جـامعة غردايـــة
كـلية العلوم الاقتصـادية والتجـارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الشعبة: علوم إقتصادية

تخصص: إقتصاد نقدي ومالي

بعنوان:

الدور النهائي للدفع الإلكتروني TPE في تعزيز المبيعات لدى المؤسسات التجارية الصغيرة
دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر –ولاية غرداية–

من إعداد الطلبة :

–مقعمز رحاب

– نقو هاجر

تحت إشراف:

– د. نعاس صلاح الدين

السنة الجامعية: 2026/2025


بسم الله الرحمن الرحيم

جـامعة غردايـــة

كـلية العلوم الاقتصـادية والتجـارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الشعبة: علوم إقتصادية

تخصص: إقتصاد نقدي ومالي

بعنوان:

الدور النهائي للدفع الإلكتروني TPE في تعزيز المبيعات لدى المؤسسات التجارية الصغيرة
دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر –ولاية غرداية–

من إعداد الطلبة:

- مقعمز رحاب
- نقو هاجر

تحت إشراف الأستاذ:

- د. نعاس صلاح الدين

السنة الجامعية: 2026/2025

الإهداء

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل ,أهدي ثمرة جهدي و تخرجي هذا إلى أعز الناس على قلبي:

*الى أمي الغالية, مصدر الحنان و الدعاء التي كانت سندي في كل خطوة و التي كانت دائما الحضن الدافئ و السند الحقيقي في كل مراحل حياتي, شكرا لك على حبك و صبرك فمهما كتبت لن اوفيها حقها, حفظك الله و ادامك نورا يضيئ حياتي وجعلك تاجا فوق راسي.

*والى ابي العزيز,رمز القوة و التعب و الكفاح ,الذي علمني معنى الصبر و الاجتهاد و كان دائما الداعم الاول لي طوال مسيرتي الدراسيةو سعى من اجل ان يراني ناجحة, أطال الله في عمره و بارك فيه و حفظه لي.

*الى اخي الذي رافقني منذ الصغر ,شريك ذكرياتي و ايامي الجميلة و الذي كان بقربي في مختلف مراحل حياتي,وجوده كان دائما مصدر راحة و امان لي, و زوجته الكريمة التي اكن لها كل المحبة و التقدير فلها مني خالص الشكر.

*و الى عمتي الغالية ,التي ساعدتني و ساندتني خلال انجاز هذه المذكرة و لم تبخل علي يوما بالمساعدةو الدعم ,و كانت بجانبي بنصائحها و تشجيعها ,فجزاها الله عني خير الجزاء و رزقها الصحة و السعادة و التوفيق.

*الى رفيقة الدرب و صديقة العمر "عبير" رفيقة طفولتي الي كبرت معي و شاركتني اجمل الذكريات و المواقف و كانت دائما بقربي في اوقات الفرح و التعب,شكرا لصداقتك الصادقة ووجودك الدائم في حياتي.

*والى خطيبي الغالي ,الذي كان دعمه و تشجيعه دافعا لي للاستمرار و تحقيق هذا النجاح ,شكرا لدعمك و اهتمامك و تشجيعك المستمر لي ,ووقوفك معي في هذه المرحلة المهمة من حياتي ,اسأل الله ان يديمك فرحا و سندا في حياتي.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمدُ للهِ الذي بنعمته تتمّ الصالحات، وبفضله تُدرك الغايات، وبعونه تُذلَّل الصعوبات، وبتوفيقه تتحقق الأمنيات، والصلاة والسلام على سيدنا محمد ﷺ سيد البريات.

نحمدُ الله تعالى الذي يسّر لنا طريق العلم، وأعاننا على إتمام هاته المذكرة، فما كان فيه من خيرٍ فمن الله وحده.

ثم نتقدّم بجزيل الشكر والثناء والتقدير إلى من كانا سبب وجودي ونجاحي، إلى من سهرا الليالي وتحمّلا التعب والمشقة من أجل أن أصل إلى هذه اللحظة ،إلى أبي الغالي، رمز العطاء والتضحية، الذي علّمني أن الاجتهاد طريق النجاح، وكان دائمًا سندًا لي بكلماته ودعواته وإلى أمي الحبيبة، نبع الحنان والحب، التي غرست في قلبي الأمل والصبر، وكانت دعواتها ترافقني في كل خطوة أخطوها.

حفظكما الله وأدامكما تاجًا فوق رأسي.

إلى إخوتي وأختي وإبن أختي العزيز "محمد المصطفى" وإبنة خالي "خلود"، الذين كانوا مصدر فرح وقوة ودعم، وشاركوا معي لحظات التعب قبل الفرح، أشكركم من أعماق قلبي على محبتكم وتشجيعكم الدائم.

إلى أساتذتي الكرام بلأخص الأستاذ الفاضل نعاس صلاح الدين، الذين أناروا لنا طريق العلم والمعرفة، وكانوا خير موجّه وداعم، لكم مني كل التقدير والاحترام، فبفضلكم تعلمنا أن النجاح ثمرة الصبر والعمل.

وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هاته المذكرة، ولم تسعفني الكلمات لذكر اسمه، أهديكم ثمرة جهدي المتواضع، راجيةً من الله أن يكون بداية خير ونجاح في حياتي العلمية والعملية.

وأخيرًا...

إلى نفسي، التي صبرت واجتهدت ولم تستسلم رغم التعب والضغوط، أهدي هذا الإنجاز الذي كان حلمًا وأصبح اليوم حقيقة بفضل الله.

الحمد لله أولًا وآخرًا.

الشكر و العرفان

الحمد لله الذي وفقني و أعانني على إتمام هذا العمل المتواضع,فله الحمد و الشكر اولا و اخرا.

أتقدم بجزيل الشكر و الأمتنان إلة الاستاذ المشرف "نعاس صلاح الدين" على توجيهاته القيمة و نصائحه التي كانت عونا لنا في إنجاز هذه المذكرة,كما اشكره على كل ما قدمه لنا من خلال السنوات السابقة من دعم و توجيه ,فقد كان من أفضل الاساتذة الذين كان لهم أثر كبير في مساري الدراسي,لما يتميز به من كفاءة و أخلاق عالية و حرص دائم على إيصال المعلومة بأفضل طريقة.

كما أشكر جميع اساتذتي الكرام الذين ساهموا في تكويني طوال مشواري الدراسي,و لم يبخلوا علينا بالعلم و المعرفة.

و لا يفوتني ان أتقدم بالشكر الى الوالدين الكرام ,و الى جميع عائلتي "نقو" و عائلة زميلتي "مقعمز" على ماقدموه لنا من دعم و مساندة و تشجيع خلال مسارنا الدراسي و انجاز هذا العمل.

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في دور الدفع الإلكتروني TPE في تعزيز المبيعات لدى مؤسسة اتصالات الجزائر بغرداية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي حيث تم استخدام استبيان موجه لعينة من الإطارات بالمؤسسة والبالغ عددهم 40إطارا، ومن أجل تحليل آرائهم حول فرضيات الدراسة اعتمدنا على برنامج SPSS22. توصلت الدراسة إلى:

أن إعتماد أجهزة الدفع الإلكتروني في المؤسسات الصغيرة ساهم في تسهيل المعاملات التجارية و تقليل العراقيل الإدارية و المالية,كما أبدى أغلب أفراد العينة تقبلهم لفكرة التعامل بهذه الأجهزة نظرا لسهولتها

و مواكبتها للتطور التكنولوجي.

و رغم ذلك,ما تزال بعض الصعوبات التقنية ,مثل ضعف تدفق الإنترنت و بطء استجابة خوادم البنوك, تؤثر على فعالية عمليات الدفع مقارنة بالدفع النقدي .

و بينت النتائج أيضا أن استعمال أجهزة الدفع الإلكتروني لم يؤد بشكل مباشر إلى رفع حجم المبيعات بسبب استمرار تفضيل الدفع النقدي لدى شريحة من الزبائن, إلا انه ساهم في تعزيز ثقةة العملاء و تحسين سير العمل داخل المؤسسة من خلال تسريع عمليات الدفع و التقليل من الأخطاء المحاسبية أثناء تسجيل المبيعات و جرد الصناديق.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الإلكتروني،TPE ،مؤسسة اتصالات الجزائر، قطاع خدماتي،تعزيز المبيعات،المؤسسات التجارية الصغيرة،جودة الخدمة.

Abstract

This study aimed to investigate the role of electronic payment (TPE) in enhancing sales at Algeria Telecom in Ghardaia. The study relied on the descriptive approach and a case study method in the practical part, where a questionnaire was used, directed to a sample of 40 executives in the institution. In order to analyze their opinions regarding the study's hypotheses, we relied on the SPSS22 program.The study concluded that:The adoption of electronic payment devices in small enterprises contributed to facilitating commercial transactions and reducing administrative and financial obstacles. Moreover, most members of the sample expressed their acceptance of the idea of dealing with these devices due to their ease and keeping pace with technological development. Despite this, some technical difficulties, such as weak internet flow and slow response from bank servers, still affect the efficiency of payment processes compared to cash payment. The results also showed that the use of electronic payment devices did not directly lead to an increase in sales volume due to the continued preference for cash payment among a segment of customers. However, it contributed to enhancing customer confidence and improving the workflow within the institution by accelerating payment processes and reducing accounting errors during sales recording and cash inventory.

Keywords: Electronic payment methods, TPE, Algeria Telecom Corporation, Service sector. sales enhancing, Small commercial enterprises, Service quality.

فهـرس المحتويـات

فهرس المحتويـات

المحتويات	الصفحة
الإهداء	I
الإهداء	II
الشكر	III
الملخص باللغة العربية والإنجليزية	IV
قائمة المحتويـات	V
قائمة الجداول	VIII
قائمة الأشكال البيانية	IX
قائمة الملاحق	X
المقدمة	XI
الفصل الأول: الإطار النظري للدفع الإلكتروني ومحطة الدفع TPE	04
تمهيد	05
المبحث الأول: مفاهيم حول الدفع الإلكتروني و جهاز الدفع الإلكتروني TPE	06
المطلب الأول: الدفع الإلكتروني: تعريفه، انواعه ومزاياه	06-12
المطلب الثاني: محطة الدفع الالكتروني TPE: مفهومه وأنواعه	13-14
المطلب الثالث: مميزات وعيوب TPE	14-15
المبحث الثاني :الدراسات السابقة	16
المطلب الأول:الدراسات السابقة باللغة العربية	16-17
المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية	18-19
المطلب الثالث:ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة	19
خلاصة الفصل الأول	20
الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول أثر TPE على المبيعات	21
تمهيد	22
المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية وإجراءاتها	23
المطلب الأول: منهجية وأدوات الدراسة	23-27
المطلب الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية	27-28

خلاصة الفصل الثاني	57
خاتمة	58
قائمة المصادر والمراجع	61
الملاحق	65

قـائـمــة الجـداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يوضح تغيرات الدراسة	23
02	إحصائيات الاستمارات الخاصة بالدراسة الميدانية	24
03	توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي	27
04	مجال المتوسط الحسابي الم رجح لكل مستوى استجابة	27
05	معامل ثبات وسائل الدفع الالكتروني و دور جهاز الدفع في تعزيز المبيعات	29
06	توزيع الافراد العينة حسب متغير الجنس	30
07	توزيع الافراد العينة حسب متغير العمر	31
08	توزيع الافراد العينة حسب المستوى التعليمي	32
09	توزيع الافراد العينة حسب المستوى الوظيفي	34
10	توزيع الافراد العينة حسب اقدمية المهنة	35
11	نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لبعد مستوى اعتماد الدفع الالكتروني	37
12	نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لبعد سهولة استخدام TPE	39
13	نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لبعد الثقة و الامان في الدفع الالكتروني	41
14	نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لبعد زيادة حجم المبيعات	43
15	نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لبعد جودة خدمة الزبائن	45
16	نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لبعد تحسين الاداء المالي و التنظيمي	47
17	اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو ويلك للمتغيرات	49
18	اختبار الفرضية الاولى العلاقة بين جهاز الدفع و زيادة المبيعات	50
19	اختبار الفرضية الثانيةالعلاقة بين جهاز الدفع و تسهيل المبيعات	52
20	اختبار الفرضية الثالثة العلاقة بين جهاز الدفع و جذب الزبائن للمؤسسة	53
21	اختبار الفرضية الرابعة العلاقة بين جهاز الدفع و زيادة العمليات التجارية اليومية	54

قـائـمة الأشكـال البـيانـية

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية	07
02	دورة استخدام النقود الالكترونية و إجراءاتها	08
03	نموذج عن شكل الشيك الالكتروني	09
04	نموذج شكل المحفظة الالكترونية	12
05	محطة الدفع الإلكتروني TPE	13
06	توزيع الأفراد العينة حسب متغير الجنس	29
07	توزيع الأفراد حسب متغير العمر	30
08	توزيع الأفراد العينة حسب المستوى التعليمي	32
9	توزيع الأفراد العينة حسب مستوى الوظيفي	33
10	توزيع الأفراد العينة حسب اقدمية المهنة	34

قـائمة المـلاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	الاستبيان

مقدمـــة

أ. توطئة:

يشهد عالمنا المعاصر تحولات عميقة وجذرية، لا سيما في المجال الاقتصادي، حيث يواجه تحديات متزايدة ومعقدة تتجاوز البعد المحلي والقومي، و تضع هذه التحديات التي تتسم بطابعها الشامل والمتداخل ضغوطات هائلة على كوكبنا وموارده المحدودة وتشكل تهديدا حقيقيا لمستقبل البشرية.

