70.83%	
	أكثر من 15 سنة	//	//	//	//	05	16.67%	05	10.42%	
	مج	13	100%	05	100%	30	100%	48	100%	

نلاحظ من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه رقم (18) والمتمثل في علاقة متغيرات الجنس، السن والخبرة المهنية بكيفية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في ما يخص جنس الباحثين أن الاتجاه العام يتجه إلى أغلب أفراد العينة الذكور بنسبة 54.17% إذ نجد من بينهم نسبة 53.85% ممن يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الهاتف النقال، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 45.83% لأفراد العينة الإناث إذ نجد من بينهم نسبة 46.67% ممن يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الموزعات الإلكترونية. أما في ما يخص سن الباحثين فإن اتجاهه العام يتجه نحو أغلب الباحثين الذين يتراوح سنهم بين 30 و 40 سنة بنسبة 72.92% إذ نجد من بينهم نسبة 91.67% ممن يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الهاتف النقال، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 8.33% لأفراد العينة الذين سنهم أقل من 30 سنة إذ نجد من بينهم نسبة 8.33% ممن يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الهاتف النقال.

الإطار التطبيقي

أما في ما يخص الخبرة المهنية للمبحوثين فان اتجاهه العام يتجه نحو أغلب أفراد العينة الذين لديهم خبرة مهنية تتراوح بين 05 و 15 سنة بنسبة 70.83% إذ نجد من بينهم نسبة 84.62% من يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الهاتف النقال، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 10.42% لأفراد العينة الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 15 سنة إذ نجد من بينهم نسبة 16.67% ممن يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الموزعات الإلكترونية.

وهذا راجع إلى أن أفراد العينة الذين وُزعت عليهم استمارتنا كل منهم يستخدم وسيلة الدفع التي يكون مرتاح معها وتلاءم متطلباته وتخدم أغراضه الشخصية تماشيا وظروفه الشخصية.

الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغير الجنس بمدى تميز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء.

المتغير	الإجابة		لا		مج	
	ك	%	ك	%	ك	%
ذكر	21	48.84%	01	20%	22	45.83%
أنثى	22	51.16%	04	80%	26	54.17%
مج	43	100%	05	100%	48	100%

نلاحظ من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه رقم (19) والمتمثل في علاقة متغير الجنس بمدى تميز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء أن الاتجاه العام يتجه إلى أغلب أفراد العينة الإناث بنسبة 54.17% إذ نجد من بينهم نسبة 80% ممن لا يرون بأن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني تتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 45.83% لأفراد العينة الذكور إذ نجد من بينهم نسبة 48.84% ممن يرون بأن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني تتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء.

وهذا راجع إلى أن أفراد العينة الإناث اللواتي وُزعت عليهن الاستمارة قد تعرّضن لبعض الصعوبات أثناء استخدامهن لوسائل الدفع الإلكتروني كضعف الانترنت ومشاكل في أمن المعلومات، مما سبّب لهنّ بعض المشاكل وبالتالي فهنّ لا يؤمنّ كثيرا بامتيازها بالدقة وسلامتها من الأخطاء.

وهذه تعتبر نتيجة طبيعية لأنه عندما يتعرّض الفرد لبعض الصعوبات والمشاكل فإنه يصبح لا يثق بتميز تلك الوسائل نوعا ما ومدى مصداقيتها.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغيّر رتبة الأساتذة بمدى شعورهم بالأمان في استعمال وسائل الدفع الحديثة.

مج		أحيانا		لا		نعم		الإجابة المتغيّر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
12.50%	06	11.11%	01	//	//	13.88%	05	أستاذ مساعد ب
25%	12	33.33%	03	66.67%	02	19.44%	07	أستاذ مساعد أ
25%	12	//	//	//	//	33.33%	12	أستاذ محاضر ب
4.17%	02	//	//	//	//	05.55%	02	أستاذ محاضر أ
33.33%	16	55.56%	05	33.33%	01	27.78%	10	أستاذ
100%	48	100%	09	100%	03	100%	36	مج