و من بين أبرز مظاهر هذا التطور ظهور وسائل الدفع الألكتروني التي ساهمت في تسهيل المعاملات المالية و التجارية,من خلال توفير السرعة ,الدقة و الأمان في عمليات الدفع ,مما جعل العديد من المؤسسات تتجه نحو تبنيها لتحسين خدماتها و مواكبة التحول الرقمي.

كما تسعى المؤسسات من خلال اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني إلى تحسين أدائها و زيادة حجم مبيعاتها,بإعتبار أن سهولة الدفع و مرونته تساهمان في جذب الزبائن و تشجيعهم على التعامل أكثر مع المؤسسة,الأمر الذي يبرز وجود علاقة بين استخدام الدفع الإلكتروني و تطور المبيعات.

و إنطلاقا من ذلك, جاءت هذه الدراسة من اجل إبراز العلاقة بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني و تأثيرها على المبيعات داخل المؤسسات الصغيرة,من خلال التعرف على مدى مساهمة هذه الوسائل في تسهيل العمليات التجارية و تحسين أداءالمؤسسة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة.

ب. إشكالية الدراسة

إلى أي مدى يساهم استخدام أجهزة الدفع الالكتروني TPE في زيادة مبيعات مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية غرداية ؟

يندرج تحت هذه الإشكالية العامة مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في:

الأسئلة الفرعية

- ماهي أهم مزايا وعيوب استخدام محطة الدفع الالكتروني داخل المؤسسات الصغيرة؟
- كيف تؤثر محطة الدفع الالكتروني على سلوك الزبون و قراره الشرائي؟
- هل يساهم استعمال محطة الدفع الالكتروني في زيادة مبيعات المؤسسات الصغيرة و تحسين خدماتها؟
- ماهي أهم الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة عند اعتماد محطة الدفع الالكتروني ؟

بغرض الإجابة على التساؤلات سابقة الذكر، قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1. تساهم محطة الدفع الالكتروني TPE في زيادة المبيعات وزيادة عدد العملاء.
2. يساهم جهاز الدفع TPE في تسهيل عمليات البيع داخل المؤسسات التجارية الصغيرة .
3. يساهم جهاز الدفع TPE على تحسين جودة الخدمة ويزيد رضا الزبائن.

ت. أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة معرفة مدى مساهمة محطة الدفع الالكتروني في تعزيز مبيعات مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية غرداية، وبالتالي فان هذه الدراسة تسعى الى:

- ابراز مزايا استخدام محطة الدفع الالكتروني داخل المؤسسات الصغيرة؛

-توضيح كيفية تأثير محطة الدفع الالكتروني على سلوك الزبون و قراره الشرائي.

ث. أهمية الدراسة

-إبراز اهمية الدفع الالكتروني و دوره في مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة

-التعرف على مدى مساهمة الدفع الالكتروني في تسهيل المعاملات التجارية و تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن

-مساعدة المؤسسات على فهم أهمية اعتماد وسائل الدفع الحديثة من أجل جذب الزبائن و تحسين الأداء

-توضيح دور الدفع الاكتروني في تطوير النشاط التجاري و زيادة فعالية المبيعات.

ج. مبررات ودوافع اختيار الموضوع

يعود اختياري لهذا الموضوع لعدة أسباب منها.

➢ **الأسباب الذاتية**

-الرغبة الشديد في تناول موضوع الدراسةلمعرفة مدى مساهمة محطة الدفع الالكتروني في تعزيز مبيعات المؤسسات الصغيرة.

- ارتباط موضوع الدراسة بتخصصي الدراسي.

➢ **الأسباب الموضوعية**

- تزايد إعتماد المؤسسات التجارية الصغيرة على أجهزة الدفع الإلكتروني TPE في السنوات الأخيرة.
- الأهمية الكبيرة التي يحملها هذا الموضوع .
- توجه الدولة نحو تشجيع الرقمنة وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني.
- قلة الدراسات التي تناولت أثر أجهزة TPE على المؤسسات التجارية الصغيرة بشكل دقيق.

ح. حدود الدراسة

- **الحدود الزمانية:**من 2026/04/10 إلى 2026/05/19
- **الحدود المكانية:**تمت الدراسة على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية غرداية

خ. المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة

قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة، وتحقيق الأهداف المُسطرة، اعتمدنا في الجانب النظري على المنهج الوصفيللإحاطة بمختلف المفاهيم والنظريات التي تتعلق بأجهزة الدفع الإلكتروني TPE و منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي تم استعمال الاستبيان شمل مؤسسة اتصالات الجزائر محل الدراسة واعتمدنا في تحليل النتائج على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

د. صعوبات البحث

خلال دراستي لهذه الموضوع وإعدادي لهذا البحث اعترضنني مجموعة من الصعوبات أهمها:

- صعوبة الحصول على المعلومات من المؤسسة محل الدراسة.
- رفض بعض الأفراد التجاوب مع الاستبيان الورقي.
- صعوبة إيجاد الدراسات السابقة التي جمعت كلا المتغيرين.

ذ. هيكل البحث

قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين، مسبوقين بمقدمة تليهما خاتمة عامة متبوعة بمجموعة من الاقتراحات المهمة، ويمكن تقديم هيكل البحث كما يلي:

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة. حيث تم تقسيمه إلى مبحثين، الأول تم فيه التطرق للإطار النظري للدفع الإلكتروني ومحطة الدفع TPEوذلك بإعطاء لمحة فيما يتعلق بكل منهما وهذا بتقديم بعض المفاهيم الأساسية ، إضافة إلى تبيان العلاقة التي تجمع بين الدفع الإلكتروني TPE وتعزيز المبيعات لدى المؤسسات الصغيرة ، في حين خصصنا المبحث الثاني للدراسات السابقة أين سيتم عرض وتحليل أهم الدراسات التي تناولت الموضوع أو أحد جوانبه منها التي باللغة العربية والأجنبية.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة. خصص لدراسة الحالة، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين هو الآخر، الأول تم فيه عرض مجتمع وعينة الدراسة، ومن ثم عرض الأساليب والأدوات الإحصائية المعتمدة في تحليل البيانات التي تم جمعها، بينما تم اختبار الفرضيات وعرض ومناقشة النتائج المتوصل إليها في المبحث الثاني.

الفصل الأول: الإطار النظري للدفع الإلكتروني ومحطة الدفع TPE

تمهيد:

لقد أدى تطور الاقتصادي وتزايد حجم المعاملات المالية والتجارية إلى تطور وسائل الدفع وتغيرها المستمر،حيث لم تعد مستقرة على شكل واحد. فقد بدأت باستخدام النقود التقليدية ، ثم انتقلت إلى الشيكات، وصولا إلى وسائل الدفع الالكترونية الحديثة، التي أتاحها التقدم التكنولوجي ومن هذا المنطلق سنتطرق للفصل الأول:

سنتناول في هذا الفصل الجوانب المفاهيمية الأساسية التي تفسر هذه العلاقة من خلال مبحث رئيسي يتضمن:

- ✓ **المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الدفع الإلكتروني وجهاز الدفع الإلكتروني TPE**
- ✓ **المبحث الثاني: الدراسات السابقة**

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الدفع الإلكتروني وجهاز الدفع الإلكتروني TPE

في هذا المبحث سنستعرض في المطلب الأول مفاهيم أساسية حول محطات الدفع الالكترونيأما المطلب الثاني نتطرق لمفهوم وأنواع محطة الدفع الإلكتروني **TPE** والمطلب الثالث مميزات وعيوب **TPE**.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول محطات الدفع الالكتروني

أولا :تعريف الدفع الالكتروني

مصطلح الدفع الالكتروني مصطلح واسع يجتمع في طياته كل وسائل الدفع التي تستخدم فيها تكنولوجيا متقدمة الوفاء مثل التحويلات الالكترونية للأموال والشيك الإلكتروني والدفع بالنقود الالكترونية.[1]

الدفع الالكتروني هو الأداة المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات و كذلك تسديد الديون ، وتدخل في زمرة وسائل الدفع،إلى جانب النقود القانونية تلك السندات التجارية وسندات القرض التي يدخلها حاملوها في التداول عندما يؤدون أعمالهم[2].

يعرف كذلك على أنها: "الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورا هاما في تسهيل تبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون و الالتزامات، و قد كانت هذه الوسيلة تتمثل في النقود القانونية، لكن مع تطور الزمن وجدت وسائل أخرى مثل : الأوراق التجارية وبعض أنواع السندات[3]."

ومما سبق فإن وسائل الدفع الالكتروني هي مجموعة من الأدوات والأنظمة تصدرها مؤسسات مالية وكذا البنوك وذلك لتسهيل عمليات الدفع والتحويل المالي عبر وسائل متنوعة مثل البطاقات البنكية والنقود الائتمانية.

ثانيا : أنواع وسائل الدفع الالكتروني

نتيجة التطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية حولت البنوك اغلب وسائل الدفع إلى وسائل دفع الكترونية وتعددت هذه الأخيرة واتخذت أشكالا تتلائم مع طبيعة المعاملات عبر شبكات الانترنت، وكانت أولها البطاقة البنكية والتي تطورت من البطاقات ذات الشكل المغناطيسي إلى البطاقات ذات الخلية الالكترونية ، كما ظهرت وسائل الكترونية أخرى.

1- البطاقات البنكية وأنواعها:

تعرف البطاقة البنكية على أنها "عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية بأبعاد قياسية معينة مدون عليها بيانات مرئية وغير مرئية تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها بدلا من حمل النقود،التي قد تتعرض لمخاطر

---

[1] عبد الفتاح بيومي الحجازي ، **مقدمة في التجارة الالكترونية العربية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004،ص 25.

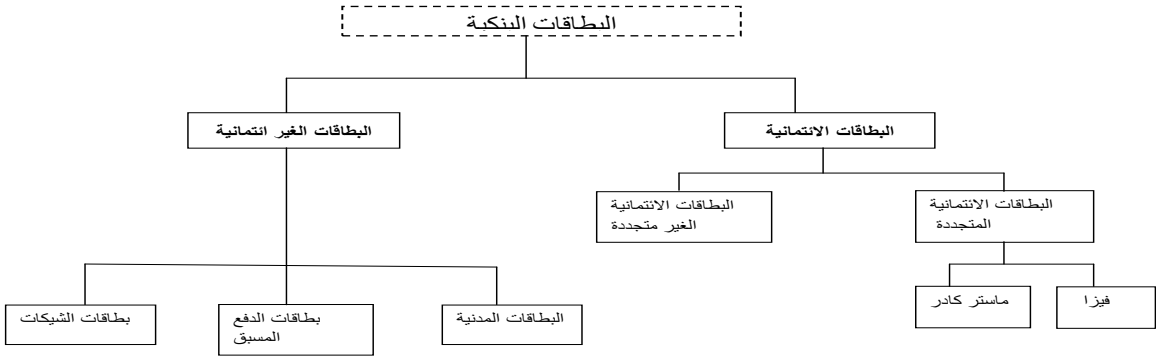
[2] الطاهر لطرش، **تقنيات البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر،2003 ،ص31.

[3] سليمان ناصر،**التقنيات البنكية وعمليات الائتمان**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، الجزائر، 2012 ،ص18.

السرقة والضياع أو التلف ،وتكون مصنوعة من مادة يصعب العبث بها يذكر عليها اسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه ،حيث يتم صرف هذه الأموال من البنوك من خلال ماكينات الصرف الالية المنتشرة ".[1]

للبطاقات البنكية العديد من الأنواع منها البطاقات الائتمانية وهي نوعان البطاقات الائتمانية المتجددة، والبطاقات الائتمانية الغير متجددة، وهناك البطاقات الغير الائتمانية منها بطاقات الدفع المسبق، البطاقات المدينة.[2]

الشكل01: التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية



المصدر:ناشف فاطمة، **وسائل الدفع الالكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية**، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، 2018، ص34.

2-النقود الالكترونية :

من الممكن أن يطلق عليه العملة الرقمية ويعتبر النقد الرقمي من الأمثلة على العملة الرقمية حيث يتم تخزينه الكترونيا ويمكن استخدامه لتنفيذ عمليات الدفع الالكتروني عبر الانترنيت، إن عملية الحسابات للنقد الرقمي شبيهة بحسابات البنوك التقليدية حيث يقوم الزبائن بإيداع نقدهم في حساباتهم النقدية الرقمية حتى يتمكنوا من استخدامها فيما بعد لإجراء عمليات التحويل أو الشراء من خلالها عبر الانترنيت.[3]

النقود الالكترونية هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي.[4]

وتعتبر النقود الالكترونية الرصيد النقدي المسجل الكترونيا على قيمة مخزنة في بطاقة ، تحتوي هذه البطاقة على معالجات دقيقة مدمجة يمكن تحليلها بالقيمة النقدية [5].

---

[1] جوبي نبيل،صبيحي زكرياء،دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية-دراسة حالة بنك السلام فرع ورقلة،مذكرة ماستر أكاديمي ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر ،2022/2021 ،ص10.

[2] جوبي نبيل،صبيحي زكريا،مرجع سابق،ص10-12.

[3] حضر مصباح الطيطي، **التجارة الالكترونية (من منظور تقني و تجاري و اداري)**، دار الحامد،عمان ،2008، ص138.

[4] محمود محمد ابوفروة ، **خدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنيت** ، الطبعة الاولى، دار الثقافة، ،عمان،2009، ص63.

[5] Zakariahasan electronc money submitted to the faculty of business studies MIS department of the university of dhakabangladeshinpartailfulfillment of the degree of master of business administration(MBA)20150p27

تتمتع النقود الالكترونية بخصائص كما يلي:[1]

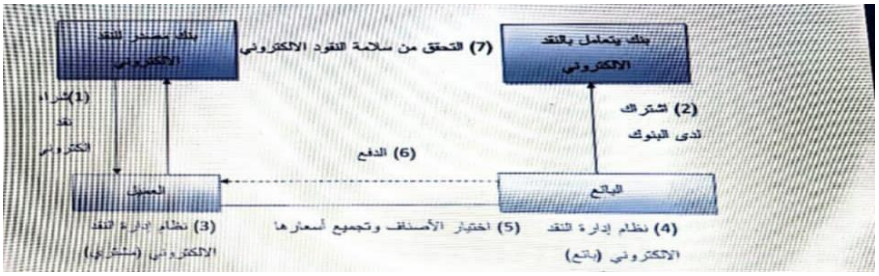
-**النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا** :على خلاف النقود القانونية فإن النقود الإلكترونية عبارة عن بيانات مشفرة توضع على شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

-**النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد**:لا تحتاج لوجود طرف ثالث يتم نقلها مباشرة من المستهلك الى التاجر

-**النقود الإلكترونية ليست متجانسة**:النقود الإلكترونية لا تأخذ شكلا واحدا فقط ، بل توجد بعدة أنواع وأشكال تختلف حسب طريقة استخدامها والجهة التي تصدرها.

-**سهلة الحمل** :تتميز بخفة وزنها وحجمهامما يجعلها سهلة الحمل.

الشكل02: رسم توضيحي دورة استخدام النقود الالكترونية و اجراءاتها



المصدر: حسين محمود الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الالكترونية، دار صفاء للنشر و التوزيع الطبعة الأولى،عمان 2011، ص83 .

3-البطاقات الذكية :

ظهرت هذه البطاقات تماشيا مع التطورات التكنولوجية وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف، المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف ، وتاريخه وتاريخ حياة الزبون المصرفية.

و للبطاقات الذكية مميزات عديدة منها :[2]

-حرية اختيار طريقة عامل بها إما التعامل الإئتماني أو عن طريق الدفع الفوري.

- تمتاز بسهولة الحصول عليها وذلك من خلال منافذ الصرف الإلكتروني والعديد من الأماكن الأخرى.

- تقوم بإظهار جميع معاملات العميل المالية لمدفوعاته.

[1] بوعافية الرشيد،"**دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية**"،المجلة الجزائريةللإقتصاد والمالية،المركز الجامعي بتيبازة،العدد02،سبتمبر2022،ص114-115.

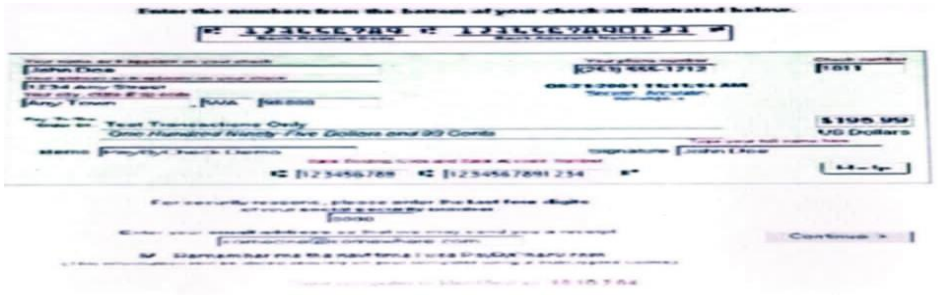
[2] جوبي نبيل،صبيحي زكريا،مرجع سابق،ص16

4-الشيكات الالكترونية:

الشيك الالكتروني هو محور ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بشكل كلي او جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بان يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد ولعل الشيك الالكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الالكترونية[1] .

ولشيك الالكتروني عدة فوائد منها خفض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة و تقليل تكلفة المواد الورقية والطباعة وهي بدون شك أسرع وأكثر فعالية في انجاز المعاملات المالية.

الشكل03:نموذج عن شكل الشيك الالكتروني



المصدرحميت فشيت،حكيم بناولة، **واقع وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر**،الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة،عين الدفلى،2011،ص09

5-التحويلات الالكترونية للأموال :

تعد التحويلات المالية من أهم العمليات المصرفية التي يقوم بها البنك سواء كان بنكا تقليديا أو بنكا رقميا حديثا و يشكل نظام التحويلات المالية الالكترونية عنصرا بالغ الأهمية في البنية التحتية للخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدم عبر الانترنت يتيح هذا النظام تنفيذ عمليات تحويل الأموال أو النفقات المالية بين الحسابات البنكية بطريقة الكترونية آمنة و سهلة إلى جانب نقل المعلومات المالية الإلكترونية.[2]

6- المحافظ الالكترونية:

تعد المحافظ المحافظ الإلكترونية خدمة لتسهيل عمليات الدفع و إدارة بطاقات الائتمان حيث توفر الوقت و الجهد من خلال حفظ جميع معلومات البطاقات و إجراء المعاملات بنقرة واحدة يمكنها تخزين بيانات عدة بطاقات ائتمانية دفع الفواتير و إجراء عمليات شراء الكترونية بسهولة.

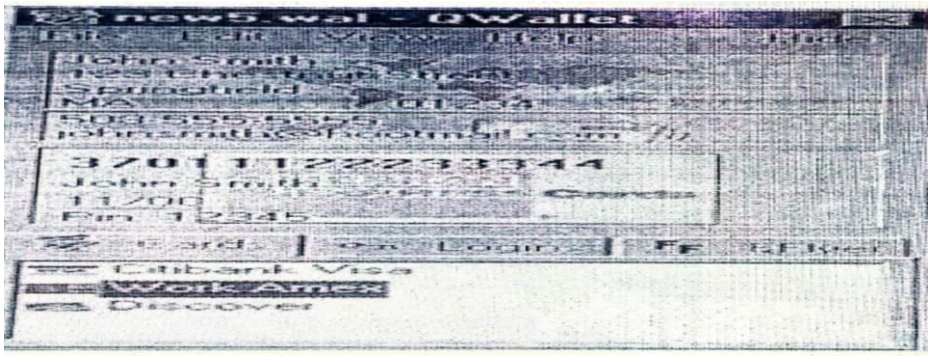
---

[1] مصطفى كمال طه وائل بندق،**الاوراق التجارية ووسائل الدفع الالكتروني الحديثة**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية ،مصر ،2007،ص350.

[2] العاني إيمان، **البنوك التجارية و تحديات التجارة الالكترونية** ،مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في العلوم الاقتصادية،تخصص بنوك و تأمينات،جامعة منتوري ،قسنطينة،2007/2006،ص224

ظهرت هذه التقنية نتيجة اندماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع تكنولوجيا البطاقات الذكية مما مكن البنوك و المؤسسات المالية من تقديم وسيلة دفع جديدة تعتمد على النقود الالكترونية تستخدم المحافظ الالكترونية بشكل أساسي لسداد المبالغ الصغيرة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر مما يجعلها خيارا فعالا للدفع السريع و الآمن[1].

الشكل04: نموذج عن شكل المحفظة الالكترونية



المصدر: الحبيب بن باير، محمد عبد العزيز بن كاملة، عصرنة وسائل الدفع مدخل لتطوير الأداء و الفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية ، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة وسائل الدفع، مدخل لتطوير الأداء والفعالية والمصريفية للبنوك الجزائرية ،جامعة وهران ،26افريل،2011،ص11.

ثالثا:أهمية الدفع الالكتروني

إن الانتشار الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني يترجم أهميتها البالغة في مجال التجارة الإلكترونية سواء على الصعيد العام أو على الأطراف المتعاملين بها. و لهذا سنتطرق إلى تبيان الأهمية العامة لوسائل الدفع الإلكتروني و أهميتها بالنسبة لكل طرف من أطراف المعاملة الإلكترونية.

أولا الأهمية العامة:

تتمحور أهمية وسائل الدفع الالكتروني في أنها أداة وفاء مقبولة كوسيلة دفع دولية في شتى أرجاء العالم بدلا من مخاطر حمل النقود كما أنها أداة وفاء شخصية مما يوفر لها عنصر الأمان حيث لا يمكن لأحد استخدامها سوى صاحبها الموقع عليها و الذي يمكنه إيقاف التعامل بها فورا و إلغائها في حالة ضياعها.

تعتبر أيضا وسيلة مرنة لسداد تكاليف السفر و السياحة و إتمام الصفقات التجارية الصغيرة أثناء السفر بالخارج مما يشجع على زيادة حركة السياحة و التجارة بين مختلف البلدان وهذا ما يجعلها وسيلة سهلة و

[1]شريف محمد غنام،محفظة النقود الالكترونية (من منظور تقني و تجاري و إداري)دار الحامد ،عمان ،2008

على درجة عالية من الدقة في تسوية المعاملات و إجراء المقاصة بين البنوك المختلفة بصرف النظر عن أماكن تواجدها و المعاملات المستخدمة في تلك المعاملات .[1]

ثانيا الأهمية بالنسبة للأطراف:

لقت وسائل الدفع الإلكتروني رواجا هائلا نظار لأهميتها البالغة بالنسبة لكل طرف من الأطراف المتعاملين بها إذ أنها تسهل المعاملات التجارية التي تتم عن بعد وهذا ماجعلها محل أمان وثقة بالنسبة لهم.