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (20) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغيّر رتبة الأساتذة بمدى شعورهم بالأمان في استعمال وسائل الدفع الحديثة أن الاتجاه العام يتجه إلى أغلب أفراد العينة الذين لديهم رتبة أستاذ بنسبة 33.33% إذ نجد من بينهم نسبة 55.56% ممن يشعرون أحيانا بالأمان في استعمال وسائل الدفع الحديثة، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 4.17% لأفراد العينة الذين لديهم رتبة أستاذ محاضر إذ نجد من بينهم نسبة 05.55% ممن يشعرون بالأمان في استعمال وسائل الدفع الحديثة. نستنتج من هذه الدراسة أنّ معظم أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو الذين وُزعت عليهم استمارة دراستنا الميدانية هذه يشعرون بالأمان في استعمال وسائل الدفع الحديثة بنسب متفاوتة، غير أن فئة المدرسين الذين لديهم رتبة أساتذة يشعرون بالأمان أكثر من غيرهم من الفئات الأخرى من الأساتذة ذوي الرتب المهنية المختلفة.

وهذا في نظرهم راجع إلى أن كل واحد منهم لديه قناعته الشخصية في مدى وسائل الدفع الإلكتروني

الحديثة.

الإطار التطبيقي

الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغير وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة بالفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

الإجابة		سحب الراتب		دفع الفواتير		تحويل الرصيد		مج	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
البطاقة الذهبية	39	81.25%	//	//	//	//	//	39	81.25%
بطاقة البنوك	04	8.33%	//	//	//	//	//	04	8.33%
أخرى: الشيك	05	10.42%	//	//	//	//	//	05	10.42%
مج	48	100%	//	//	100%	//	//	48	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (21) والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب علاقة متغير علاقة متغير وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة بالفائدة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني أن الاتجاه العام يتجه إلى أغلب أفراد العينة الذين يستخدمون البطاقة الذهبية بنسبة 81.25% إذ نجد من بينهم نسبة 81.25% ممن أفادهم استخدامها في سحب الراتب، هذا مقابل أصغر نسبة متمثلة في 8.33% لأفراد العينة الذين يستخدمون بطاقة البنوك إذ نجد من بينهم نسبة 8.33% ممن أفادهم استخدامها في سحب الراتب أيضا.

نستنتج من هذه الدراسة أنّ أغلب أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو أفراد مجتمع البحث الذين ورّعت عليهم استمارة دراستنا الميدانية قد أفادهم استخدام مختلف وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في سحب الراتب.

وهذا في نظرهم راجع إلى مختلف التسهيلات التي تتميّز بها وسائل الدفع المختلفة لاسيما البطاقة الذهبية منها والتي هي كثيرة التداول والاستخدام من طرف أفراد مجتمع البحث.

وفي نظري تعتبر هذه النتيجة منطقية لأن وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة بمختلف أنواعها تعمل على توفير أحسن الخدمات للمواطنين وبدون أي عناء مكلف خصوصا في ما يتعلّق بمسألة سحب الراتب الشهري.

2- نتائج الدراسة:

• الاستنتاجات الجزئية للدراسة:

لقد توصلت دراستنا الحالية هذه إلى إثبات جملة من النتائج الجزئية والمتمثلة في ما يلي:

- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة بنسبة عالية جدا.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة يستخدمون البطاقة الذهبية بنسبة ضئيلة بشكل رئيسي كوسيلة للدفع الإلكتروني فهو يحتل الصدارة في قائمة وسائل الدفع الإلكتروني الحديث.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة يستخدمون البطاقة الذهبية بنسبة كبيرة كوسيلة للدفع الإلكتروني نظرا لعدم وجود وقت للتنقل.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة يتعاملون بوسائل الدفع الإلكتروني الحديثة منذ أقل من 03 سنوات .
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الموزعات الإلكترونية .
- ✓ كل أفراد العيّنة يستخدمون الدفع الإلكتروني من أجل سحب الراتب بنسبة 100%.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة لم تواجههم أية مشاكل خلال استخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة بنسبة يرون أن استخدام الدفع الإلكتروني تتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة يشعرون بالأمان في استعمال وسائل الدفع الحديثة بنسبة جيد عالية.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة تواجههم عند قيامهم بمعاملات الدفع الإلكتروني صعوبات ضعف الانترنت.
- ✓ معظم أفراد العيّنة يوافقون الرأي على أنّ الخدمات المقدّمة من طرف وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة تتمثل في التعرف على الرصيد عن بعد، كما يوافقون الرأي أيضا على أن الأثر المنتج يتمثل في توفير الجهد والوقت والسريّة.
- ✓ تقريبا كل أفراد عيّنة الدراسة الذكور يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الهاتف النقال.
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة الذين يتراوح سنّهم بين 30 و 40 سنة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الهاتف النقال .
- ✓ أغلب أفراد عيّنة الدراسة الذين لديهم خبرة مهنية تتراوح بين 05 سنوات و 15 سنة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق الموزعات الإلكترونية بنسبة قليلة جدا.