1-بالنسبة لحامل البطاقة :

-**الشعور بالأمان والخصوصية:** تعتبر وسائل الدفع الالكترونية وسيلة دفع جاهزة توفر على المستهلك حمل النقود وما يترتب على ذلك من مخاطر ضياعها أو سرقتها.

- **الاستغناء عن حمل دفتر الشيكات:** إن التعامل بوسائل الدفع الالكتروني يفضل بالنسبة لحاملها على التعامل بالشيكات إذ تجنبه حمل دفتر الشيكات قد يعرضه ضياعه أو سرقته لمخاطر جسيمة وهذا فضلا عن إن كثير من التجار و المحال ترفض قبول الشيكات .أضف إلى ذلك انه في خارج موطن المستهلك لن يكون لدفتر شيكاته فائدة تذكر[2].

-**الاستفادة من الفارق بين قيمتها المعروضة والقيمة المخزنة:** قد يقوم المصدر ببيع هذه الوسائل بقيمة تقل عن القيمة المختزنة وذلك من شأنه أن يشجع المستهلك على التعامل بهذه الوسائل. أما المنفعة التي يجنيها المصدر في هذه الحالة فتكون من خلال استثمار القيمة التي تم دفعها مسبقا.

2-بالنسبة للتجار:

تعتبر وسائل الدفع الالكتروني من الوسائل التي تفيد التجار بشكل كبير و خاصة في عملية المبادلات التجاري الالكترونية إذ أن هذه الوسائل ذو أهمية بالغة بالنسبة لهم، حيث توفر الحماية الإضافية للمال وهذا من إنقاص حجم النقود السائلة لدى التجار [3]و التقليل من الاحتفاظ بمبالغ نقدية كبيرة في متاجرهم ،فضلا عن تفادي الأخطاء الواردة أثناء عملية عد النقود لكون عملياتها آلية بالكامل[4].

---

[1] محمد فخري مكي،نظم التشغيل الالكتروني في البنوك ،منشورات معهد الدراسات المصريفية ،القاهرة ،1990،ص17

[2] نواف عبد الله احمد باتوباره،منافع والتزامات ومخاطر بطاقة الائتمان ،المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، سنة2013،المجلد13،العدد25،افريل1998،ص193و195.

[3] طارق محمد حمزة ،النقود الالكترونية كإحدى وسائل الدفع تنظيمها القانوني و المسائل الناشئة عن استعمالها ،منشورات زين الحقوقية،الطبعة الأولى ،بيروت ،لبنان 2011،ص94.

[4] عبد الباسط أبو الوفاء ،سوق النقود الالكترونية،مجلة مصر المعاصرة،العدد2003،472،ص243

3-بالنسبة لمصدر البطاقة:

تعتبر وسائل الدفع الالكتروني مصدرا لتوليد مداخيل إضافية أخرى تتمثل في الاستغلال المسبق للأموال التي تمثل قيمة هذه البطاقة من قبل مؤسسة الإصدار، يغطي جزء منها تكاليف الإصدار والجزء الأخر يغطي تكاليف إعادة الشحن[1]. كما يوفر الحصول على الدخل وذلك من خلال استفاء رسوم الآخر إصدار البطاقة وتجديدها[2] وتختلف هذه الرسوم من مصدر إلى آخر و حينما يكون مستوى المنافسة عاليا بين المصدرين قد تنخفض تلك الرسوم كثيرا و ربما يكون الإصدار مجانا ويكفي برسوم التجديد و قد يلغى الاثنان معا وبالتالي يقفل باب هذه المنفعة ،كما تتحصل المؤسسة المصدرة على عائدات ناتجة عن الاستثمارات والأسهم المشغلة في إصدار وسائل الدفع الالكتروني.[3]

ومنه نستخلص إن أهمية الدفع الالكتروني تتمثل في كونه وسيلة حديثة تسهم في تسريع المعاملات المالية و تسهل عمليات الدفع مع توفير الأمان و الراحة كما يساعد على تقليل استعمال النقود الورقية و تطوير النشاط التجاري و الاقتصاد الرقمي.

ويستفيد حامل البطاقة من سهولة الدفع و إتمام العمليات في أي وقت و مكان ع تقليل مخاطر حمل الأموال ،بينما يستفيد التاجر من زيادة المبيعات و استقطاب الزبائن ،إما مصدر البطاقة فيستفيد من توسيع خدماته المصرفية و زيادة عدد العملاء و تحقيق عوائد مالية و تعزيز مكانته التنافسية في السوق.

---

[1] نفس المرجع،ص239.

[2] حسين شحاذة الحسين،العمليات المصريفية الالكترونية،الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية مداخلة مقدمة الى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق -جامعة بيروت العربية-2002،ص195

[3] طارق محمد حمزة ،النقود الالكترونية كإحدى وسائل الدفع،مرجع سابق الذكر ،ص97

المطلب الثاني: محطة الدفع الالكتروني مفهومه و أنواعه

الفرع الأول: مفهوم محطة الدفع الالكتروني

محطة الدفع الالكتروني (TPE)هي جهاز الكتروني يستخدم لإجراء المعاملات المالية عبر البطاقات الدفع مثل بطاقات الائتمان (CreditCards)و بطاقات الخصم (DebitCards)،داخل المتاجر او عبر خدمات التوصيل .يعتبر هذا الجهاز من أهم الأدوات في مجال التجارة الحديثة ، حيث يستخدم على نطاق واسع في المحلات التجارية ، المطاعم ، محطات الوقود ، والصيدليات ، وحتى في الخدمات المتنقلة .[1]

الشكل 05: محطة الدفع الالكتروني TPE



المصدر جهاز الدفع الالكتروني–BNA

2- أنواع محطة الدفع الالكترونيTPE:

يعد TPE جزءا من نظام الدفع الالكتروني حيث يتيح تحويل الأموال من حساب العميل إلى حساب التاجر بطريقة أمنة وسريعة ، دون الحاجة إلى استخدام النقود الورقية . ويعتمد الجهاز على تقنيات متعددة مثل الاتصالات السلكية أو اللاسلكية WI–FI،GPRS، 4G لضمان الاتصال بشبكة المعالجة المالية .

تختلف محطات الدفع الالكتروني حسب الاستخدام والتقنية، ومن أشهر الأنواع:[2]

2-1 TPE الثابت (FIXE TPE):

- يستخدم داخل المتاجر و المطاعم و منافذ البيع الثابتة.
- يتصل بخط الهاتف الأرضي أو الانترنيت السلكي (Ethernet).
- يتميز بالاستقرار والسرعة في تنفيذ المعاملات .

2-2 TPEالمحمول (Mobile TPE) :

- يستخدم من قبل سائقي سيارات الأجرة و خدمات التوصيل و الشركات المتنقلة.
- يعمل عبر شبكات الهاتف المحمول .(GPRS،3G،4G).

[1] دحو رحمونة ، بوراس صبرينة ، دور محطة الدفع الإلكتروني في تسهيل التجارة الداخلية في الجزائر ، دراسة حالة بنك التنمية المحلية في ولاية غارداية ، مذكرة لنيل شهادة لليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص تكنولوجيا مالية جامعة غارداية 2025/2024 ص 15

[2] نفس المرجع السابق.

– يمنح التجار مرونة في تنفيذ عمليات الدفع في أي مكان .

3-3 TPEاللاتلامسي (Contactless TPE):

– يعتمد على تقنية (Near Field Communication)NFC التي تتيح للعملاء الدفع بمجرد تقريب البطاقة او الهاتف الذكي من الجهاز .

–يستخدم بشكل متزايد لتسريع عمليات الدفع و تقليل الحاجة إلى التلامس الجسدي .

–يدعم خدمات الدفع عبر الهاتف مثل AppelePay، Google Pay، SamsungePay

المطلب الثالث : مميزات وعيوب TPEالدفع الالكتروني

الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الالكتروني

من مزايا الدفع الالكتروني TPE ما يلي: [1]

1-بالنسبة للتاجر:تساعد وسائل الدفع الإلكتروني على حمايةحقوق البائع و تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة .

2-بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوريا بمجرد فوريا بمجرد ذكر رقم البطاقة.

3- بالنسبة لمصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية فقد حققتCity Bank.أرباح من حملة البطاقات الائتمائية عام 1991 بلغت 1 بليون دولار[2].

وباعتبار أن جهاز Terminal de Paiement Électronique (TPE) يعد من أهم وسائل الدفع الإلكتروني، فإنه يجسد مختلف المزايا التي يتميز بها هذا الأخير، بل ويضيف إليها خصائص عملية تسهل استخدامه في المعاملات اليومية".

و مزايا محطة الدفع الالكتروني TPE بصفة خاصة تتمثل في:

–**الأمان:** محطة الدفع الالكتروني TPE معتمدة وفق معايير الأمان في صناعة بطاقات الدفع –أمان معاملات رقم التعريف الشخصي PCI–PTS و يوروباي و ماستركارد و فيزا كارد مما يضمن الحماية المثلى للمعاملات.

[1] جوبي نبيل،صبيحي زكرياء،دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية–دراسة حالة بنك السلام فرع ورقلة،مذكرة ماستر أكاديمي،تخصص اقتصاد نقدي وبنكي،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر ،2022/2021 ،ص20–21

[2] ياد منصور حسن، إدارة العمليات البنكية والنقدية، طبعة أولى 2019 ،دار ابن النفيس لنشر والتوزيع، عمان ص204

- **الاتصال:** متوافقة مع الجيل الثالث /الخدمة الراديوية العامة للرزم GPRSو الواي فاي WIFI لمرونة الاستخدام

- **طرق دفع حديثة:** تقبل الدفع بالبطاقات الذكية و بدون تلامس (الاتصال قريب المدىNFC)

- **قابلية النقل و المتانة** :مثالية للتجار المتنقلين مع بطارية طويلة المدى

- **الامتثال القانوني:** مصادق عليها من سلطة ضبط البريد و الاتصالات الالكترونية و معتمدة من شركة النقد الالي و العلاقات التلقائية بين البنوك و تجمع النقد الآلي [1]

الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الالكتروني

2-1- بالنسبة لمصدرها :أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

2- 2 بالنسبة لحاملها:من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء

2-3بالنسبة للتاجر:إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء ، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري[2]

[1] - وقت الاطلاع 2026/05/17 -https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/,os-produits/e-paiement

[2]. اياد منصور حسن ، إدارة العمليات البنكية والنقدية، مرجع سبق ذكره ، 205

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

➢ **الدراسة الأولى:** دراسة سالم مجدي عادل، بعنوان: "**وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية، مؤسسة بريد الجزائر نموذجا**"، مقال علمي منشور، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 09، العدد 01، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، 2025.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين نوعية الخدمات المالية ورفع أداء المؤسسات المالية مع إسقاط الجانب النظري للدراسة على الدور الذي تلعبه مؤسسة بريد الجزائر في التطوير المستمر للخدمات المالية الإلكترونية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت إلى بعض النتائج أهمها:

- تظهر الدراسة مدى إسهام وسائل الدفع الإلكتروني إيجابا على تحسين نوعية الخدمة للمؤسسات المالية، مما يتيح للمؤسسات توفير خدمات أكثر سهولة وسرعة لعملائها، وهو ما يؤدي بالضرورة إلى زيادة أدائها المالي.

- تتيح وسائل الدفع الإلكتروني للعملاء وكافة شرائح المجتمع القدرة على إجراء معاملاتهم بسهولة وأمان عبر الإنترنت أو من خلال التطبيقات المختلفة.

➢ **الدراسة الثانية** : دراسة العيد بوزيان، بعنوان: "**متطلبات وتحديات تعزيز الدفع الالكتروني في الجزائر**"، مقال علمي منشور، مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEC)، المجلد 05، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر،2025/12/30.

هدفت الدراسة إلى تحليل مؤشرات الدفع الإلكتروني في الجزائر وتشخيص مواطن القوة والضعف، حيث ركزت الدراسة على تبيان مدى الحاجة إلى رقمنة الخدمات المالية والمصرفية في الجزائر وتطوير وسائل الدفع الإلكتروني، وذلك بالاعتماد على تحليل الإحصائيات المتعلقة باستخدام هذه الوسائل خلال السنوات الأخيرة مع محاولة مناقشة أهم العوائق والتحديات وتوصلت إلى بعض النتائج أهمها :

- ان أسباب ضعف الإقبال على الدفع عبر الأنترنت في الجزائر العوامل الرئيسية التالية:

–نقص الترويج لهذه الخدمات من قبل القائمين عليها .

–تدني الثقافة المالية والرقمية في المجتمع ،وانخفاض مستوى الربط بالإنترنت .

➢ **الدراسة الثالثة** :دراسة مليكة ارفيس، زهير عماري، بعنوان: "**أهمية الاتصالات المتنقلة في استخدام عمليات الدفع الالكتروني عبر الانترنت ومحطات TPE في الجزائر باستخدام نموذج الإنحدار الذاتي VAR والعلاقة السببية**"، مقال علمي منشور، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 09، العدد 01، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، تاريخ النشر: 2024/06/30.

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار أهمية الاتصالات المتنقلة في استخدام عمليات الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت ومحطات الدفع الإلكتروني (TPE) في الجزائر، وذلك من خلال إجراء دراسة تحليلية لبيانات ثانوية ودراسة قياسية لاعتماد نموذج الانحدار الذاتي VAR والعلاقة السببية باستخدام برنامج Eviews13 وتوصلت إلى بعض النتائج أهمها :

- إلى أن تطور قطاع الاتصالات المتنقلة أدى مباشرة إلى زيادة عدد عمليات الدفع عبر الإنترنت، بالإضافة إلى زيادة واضحة في استخدام والاعتماد على محطات وأجهزة الدفع الإلكتروني (TPE).

➢ **الدراسة الرابعة** :دراسة سارة حيمود ، بعنوان: "**دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية – دراسة حالة بريد الجزائر (بطاقة الذهبية)**"، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص: مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، جامعة غرداية، الجزائر،2025.

تهدف هذه الدراسة إلى تقيم مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسهيل المعاملات التجارية وتحسين جودة الخدمة ، من خلال دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر – فرع غرداية، حيث تم التركيز على الأدوات الرقمية المعتمدة كالبطاقة الذهبية، أجهزة الصراف الآلي، أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE)، والتطبيقات الرقمية، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات الميدانية حيث توصلت إلى بعض لنتائج أهمها :

- إلى أن الدفع الإلكتروني يسهم بشكل فعال في دعم التجارة الإلكترونية من خلال تسريع المعاملات التجارية، تحسين جودة الخدمات، وتقليل الاعتماد على السيولة النقدية (الكاش)، بالإضافة إلى زيادة ثقة المستخدمين في العمليات الرقمية.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

في هذا المطلب سنحاول عرض أهم وأحدث الدراسات باللغة الإنجليزية التي تناولت موضوع دراستنا أو تشاركت معه في أحد جوانبه

1.Oyelami L.O et al. (2020), Electronic payment adoption and consumers' spending growth: empirical evidence from Nigeria, Future Business Journal, 6(1).

هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات تبني وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في زيادة الإنفاق الاستهلاكي في نيجيريا، مع إبراز تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني على قرارات الشراء لدى المستهلكين وتم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت إلى النتائج التالية :

- أن أنظمة الدفع الإلكتروني تؤثر إيجابياً على قرارات الشراء وزيادة الإنفاق الاستهلاكي، كما أن توفر خدمات نقاط البيع (POS) والبنية التحتية الرقمية يعزز تبني الدفع الإلكتروني ويساهم في تنشيط المبيعات والنمو الاقتصادي.

2.Khaled Al-Qawasmi et al. (2020), Proposed E-payment Process Model to Enhance Quality of Service through Maintaining the Trust of Availability ,International Journal of Emerging Trends in Engineering Research, 8(6).

هدفت الدراسة إلى اقتراح نموذج للدفع الإلكتروني يساهم في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية من خلال تعزيز الثقة وتوفر الخدمة بشكل مستمر.اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- أن الثقة والأمان وسهولة استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني تعد من أهم العوامل التي تؤثر في رضا العملاء واستمرار تعاملهم مع المؤسسات التجارية، كما أن تحسين جودة خدمات الدفع الإلكتروني يؤدي إلى زيادة المبيعات وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات الصغيرة.

3.Plomp M.G.A et al. (2011), Determinants of Point-of-Sale System Adoption: A Survey among Small Retailers in The Netherlands, Americas Conference on Information Systems.

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في تبني أنظمة نقاط البيع (POS) لدى المؤسسات التجارية الصغيرة في هولندا، وإبراز أهمية هذه الأنظمة في تحسين الأداء التجاري.تم اسخدام المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الى النتائج التالية:

- أن استخدام أنظمة نقاط البيع يساعد المؤسسات الصغيرة على تحسين إدارة المبيعات والمخزون وتقديم خدمات أسرع للعملاء، كما يساهم في تطوير الأداء التجاري ورفع كفاءة العمليات البيعية.

4.Ignacio Mas & Sarah Rotman (2008), Going Cashless at the Point of Sale: Hits and Misses in Developed Countries, CGAP Focus Note, No. 51.

هدفت الدراسة إلى تحليل تجارب الدول المتقدمة في الانتقال نحو أنظمة الدفع غير النقدي عبر نقاط البيع، مع دراسة التحديات والفرص المرتبطة بها. تم استخدام المنهج التحليلي وتوصلت الدراسة إلى :

- أن أنظمة الدفع الإلكتروني تساهم في تسهيل المعاملات التجارية وتقليل الاعتماد على النقد، إلا أن نجاحها يرتبط بتوفر البنية التحتية الرقمية وثقة المستهلكين وانتشار أجهزة نقاط البيع داخل المؤسسات التجارية.

المطلب الثالث : المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسةالحالية

أولا: أوجه الإختلاف

✓ من حيث الموضوع : ركزت الدراسة الحالية على دور أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) في تعزيز المبيعات لدى المؤسسات التجارية الصغيرة، بينما تناولت الدراسات السابقة مواضيع مختلفة كتحسين جودة الخدمات المالية، تطوير التجارة الإلكترونية، أو متطلبات وتحديات الدفع الإلكتروني في الجزائر.

✓ من حيث مجال الدراسة: اهتمت الدراسة الحالية بالمؤسسات التجارية الصغيرة باعتبارها فئة تعتمد بشكل مباشر على المبيعات اليومية، في حين ركزت بعض الدراسات السابقة على المؤسسات المالية والمصرفية مثل بريد الجزائر أو على الاقتصاد الرقمي بشكل عام.

ثانياً: أوجه التشابه

✓ من حيث المتغير: اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناول موضوع الدفع الإلكتروني وأثره الإيجابي على النشاط التجاري وتحسين أداء المؤسسات.

✓ من حيث المنهج : اعتمدت الدراسة الحالية، مثل العديد من الدراسات السابقة، على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة وتحليل أثر وسائل الدفع الإلكتروني على الأداء التجاري والخدمات.

من خلال استعراض أوجه الاختلاف والتشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية، نجد أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها العام المتعلق بالدفع الإلكتروني، إلا أنها تختلف و تتميز عنها في عدة جوانب التي تعالجها هذه الدراسة وهي :

تتميز الدراسة الحالية في تناولها لموضوع دور النهائي للدفع الإلكتروني TPE في تعزيز المبيعات لدى المؤسسات التجارية الصغيرة بأنها موضوع لم يسبق للباحثين تناوله في الدراسات السابقة المأخوذة.

خلاصة الفصل :

خصص هذا الفصل لتقديم الإطار النظري للدفع الإلكتروني ومحطة الدفع الإلكتروني (TPE)، حيث تم عرض المفاهيم الأساسية المتعلقة بالدفع الإلكتروني، وبيان خصائصه وأهميته، إلى جانب استعراض مختلف وسائله ومجالات استخدامه. كما تم التطرق إلى محطة الدفع الإلكتروني (TPE) من خلال تعريفها، وآلية عملها، ومكوناتها، وأبرز المزايا التي توفرها للمؤسسات التجارية والزبائن.

وقد أظهر الجانب النظري أن اعتماد محطات الدفع الإلكتروني يساهم في تطوير أساليب الدفع، وتسهيل المعاملات التجارية، وتحسين جودة الخدمات، بما يتماشى مع متطلبات التحول الرقمي في القطاع التجاري.

كما يشكل هذا الفصل قاعدة نظرية يعتمد عليها في دراسة الدور الذي تؤديه محطات الدفع الإلكتروني في المؤسسات التجارية الصغيرة، والذي سيتم تناوله في الفصل الموالي من خلال الدراسة التطبيقية.

الفصل الثاني:دراسة ميدانية حول أثر TPE على مبيعات المؤسسة الاقتصادية

تمهيد:

بعد استعراضنا للإطار النظري في الفصول السابقة، نخصص هذا الفصل لتقديم دراسة ميدانية تطبيقية على عينة من المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع استخدام أجهزة الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها الفعلية في تعزيز المبيعات وتطوير الأداء المالي والتنظيمي، وذلك للإجابة على التساؤلات المطروحة في إشكالية البحث واختبار الفرضيات المصاغة.

ولتحقيق الأهداف المسطرة، تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية :

- **المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية**
- **المبحث الثاني: تحليل النتائج ومناقشتها**

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية وإجراءاتها

يركز هذا المبحث على الخطوات العملية المتبعة في الدراسة الميدانية، حيث يتم من خلاله تحديد مجتمع الدراسة وتوصيف العينة المختارة من مسيري وموظفي المؤسسات التجارية الصغيرة، كما يستعرض المنهج العلمي المعتمد، والأدوات التقنية والميدانية كالاستبيان التي وظفت لجمع البيانات، والأساليب والبرامج الإحصائية المستخدمة في تحليل هذه البيانات لاستخلاص النتائج.

المطلب الأول: منهجية وأدوات الدراسة

الفرع الأول: المنهج المستخدم

نستعرض في هذا المطلب المنهج العلمي المتبع والخطوات الإجرائية التي اعتمدنا عليها للوصول إلى نتائج موضوعية، تهدف هذه المنهجية إلى تشخيص واقع اعتماد أجهزة الدفع الإلكتروني وتحليل دورها في تعزيز المبيعات لدى المؤسسات محل الدراسة، ولتحقيق ذلك استندنا لمايلي :

تم استخدام منهج دراسة الحالة يعد المنهج الملائم لطبيعة هذه الدراسة، حيث جرى توظيفه في مستويين متكاملين؛ تمثل في حصر وجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمتغيرات الدراسة الميدانية، وتحديد الخصائص الديموغرافية والوظيفية لعينات البحث، ووصف استجاباتهم نحو فقرات الاستبيان الذي اعتمد كأداة رئيسية لجمع البيانات. بينما ركز المستوى التحليلي على رصد أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تعزيز المبيعات، وتحديد طبيعة وقوة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات، مستعينين ببرنامج التحليل الإحصائي SPSS V29 لتحويل البيانات الخام إلى مؤشرات كمية كالترتيب، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار التوزيع الطبيعي، ومعامل الثباتتسهم في اختبار صحة الفرضيات وتفسير النتائج علميا وميدانيا.

الفرع الثاني: متغيرات الدراسة

يوضح الجدول التالي المتغيرات الأساسية التي قامت عليها الدراسة الحالية:

الجدول رقم 2-1 يوضح متغيرات الدراسة

المتغير	متغيرات الدراسة
المتغير المستقل	**أجهزة الدفع الإلكترونيTPE**
المتغير التابع	**تعزيز المبيعات في المؤسسات الصغيرة**

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مقتضيات الدراسة الحالية.

الفرع الثالث: مجتمع وعينة الدراسة

- **عينة الدراسة:** تم اختيار عينة عشوائية ممثلة من مجتمع الدراسة، حيث جرى توزيع 35 استمارة استبيان على الفئة المستهدفة من أصحاب ومسيري هذه المؤسسات الصغيرة، وبعد عملية الجمع والتدقيق الميداني، استبعدت 5 استمارات إما لعدم استرجاعها من التجارو لوجود إجابات ناقصة وتالفة غير صالحة للإحصاء، وبذلك استقرت العينة النهائية الصالحة للتحليل الإحصائي عند 30 استمارة، وهو ما يمثل نسبة استجابة نهائية قدرها 85.71%.