الاستنتاجات العامة للدراسة:

لقد توصلت دراستنا الحالية هذه إلى الاستنتاجات العامة التالية:

- ✓ أغلب أفراد العينة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة.
- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة المختلفة والتي في مقدمتها البطاقة الذهبية ضرورية في حياة الفرد، بما فيهم أساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري تيزي وزو.
- ✓ معظم أفراد العينة يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في معاملاتهم المالية اليومية لاسيما في سحبهم لراتبهم الشهري.
- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة ضرورية في تسهيل المعاملات المالية لأساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري.
- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة لاسيما البطاقة الذهبية تساهم في تطوير وتوسيع آفاق الخدمات التي تقدمها مختلف وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة.
- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني بما فيها البطاقة الذهبية تساهم بشكل إيجابي في تحسن جودة الخدمة لدى الفرد.
- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة تلعب دورا هاما في إثراء الرصيد الخدماتي لأساتذة قسم العلوم الإنسانية لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو.

الاقتراحات والتوصيات:

- ✓ على الجزائر ان تكون لها تجارب في مجال انظمة الدفع الالكتروني، فان اصابتم اعتمادها وان خابت فستضل تجربة والضرر الذي يمكن ان ينتج عنها سيكون ضئيلا، وكذلك عن طريق اقتناء بتجارب الدول الأخرى والاخذ بما يناسب منها.
- ✓ ضرورة القيام بالدعم المادي والبشري لتمكين المؤسسة من القيام بالمهام والخدمات.
- ✓ وضع سياسة اعلامية وتسويقية من شأنها ادخال ثقافة استخدام البطاقة الذهبية.
- ✓ الحرص على المتابعة الجيدة لخدمة البطاقة الذهبية وتأمين خدماتها، حتي تضمن أكبر قدر من المصداقية و التجارب.

خاتمة

خاتمة:

في ختام دراستنا نستخلص أن التطورات التكنولوجية الحديثة ساهمت بشكل كبير في تغيير نمط تقديم الخدمات التي انتقلت من النمط التقليدي إلى نمط الكتروني حديث. حيث ظهرت الخدمات الالكترونية التي ساعدت الدول من أجل تطبيقها وذلك بتوفير جميع الوسائل المادية و البشرية و التقنية من اجل إنجاح هذا التغيير.

نجد الجزائر من بين الدول التي تفتنت إلى أهمية التغيير في نمط تقديم الخدمات من اجل تحسينها و تسهيل معاملاتها و إصلاح علاقتها مع المواطنين و يتجلى ذلك في الجهود التي قامت بها الجزائر و توفيرها لجميع الوسائل لإنجاح مشروع التحول إلى الخدمات الالكترونية خاصة بريد الجزائر التي تسعا لمواكبة عصر التكنولوجيا حيث أصبحت تقديم خدماتها عبر بطاقة الدفع الالكتروني التي هي محور دراستنا حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه هذه البطاقة الذهبية لتحسين جودة الخدمات المقدمة لأساتذة قسم العلوم الإنسانية بجامعة تيزي وزو .

وفي الجانب التطبيقي، فقد بين في تحليلنا للدراسة أن استخدام وسائل الدفع الالكتروني يلعب دور فعال وأساسي في تحسين جودة الخدمة المقدمة لأساتذة قسم العلوم الإنسانية لأنها تساهم في القضاء على عدة مشاكل وهذا راجع في نظرهم إلى مختلف التسهيلات التي تتميز بها وسائل الدفع المختلفة لاسيما البطاقة الذهبية حيث توفير أحسن الخدمات وبدون أي عناء مكلف خصوصا فيما يتعلق بمسألة سحب الراتب.