الجدول رقم 2-2: إحصائيات الاستمارات الخاصة بالدراسة الميدانية

البيان	العدد	النسبة المئوية
الاستمارات الموزعة الإجمالية	35	100%
الاستمارات المستبعدة (غير مسترجعة أو تالفة)	5	14.29%
الاستمارات النهائية الصالح للتحليل	30	85.71%

المصدر: من إعداد لطالبتين بناء على نتائج الدراسة الميدانية الحالية ومخرجات الجانب التطبيقي.

- نشأة و تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر

باشرت الدولة الجزائرية منذ 1999 إصلاحات عميقة في قطاع البريد و المواصلات ،بسبب التحديات التي يفرضها التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال حيث تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانوني جديد للقطاع في شهر أوت 2000

و في إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في شهر جوان 2003 بيع رخصة الإقامة و استغلال شبكة الهاتف النقال،و شبكة الربط المحلي في المناطق الريفية،كما شمل فتح السوق كذلك الدارات الدولية في2003،و الربط المحلي في المناطق الحضرية في 2004،و بالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في 2005،و ذلك في ظل احترام مبدأ الشفافية و قواعد المنافسة .

إن ميلاد اتصالات الجزائر كان بصدور قانون 03/2000 المؤرخ في 2000/08/05،حيث نص على استقلالية قطاع البريد و المواصلات بموجبه تم إنشاء مؤسسة بريد الجزائر لتتكفل بتسيير قطاع البريد ،و كذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر ،بعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها من وزارة البريد .[1]

اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية جزائرية تأسست سنة2003 ،تنشط في مجال الهاتف الثابت و النقال موبيليس و خدمات الانترنت و الاتصالات الفضائية و سطرت في مجموعة من الأهداف تتمثل في :

[1]-Algérien télécom 10-05-2022 entreprise organigramme direction générale
//www.algerietelecom.dz/fr/page/persenatation-du-groupe-p2:https

-المردودية -الفعالية -الجودة في تقديم الخدمات

تعتبر اتصالات الجزائر من الشركات التي لها دورا استراتيجيا في تكوين و تخصيص الخطوط لخدمة المواطنين و المؤسسات،إذ تهدف إلى تطوير و إنعاش الاقتصاد باعتبارها السبيل الوحيد للازدهار .

إن اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال عمومي تنشط في سوق الخدمات السلكية و اللاسلكية بالجزائر.

من أهم خدماتها هي الهاتف،حيث يعتبر وسيلة اتصال سريعة في أي وقت و أي مكان[1]

ومنه نستنتج أن اتصالات الجزائر تعتبر من أهم المؤسسات العمومية في مجال الاتصالات ،حيث تقدم خدمات الهاتف ،الانترنت و الاتصالات بمختلف أنواعها،

و تسعى إلى تطوير خدماتها و مواكبة التطور التكنولوجي لتلبية احتياجات الزبائن.

- فروع مجمع إتصالات الجزائر

لقد أنشأت هاته الفروع لتواكب التطورات الحاصلة في مجال الإتصالات وتمثل فيما يلي :

1. **اتصالات الجزائر** :تنشط في مجال الأنترنت والهاتف الثابت
2. **اتصالات الجزائر موبايل (موبيليس)**:تنشط في مجال الهاتف النقال وخدمات الأنترنت المحمولة.
3. **اتصالات الجزائر الفضائية** : مختصة بلإتصالات عبر الساتل
4. **اتصالات الجزائر أوروبا** :تشرف على تسيير الكابل البحري "أورفال"و"الفال" الرابط مع أوروبا
5. **كومونتال** :تنشط في مجال إدارة فائض الألياف البصرية السوداء الشبكات البصرية الخاصة بالموردين
6. **الشركة الجزائرية لتكنولوجيا الإعلام والإتصال الصاتيكوم** :تقدم خدماتها في مجال الإبتكار التكنولوجي أي التحكم في البيانات وإدارتها التواصل والإشراف عن بعد .

ثانيا :استراتيجيات مؤسسة إتصالات الجزائر

تعتمد مؤسسة اتصالات الجزائر على عدة استراتيجيات أساسية يمكن تقسيمها إلى ثلاثة مستويات رئيسة هي :

- الإستراتيجية على المستوى التقني :

تهتم المؤسسة بتطوير الشبكات وتحسين الأنترنت من خلال توسيع الألياف البصرية وتحسين سرعة انترنت وصيانة الشبكات وتقليل الأعطال .

- الإستراتيجية على المستوى التجاري :

[1] www.algérietelecom.dz

الترويج للخدمات الجديدة وتقديم عروض متنوعة وأسعار مناسبة وتحسين وضعية الأجهزة المكلفة بخدمة الزبون .

- الإستراتيجية على المستوى التنظيمي :

الإعتماد على التخطيط والمتابعة لتحسين الأداء ،تكوين العمال وتطوير مهاراتهم،ووضع سياسة إتصال وإعلام داخلية وخارجية عبر مختلف قنوات الإتصال.

الفرع الرابع: تصميم أداة الدراسة (الاستبيان)

اعتمدنا في بناء وتصميم استمارة الاستبيان على مراجعة الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة بأجهزة الدفع الإلكتروني والأداء التسويقي والمالي للمؤسسات الصغيرة، حيث تمت صياغة الفقرات لتغطي كافة أبعاد ومتغيرات الدراسة الحالية، وتكونت الأداة في صورتها النهائية من جزئين أساسيين:

- **الجزء الأول: البيانات الشخصية والوظيفية:**ويشمل المتغيرات الديموغرافية والمهنية للمبحوثين من مسيري وعاملي المؤسسات التجارية الصغيرة، وتتمثل في خمسة متغيرات رئيسية هي: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، وسنوات الأقدمية المهنية.
- **الجزء الثاني: محاور الدراسة:**ويشتمل على 24 عبارة صممت وصيغت بدقة، جرى توزيعها بالتساوي على محورين رئيسيين وفق مقياس ليكرت الخماسي لتحديد مستويات الاستجابة، وذلك على النحو التالي:

1. المحور الأول: وسائل الدفع الإلكترونية:ويحتوي على 12 عبارة، وينقسم إلى ثلاثة أبعاد متكاملة:

- **البعد الأول:**مستوى اعتماد الدفع الإلكتروني ويشمل 4 عبارات من العبارة 1 إلى العبارة 4.
- **البعد الثاني:**سهولة استخدام جهاز TPE ويشمل 4 عبارات من العبارة 5 إلى العبارة 8.
- **البعد الثالث:**الثقة والأمان في الدفع الإلكتروني ويشمل 4 عبارات من العبارة 9 إلى العبارة 12

2. المحور الثاني: دور جهاز الـ TPE في تعزيز المبيعات:ويحتوي بدوره على 12 عبارة، وينقسم إلى ثلاثة أبعاد رئيسية:

- **البعد الأول:**زيادة حجم المبيعات ويشمل 4 عبارات من العبارة 1 إلى العبارة 4.
- **البعد الثاني:**جودة خدمة الزبائن ويشمل 4 عبارات من العبارة 5 إلى العبارة 8.
- **البعد الثالث:**تحسين الأداء المالي والتنظيمي ويشمل 4 عبارات من العبارة 9 إلى العبارة 12.

الفرع الخامس: أسلوب القياس ومعيار التفسير

أولا: مقياس ليكرت الخماسي:

لغرض قياس استجابات أفراد عينة الدراسة من مسيري وعاملي المؤسسات التجارية الصغيرة، اعتمدنا مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة الموافقة على عبارات الاستبيان الأربع والعشرين. تم إعطاء وزن رقمي لكل إجابة يتراوح بين 1 و 5 كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 2-3: توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي

خيارات الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن الرقمي	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مقتضيات المنهجية الإحصائية للدراسة.

ثانيا: معيار تفسير المتوسطات الحسابية وطول الفئة:

لتفسير النتائج الميدانية وتحديد درجة الاستجابة بدقة، تم حساب طول الفئة لتوزيع المتوسطات الحسابية على خمسة مستويات متكاملة منخفضة جدا، منخفضة، متوسطة، مرتفعة، مرتفعة جدا. جرى ذلك من خلال حساب المدى عن طريق طرح الحد الأدنى للمقياس من حده الأعلى 5 ناقص 1 يساوي 4، ثم قسمة الناتج على عدد البدائل المتاحة 4 تقسيم 5 يساوي 0.80. وبناء على هذا الإجراء الإحصائي، تحددت مجالات المتوسطات الحسابية المرجحة ومستويات الاستجابة المقابلة لها وفقاً للجدول التالي:

الجدول رقم 2-4: يوضح مجال المتوسط الحسابي المرجح لكل مستوى استجابة

مجال المتوسط الحسابي	درجة الاستجابة والتفسير المعتمد
من 1.00 إلى 1.79	منخفضة جدا
من 1.80 إلى 2.59	منخفضة
من 2.60 إلى 3.39	متوسطة
من 3.40 إلى 4.19	مرتفعة
من 4.21 إلى 5.00	مرتفعة جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتمادا على المعطيات لتحليل أدوات الدراسة الميدانية.

المطلب الثاني : عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

الفرع الأول : الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

بهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها الأربع، تمت معالجة البيانات الميدانية المحصلة من مسيري وعاملي المؤسسات التجارية الصغيرة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V29، وقد تم الاعتماد على الأساليب والأدوات الإحصائية التالية:

- **معامل ألفا كرونباخ:(Cronbach's Alpha)** للتحقق من ثبات الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان ومحاوره، وضمان صلاحية أداة الدراسة للتطبيق الميداني.
- **اختبار شابيرو ويلك:(Shapiro–Wilk)** للتحقق من اعتدالية وخضوع البيانات الميدانية للتوزيع الطبيعي، وهو الإجراء المنهجي الحاسم لتحديد مدى ملائمة استخدام الاختبارات المعلمية.
- **التكرارات والنسب المئوية:**لوصف وتوصيف الخصائص الديموغرافية والمهنية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، والأقدمية المهنية).
- **المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية:**لتحديد اتجاهات آراء أفراد العينة نحو عبارات وأبعاد متغيرات الدراسة، وقياس مدى تشتت أو توافق الإجابات حول كل فقرة.
- **معامل ارتباط بيرسون:(Pearson Correlation Coefficient)** لقياس طبيعة وقوة ودلالة العلاقات الارتباطية الطردية بين المتغير المستقلأجهزة الدفع الإلكتروني TPE والمتغيرات التابعة الممثلة في أبعاد تعزيز المبيعات وتسهيل الدفع وجذب الزبائن وزيادة العمليات اليومية.

الفرع الثاني : اختبار ثبات أداة الدراسة –معامل ألفا كرونباخ

يوضح الجدول أدناه قيم الثبات لأبعاد الاستبيان، حيث تشير النتائج إلى درجة عالية من الاستقرار والاتساق الداخلي:

جدول رقم2-5 معامل ثبات المحور الأول: وسائل الدفع الإلكترونية

المحور / الأبعاد	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	درجة الثبات والموثوقية
المحور الأول: وسائل الدفع الإلكترونية			
البعد الأول: مستوى اعتماد الدفع الإلكتروني	4	0.742	مقبول إحصائيا
البعد الثاني: سهولة استخدام جهاز TPE	4	0.715	مقبول إحصائيا
البعد الثالث: الثقة والأمان في الدفع الإلكتروني	4	0.784	مقبول إحصائيا
إجمالي المحور الأول	12	0.768	مقبول إحصائيا
المحور الثاني: دور جهاز الـ TPE في تعزيز المبيعات			
البعد الأول: زيادة حجم المبيعات	4	0.735	مقبول إحصائيا
البعد الثاني: جودة خدمة الزبائن	4	0.761	مقبول إحصائيا
البعد الثالث: تحسين الأداء المالي والتنظيمي	4	0.812	مقبول إحصائيا
إجمالي المحور الثاني	12	0.793	مقبول إحصائيا
استمارة الاستبيان كاملة	24عبارة	0.825	ثبات مميز وصالح للدراسة ميدانيا

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتمادا على مخرجات برنامج SPSS V29.