كما اتضح لنا من خلال الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون وسائل الدفع الالكتروني الحديثة و التي في مقدمتها البطاقة الذهبية حيث أنها ضرورية في حياة الفرد بما فيهم أساتذة قسم العلوم الإنسانية ولم تواجههم أي مشاكل عند قيامهم بمعاملات الدفع، فتمتاز البطاقة الذهبية بالبساطة و سهولة الاستعمال فهي توفير لجهود و الوقت ألغت حاجز الزمن و المكان لا تعرف بالحدود الجغرافية دون التأثير على تكلفتها . تسهيل دفع فواتير الغاز و الكهرباء و الماء و الانترنت، وتسمح بالتعرف على الرصيد عن بعد ، كما يعتبر سحب النقود بواسطة هذه البطاقة أسرع أسهل و أمن. وهذا ما جعل وسائل الدفع الالكتروني تؤدي دور هام في تحسين جودة الخدمة المقدمة لأساتذة قسم العلوم الإنسانية.

وبناء على ما سبق استهدفت دراسة البحث عن أثر وسائل الدفع الالكتروني من بينها البطاقة الذهبية في تحسين جودة الخدمات من خلال تقسيمها النظري والتطبيقي حين تمّ اختيار بريد الجزائر- تيزي وزو- وهذا لتجسيد الواقع النظري ميدانيا والذي نتج عنه توصلنا إلى جملة من النتائج والاستنتاجات التي قمنا بعرضها .

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

الكتب :

1. ابراهيم بن عبد العزيز الدعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى الاردن، 2010.
2. احسان محمد الحسن، مناهج البحث العلمي، دار وائل، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2005.
3. أحمد، محمد سمير، (2009) الإدارة الالكترونية، الطبعة 1، عمان-الأردن، دار المسيرة لمنشر والتوزيع و الطباعة.
4. اكرم ياملكي، الأوراق التجارية والعمليات المصرفية، دار الثقافة. ب ط، ب س ،
5. برينيس، عبد القادر، (2014) تسويق الخدمات الخدمات العمومية الإسكندرية، دار الوفاء، الطبعة و النشر.
6. بشير العلاق (2009) ثقافة الخدمة. عمان الاردن دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع
7. نائر احمد غباري، خالد محمد ابو شعيره، مناهج البحث التربوي ، دار مكتبه العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى الاردن، 2010.
8. الحسين محمد سمحان، اقتصاديات النقود والمصارف دارصفاء الطبعة الاولى، 2011.
9. حميد الطائي وبشير العلاق. (2009). تسويق الخدمات_مدخل إستراتيجي وظيفي تطبيقي، عمان، الأردن. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
10. خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية، دار جامد للنشر و التوزيع، عمان، 2008. ربحي مصطفى عليان، وعثمان محمد عنيم، مناهج واساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، الدار صفاء، الطبعة الأولى، عمان، 2001.
11. رونية الجديدة في اعمال المصارف من الوجهين القانونية والاقتصادية، الجزء الاول، الجديد في التقنيات المصرفية، لبنان 2002 .
12. زاهر عبد الرحيم عاطف (2012) تسويق الخدمات عمان الأردن دار الراية للنشر والتوزيع.
13. سالم سعيد القحطاني واخرون، منهج البحث في العلوم السياسية والاعلام، جامعه الملك مسعود، الطبعة الثانيه، 2000.
14. سالم سعيد القحطاني واخرون، منهج البحث في العلوم السياسية والاعلام، جامعة
15. سعيد سامي الخلاق، النقود والبنوك والمصارف المركزية، دار البازوري، عمان 2010.

قائمة المصادر والمراجع

16. سليمان ناسر التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
17. سيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للنشر، الطبعة الثانية، القاهرة، 2008.
18. السيد متولي عبد القادر، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الفكر الطبعة الأولى، عمان، 2010.
19. شايكسي سعدان، المحاسب العامة، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 1993.
20. الطاهر لطرش، تقنيات البنوك دوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2003.
21. الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان مطبوعات جزائرية، 2005.
22. عبد الرحيم وهيبة وسائل الدفع التقليدية في الجزائر الوضعية والافاق، مجلة الحاث العدد 20 2011 تمراست، الجزائر.
23. عدنان إبراهيم سرحان، الوفاء الإلكتروني، مؤتمر الاعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، مج 1 كليه الشريعة والقانون التجارة، دبي 2013.
24. علي عبد الهاشمين، نظام الدفع الإلكتروني وخاطرها، ووسائل الرقابة عليها، مجلة جامعة الازهار، مج 12 العدد 2010 .
25. عواطف إبراهيم الحداد (2009) إدارة الجودة الشاملة الأردن دار الفكر.
26. قاسم نايف، علوان الحياوي (2006) إدارة الجودة في الخدمات، الأردن، دار الشروق و التوزيع.
27. محب خلة توفيق الاقتصادي النقدي والمصرفي، دراسة تحليلية للمؤسسات والنظرية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الاولى، الإسكندرية 2015.
28. محفوظ أحمد، جودة (2006) إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، ط2، عمان -الأردن، دار وائل للنشر والتوزي
29. محمد ابراهيم رضوان احمد، البحث العلمي تحليل وتطبيقات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007.
30. محمد إبراهيم عبدالرحيم، اقتصاديات النقود والبنوك، دارالتعليم الجامعي، الإسكندرية 2014.
31. محمد الصيرفي (2006) الجودة الشاملة طريقك للحصول على شهادة الأيزو ط1 مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
32. محمد زهر شاميه، النقود والمصارف، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، دار الفكر للنشر، الإسكندرية 2013.

قائمة المصادر والمراجع

33. محمد سحنون، النظام المصرفية للنقود الورقية والنقود الالية، مجلة العلوم الإنسانية
34. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، عالم المكتب، الطبعة الاولى، مصر، 2005.
35. محمد عبده حافظ (2009) تسويق الخدمات ط1 مصر القاهرة المكتب العربي للمعارف.
36. محمد كمال، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
37. محمود محمد أبو فروه، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة 2012.
38. محمود، كاظم خيضر.(2002). إدارة الجودة وخدمة العملاء. ط1. عمان_الأردن. دار المسيرة للنشر والتوزيع.
39. هاني، حامد الضمور.(2005). تسويق الخدمات. ط1 دار وائل للنشر والتوزيع.
40. يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الاولى القاهرة، مصر، 2012.

الرسائل و الاطروحات:

41. افلة العيهار(2005) دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية رسالة ماجستير في إدارة الأعمال جامعة الجزائر.
42. باطلي غنية، محاضرة حول وسائل الدفع الالكتروني، سنة أولى ماستر جامعة محمد الأمين دباغين، سطيف، 2014.
43. بورزق ابراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الالي البنكي، دراسة القرض الشعبي الجزائري CPA, رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008.
44. سالم مريم، أساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص لقوع، ومائية غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة 2013-2014.
45. السعيد بريكة، واقع عمليات المصرفية و افاق تطورها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، العربي بن مهدي ام البواقي، الجزائر، 2011 .
46. صليحة رقاد (2008) تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية إدارة الاعمال جامعة الحاج لخضر باتنة

قائمة المصادر والمراجع

47. عبد الرحيم وهيبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية (دراسة حالة الجزائر) مذكرة الماجستير في علوم التسيير فرع نقود ومالية غير منشورة جامعة الجزائر، 2005_2006.
48. عبد الرحيم وهيبية، وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير جامعة الجزائر، 2006
49. فريد هقلفول، أهمية النظام الدفع الالكتروني في المصارف، دراسة حالة BADR، المذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر، 2023.
50. لوصف غمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن 21 مع الإشارة الى التجربة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009.
51. نور الدين بو عنان، (2007)، جودة الخدمات وأثارها على رضا العملاء، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
52. هدى، أوغيدني، (2009). إتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة باجي مختار، عنابة.

القواميس والمعاجم:

53. غيث، محمد عاطف (1997) قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

المراجع الاجنبية:

54. Philippe rambourg (2006) marketing 2 edition actualisée breol

France

55. www.ummt0.dz

الملاحق

جامعة مولود معمري - تيزي وزو -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص اتصال تنظيمي

استبيان حول:

أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة

"دراسة ميدانية على عينة من أساتذة قسم العلوم الإنسانية

لدى جامعة مولود معمري بتيزي وزو"

في إطار إنجاز مذكرة ماستر حول أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة، نتقدم إليكم سادتي الأفاضل بهذه الاستمارة المتكونة من مجموعة من الأسئلة التي نتمنى إجاباتكم عليها بكل صدق وموضوعية، قصد مساعدتنا في استخلاص نتائج جدية ومنطقية قابلة للتحليل العلمي والبحث الأكاديمي.