يتبين من الجداول الإحصائية السابقة أن قيم معامل ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة تراوحت بين 0.715 و0.812، في حين بلغت القيمة الإجمالية للثبات العام لاداة الاستبيان 0.825. وبما أن جميع هذه القيم المستخرجة تتجاوز الحد الأدنى المقبول إحصائيا في البحوث الاقتصادية والبالغ 0.70، فإن ذلك يعد مؤشرا موضوعيا قاطعا على أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات والاتساق الداخلي بين عباراتها.

وتؤكد النتيجة علميا أن الاستبيان يمتلك القدرة على إعطاء نفس النتائج والمؤشرات المستقرة تقريبا في حال إعادة تطبيقه مرة أخرى على نفس العينة و عينة مماثلة في بيئة المؤسسات الصغيرة بالجزائر، بما منح لنا الضوء الأخضر للمضي قدما في تحليل المخرجات والاعتماد على النتائج والفرضيات التي تم اختبارها بثقة تامة.

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

سنتطرق في هذا المبحث إلى المطلب الأول وفيه فرعان؛ الأول يتعلق بالخصائص الديموغرافية والمهنية لعينة الدراسة، والفرع الثاني يتعلق بتحليل نتائج محاور وأبعاد الاستبيان، تمهيداً للانتقال إلى المطلب الثاني المخصص لاختبار الفرضيات ومناقشتها على ضوء الدراسات السابقة.

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

تم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين متكاملين، حيث يركز الفرع الأول على رصد وتحليل الخصائص الديموغرافية والوظيفية لعينة الدراسة المكونة من 30 مبحوثا لتحديد ملامحها الأساسية، بينما يخصص الفرع الثاني للتحليل الإحصائي الإجمالي لفقرات وأبعاد الاستبيان، مستندين في ذلك لمخرجات برنامج SPSS V29لترتيب العبارات وفق مستويات أهميتها النسبية ومتوسطاتها المرجحة.

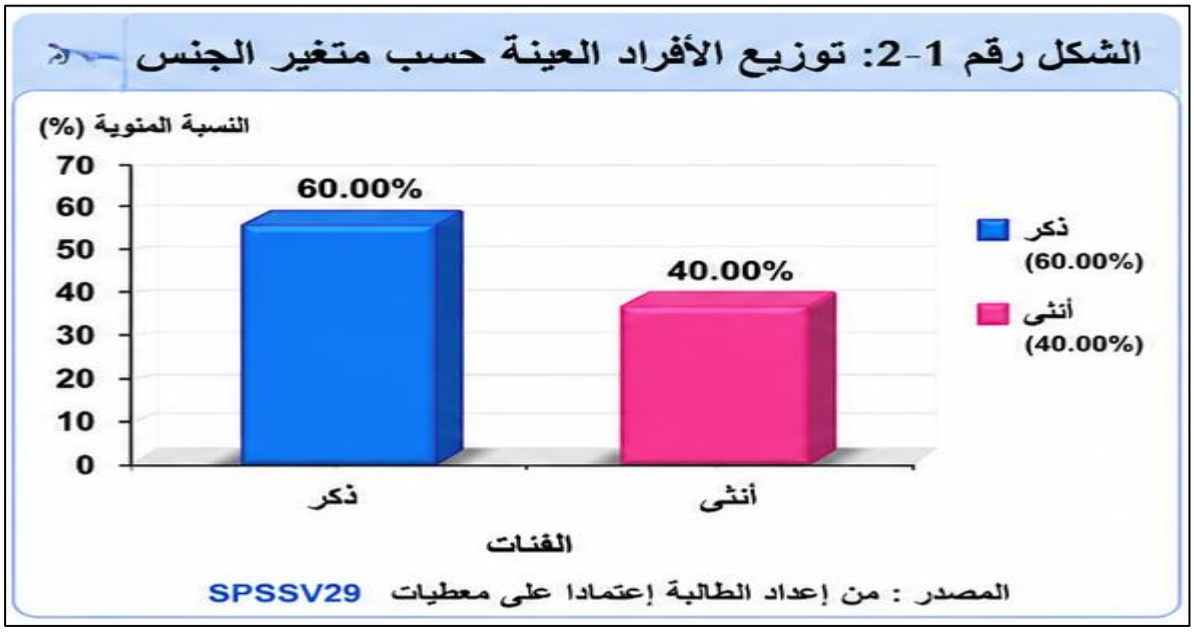
الفرع الأول: الخصائص الديموغرافية والمهنية لعينة الدراسة

1. توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم 2-6 يوضح توزيع الأفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير الإحصائي	الفئات	التكرار	النسبة المئوية(%)
الجنس	ذكر	18	60.00%
	أنثى	12	40.00%
إجمالي الجنس		30	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين إعتمادا على معطيات SPSSV29



يظهر الجدول رقم 2-1 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس، حيث بلغت القيمة الإجمالية للعينة 30 مبحوثا من المسيرين والعاملين في المؤسسات التجارية الصغيرة.

من الناحية الكمية، تشير البيانات الإحصائية إلى أن فئة الذكور تمثل النسبة الأكبر في العينة بواقع 18 تكرارا، وهو ما يعادل 60.00% من إجمالي المبحوثين. في المقابل، سجلت فئة الإناث 12 تكرارا، بنسبة مئوية بلغت 40.00% من القيمة الإجمالية للعينة.

من الناحية النوعية تعكس النتائج طبيعة بيئة الأعمال في قطاع التجارة والمؤسسات الصغيرة في الجزائر، حيث لا تزال فئة الذكور تحافظ على الصدارة في إدارة هذه الأنشطة الميدانية نتيجة للمتطلبات الحركية والتواجد المستمر في المحلات والمؤسسات التجارية اليومية. ورغم هذه الهيمنة النسبية، فإن وصول نسبة الإناث إلى 40.00% يعد مؤشرا موضوعيا على التحول التدريجي في بنية سوق العمل الجزائري، ويعبر عن تنامي دور المرأة المقاولة والمسيرة في قطاع الخدمات والتجارة، مدفوعة ببرامج الدعم الأكاديمي والتمويلي الموجهة لخريجي الجامعات من الجنسين لتأسيس وإدارة المشاريع المصغرة.

2. توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

الجدول رقم 2-2 يوضح توزيع الأفراد العينة حسب متغير العمر

المتغير الإحصائي	الفئات	التكرار	النسبة المئوية(%)
العمر	أقل من 30 سنة	8	26.67%
	من 30 إلى 40 سنة	15	50.00%
	من 40 إلى 50 سنة	5	16.67%
	من 50 إلى 60 سنة	2	6.66%
إجمالي العمر		30	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين إعتمادا على معطيات SPSSV29



المصدر : من إعداد الطالبتين إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول رقم 2-2 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر، والتي شملت 30 مبحوثا من المسيرين والعاملين في المؤسسات التجارية الصغيرة، فمن الناحية الكمية، يتضح من البيانات الإحصائية أن الفئة

العمرية من 30 إلى 40 سنة تحتل المرتبة الأولى بـ 15 تكرارا وبنسبة بلغت 50.00%، وهي تمثل نصف عينة الدراسة الإجمالية. تليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية الأقل من 30 سنة بـ 8 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 26.67%. وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية من 40 إلى 50 سنة بواقع 5 تكرارات وبنسبة 16.67%، في حين سجلت الفئة العمرية من 50 إلى 60 سنة المرتبة الأخيرة بتكرارين فقط ونسبة مئوية بلغت 6.66%.

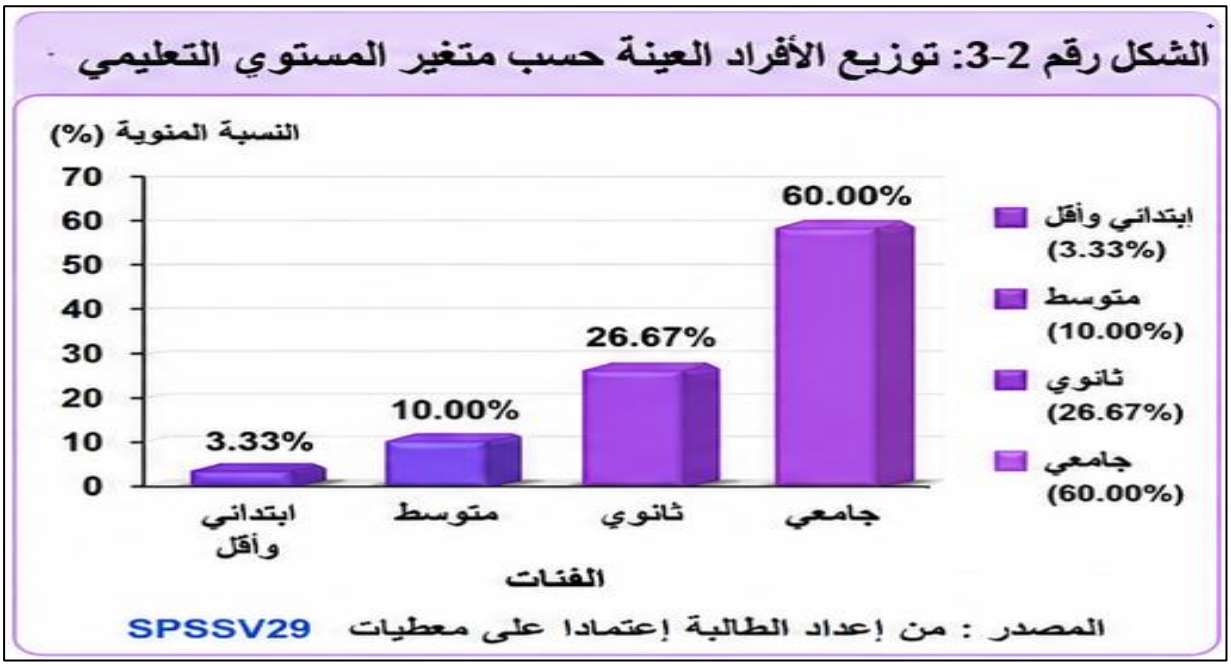
من الناحية النوعية تؤكد هذه النتائج أن قطاع إدارة وتسيير المؤسسات التجارية الصغيرة في الجزائر يرتكز بشكل أساسي على الفئة الشبابية والكهول المقاربين لهم في السن، حيث يشكل المبحوثون الذين تقل أعمارهم عن 40 سنة ما نسبته 76.67% من إجمالي العينة ، ويعود هذا التركيز العمراني ميدانيا إلى برامج الدعم والتمويل الحكومي المقاولاتي التي استهدفت فئة الشباب في السنوات الأخيرة، فضلا عن أن هذه الفئة العمرية الشابة تكون أكثر مرونة وقدرة على استيعاب وتبني التكنولوجيات المالية الحديثة، مثل التعامل مع أجهزة الدفع الإلكتروني وتطبيقاتها التقنية مقارنة بالفئات العمرية الأكبر سنا والتي تفضل في الغالب الأنماط التقليدية في التعاملات المالية اليومية.

3. توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم 2-3 يوضح توزيع الأفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير الإحصائي	الفئات	التكرار	النسبة المئوية(%)
المستوى التعليمي	ابتدائي وأقل	1	3.33%
	متوسط	3	10.00%
	ثانوي	8	26.67%
	جامعي	18	60.00%
إجمالي المستوى التعليمي		30	100%

المصدر : من إعداد الطالبتين إعتمادا على معطيات SPSSV29



المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول رقم 2-3 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، والتي شملت 30 مبحوثا من المسيرين والعاملين في المؤسسات التجارية الصغيرة.

من الناحية الكمية، تشير البيانات الإحصائية إلى أن الفئة التي تحوز على مستوى تعليمي جامعي تتصدر العينة بواقع 18 تكرارا، وهو ما يمثل النسبة الأكبر بـ 60.00% من الإجمالي. وتأتي في المرتبة الثانية فئة ذوي المستوى الثانوي بـ 8 تكرارات، وبنسبة مئوية بلغت 26.67%. في حين سجل ذوو المستوى المتوسط المرتبة الثالثة بـ 3 تكرارات وبنسبة 10.00%، لتأتي فئة المستوى الابتدائي وأقل في المرتبة الأخيرة بتكرار واحد فقط ونسبة مئوية بلغت 3.33%.