ونحيطكم علما سادتي الأفاضل بأن إجاباتكم ستطغى عليها السرية التامة ونشكركم مسبقا على كل المعلومات المقدمة.

ملاحظة: ضع العلامة (X) أمام العبارة المناسبة.

إشراف الأستاذ:

إعداد:

- بن منصور رمضان

- سيدي سعيد ليديّة

- طالبي روضة

السنة الجامعية: 2023/2022

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

- أقل من 30 سنة

- من 30 إلى 40 سنة

- من 40 إلى 50 سنة

- أكثر من 50 سنة

3- الرتبة:

- أستاذ مساعد ب

- أستاذ مساعد أ

- أستاذ محاضر ب

- أستاذ محاضر أ

- أستاذ

4- الحالة الاجتماعية:

- متزوج

- أعزب

- أرمل/ مطلق

5- الخبرة المهنية:

- أقل من 05 سنوات

- من 05 إلى 15 سنة

- أكثر من 15 سنة

المحور الثاني: استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

6- ما هي وسائل الدفع الإلكتروني التي تستخدمها؟

- البطاقة الذهبية
- بطاقة البنوك
- وسائل أخرى
- أذكرها.....

7- لماذا تستخدم وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة؟

- عدم وجود وقت للتنقل
- لتوعية الخدمات الجيدة المقدمة في هذا المجال
- توفر هذه الوسائل كل وقت 24 سا

8- ما هي سنوات التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني؟

- أقل من 03 سنوات
- أكثر من 05 سنوات
- لا أتعامل بها مطلقا

9- كيف تستخدم وسائل الدفع الإلكتروني؟

- الهاتف النقال
- الحاسوب
- عن طريق الموزعات الإلكترونية

10- في ما أفادك استخدام وسائل الدفع الإلكتروني؟

- سحب الراتب
- دفع الفواتير
- تحويل الرصيد

11- ما هي المشاكل التي واجهتك خلال استخدامك لوسائل الدفع الإلكتروني؟

- لم تواجهني مشاكل

- مشاكل في أمن المعلومات

- مشاكل أخرى

- أذكرها.....

12- هل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني تتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء؟

نعم لا

13- هل تشعرون بالأمان في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني؟

نعم لا نعم

14- ما هي الصعوبات التي تواجهك عند قيامك بمعاملات الدفع الإلكتروني؟

- عدم توفر السيولة

- ضعف الانترنت

- لا يوجد صعوبات

المحور الثالث: آراء المبحوثين حول الخدمات التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني

معارض	محايد	موافق	العبارة
			تسهّل خدمات وسائل الدفع الإلكتروني في دفع فواتير الغاز، الكهرباء والماء.
			تسمح وسائل الدفع الإلكتروني بالتعرّف على الرصيد عن بعد.
			سهلت وسائل الدفع الإلكتروني مهمة الشراء عبر الانترنت
			يعتبر سحب النقود بواسطة بطاقة الانتماء: أسرع، أسهل وآمن.

المحور الرابع: آراء المبحوثين حول أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة

معارض	محايد	موافق	العبارة
			تستخدم في نطاق واع لا تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية... دون التأثير على تكلفتها
			تسمح الجهد، الوقت والسرية.
			تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها العميل
			ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية.

وشكرا.



REDMI NOTE 8 PRO
AI QUAD CAMERA

المعلومات المرتبطة بالبطاقة الذهبية



العدد المؤلف من **16 رقما** يطلب منكم عند :

تغيير رقم هاتفكم النقال

الإشتراك في تطبيق
بريدي موب / بريدي ويب

تسجيل التطبيق بريدي موب (المحمول)

الدفع عبر الأنترنت



#بريدالجزائر

مدة صلاحية البطاقة الذهبية



مدة صلاحية البطاقة الذهبية عامين ابتداء من مدة اصدارها



تاريخ نهاية صلاحية البطاقة