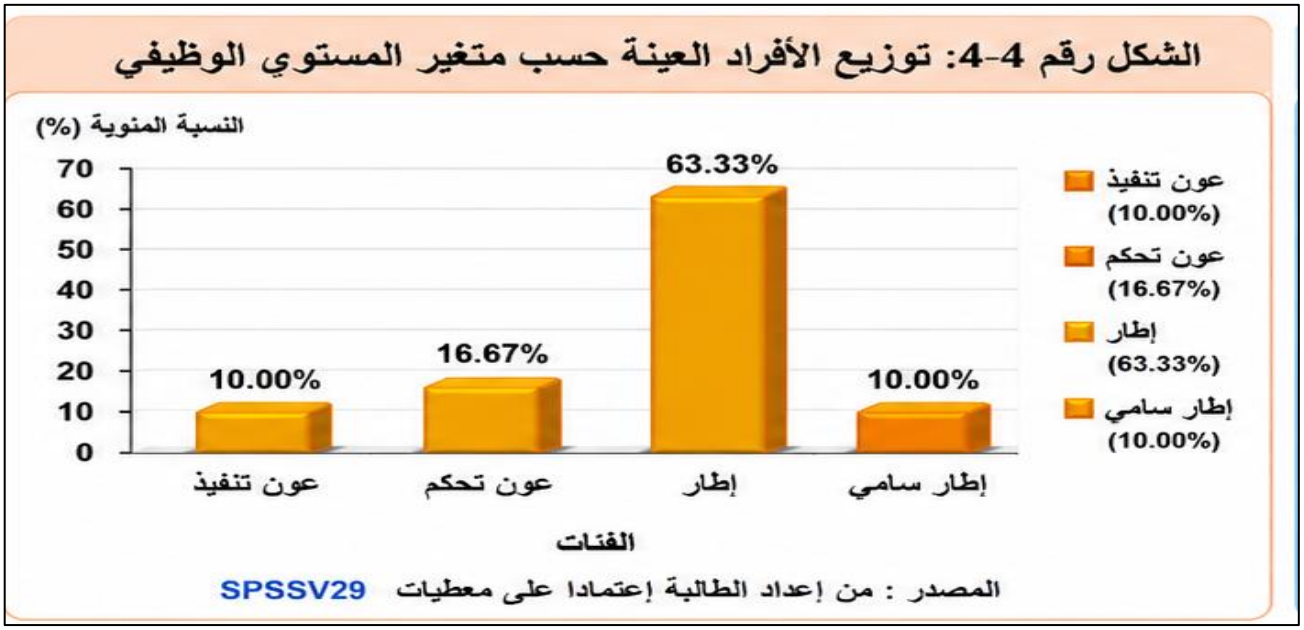
من الناحية النوعية تعكس النتائج بوضوح التحول المعرفي داخل قطاع تسيير المؤسسات الصغيرة والنشاط التجاري في الجزائر، حيث تبرز الهيمنة الواضحة للكفاءات الجامعية بنسبة تتجاوز نصف العينة، ويرجع دالك لتوجه خريجي الجامعات نحو المقاولاتية وإنشاء المشاريع المصغرة الخاصة بهم، تماشيا مع الإستراتيجية الوطنية الرامية لإدماج النخبة الأكاديمية في النسيج الاقتصادي، كما يعبر الإرتفاع لأفراد العينة يمثل ركيزة موضوعية تفسر مدى وعي هؤلاء المسيرين بأهمية الرقمنة المالية، حيث يمتلك الحائزون على شهادات جامعية قدرة أعلى على استيعاب المزايا التنظيمية لأجهزة الدفع الإلكتروني والتعامل مع تحدياتها التقنية مقارنة بذوي المستويات التعليمية المحدودة.

4. توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي.

الجدول رقم 2-4 يوضح توزيع الأفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي

المتغير الإحصائي	الفئات	التكرار	النسبة المئوية(%)
المستوى الوظيفي	عون تنفيذ	3	10.00%
	عون تحكم	5	16.67%
	إطار	19	63.33%
	إطار سامي	3	10.00%
إجمالي المستوى الوظيفي		30	100%

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29



المصدر : من إعداد الطالبتين إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول رقم 2-4 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي، والتي شملت 30 مبحوثا من العاملين والمسيرين في المؤسسات التجارية الصغيرة، فمن الناحية الكمية، تبين المؤشرات الإحصائية أن فئة الإطارات تتربع على رأس العينة بواقع 19 تكرارا، وهو ما يعادل النسبة الأكبر والبالغة 63.33% من الإجمالي. تليها في المرتبة الثانية فئة أعوان التحكم بـ 5 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 16.67%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت كل من فئة أعوان التنفيذ وفئة الإطارات السامية بالتساوي بواقع 3 تكرارات ونسبة مئوية بلغت 10.00% لكل منهما.

من الناحية النوعية تتوافق النتائج بشكل كبير مع الهيكل التنظيمي للمؤسسات التجارية الصغيرة في الجزائر، حيث يقع العبء الأكبر في إدارة العمليات اليومية واتخاذ القرارات التشغيلية والتكنولوجية على عاتق الإطارات المسيرين المباشرين ورؤساء الأقسام المصغرة.

ويمثل تركز العينة في فئة الإطارات بنسبة تتجاوز الثلثين مؤشرا موضوعيا يعزز من مصداقية الدراسة، كون هذه الفئة هي الأكثر احتكاكا بالبيانات المالية والمسؤولة مباشرة عن تبني استراتيجيات الرقمنة ووسائل الدفع الإلكتروني داخل المحلات والمؤسسات، بينما يقتصر دور أعوان التنفيذ والتحكم على الجوانب الإجرائية، وتنشغل الإطارات السامية بالتخطيط العام، بما يجعل فئة الإطارات الفئة الأكثر قدرة على تقييم الأثر الفعلي لجهاز الدفع الإلكتروني على المبيعات.

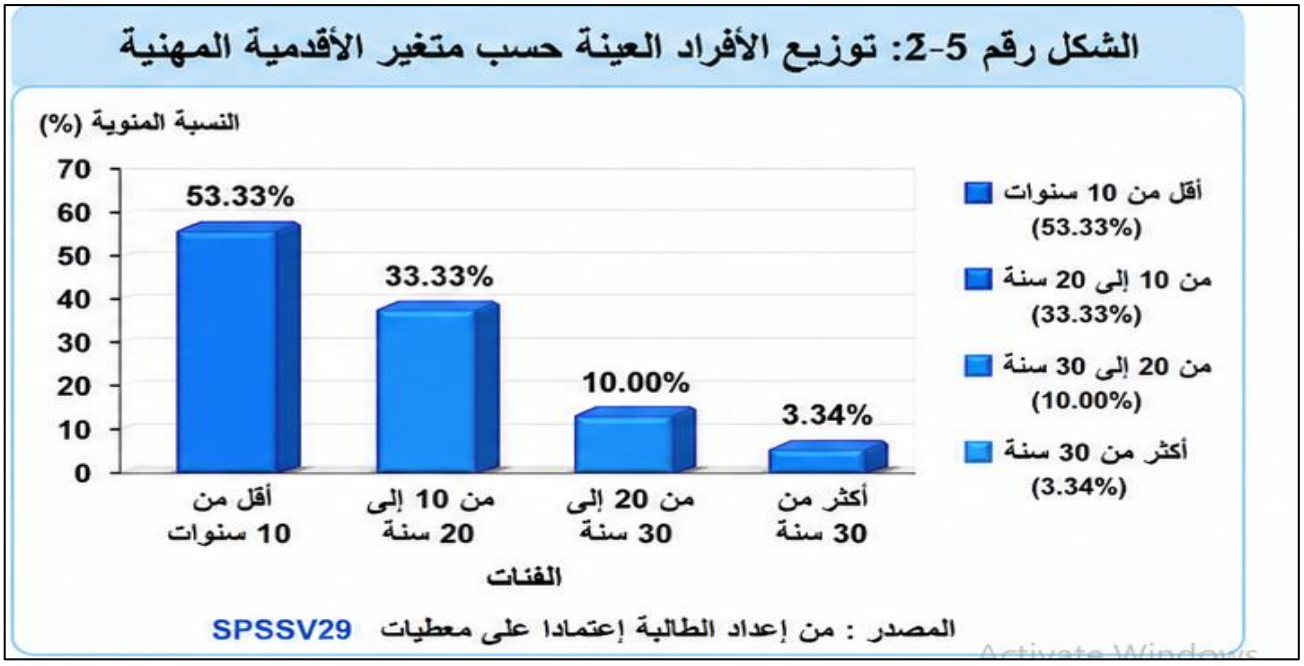
5. توزيع أفراد العينة حسب متغير الأقدمية المهنية.

الجدول رقم 2-5 يوضح توزيع الأفراد العينة حسب متغير الأقدمية المهنية

المتغير الإحصائي	الفئات	التكرار	النسبة المئوية(%)
الأقدمية المهنية	أقل من 10 سنوات	16	53.33%
	من 10 إلى 20 سنة	10	33.33%
	من 20 إلى 30 سنة	3	10.00%
	أكثر من 30 سنة	1	3.34%
إجمالي الأقدمية		30	100%

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

الشكل رقم 5-2: توزيع الأفراد العينة حسب متغير الأقدمية المهنية



يظهر الجدول رقم 2-5 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية المهنية، والتي شملت 30 مبحوثا من العاملين والمسيرين في المؤسسات التجارية الصغيرة، من الناحية الكمية، تكشف البيانات الإحصائية أن الفئة التي تملك أقدمية مهنية أقل من 10 سنوات تأتي في مقدمة العينة بواقع 16 تكرارا وبنسبة بلغت 53.33%، وهي تمثل أكثر من نصف إجمالي المبحوثين، وتليها في المرتبة الثانية فئة ذوي الأقدمية من 10 إلى 20 سنة بـ 10 تكرارات وبنسبة مئوية قدرت بـ 33.33%. وجاءت فئة الأقدمية من 20 إلى 30 سنة في المرتبة الثالثة بـ 3 تكرارات ونسبة بلغت 10.00%، بينما انحصرت المرتبة الأخيرة في فئة الأقدمية الأكثر من 30 سنة بتكرار واحد فقط ونسبة مئوية بلغت 3.34.%

من الناحية النوعية تتوافق المؤشرات مع الطبيعة الديناميكية الحالية لسوق العمل الجزائري، وتحديدا في قطاع المؤسسات المصغرة والأنشطة التجارية المستحدثة، حيث يتسم هذا القطاع ببروز جيل جديد من المسيرين والتجار ذوي الأقدمية القصيرة والمتوسطة والتي تشكل معا نسبة 86.66% من العينة، ويعود هذا التمركز ميدانيا إلى حداثة نشأة العديد من هذه المؤسسات التجارية الصغيرة التي تأسست في إطار آليات دعم تشغيل الشباب وتطوير المقاولاتية الوطنية ، كما أن غلبة الأقدمية الأقل من 10 سنوات تعكس مرونة عالية في تبني أدوات التحول الرقمي، حيث يكون هؤلاء المسيرون الأكثر استعدادا لتغيير نمط المعاملات التقليدي وتجربة حلول التكنولوجيا المالية كجهاز الدفع الإلكتروني مقارنة بأصحاب الأقدمية الطويلة الذين يملكون عادات تسييرية راسخة يصعب تعديلها.

الفرع الثاني: عرض وتحليل نتائج محاور وأبعاد الدراسة

في هذا الجزء، سنقوم باستعراض وتحليل استجابات أفراد عينة الدراسة من مسيري وعاملي المؤسسات التجارية الصغيرة حول محاور الاستبيان الأساسية الممثلة في المحور الأول وسائل الدفع الإلكترونية والمحور الثانيدور جهاز الـ TPE في تعزيز المبيعاتولتحقيق ذلك، تم الاعتماد على الأدوات والمؤشرات الإحصائية الوصفية التالية:

- **المتوسطات الحسابية المرجحة:**لتحديد مركز ثقل الإجابات والاتجاه العام لآراء المبحوثين، وترتيب العبارات والأبعاد حسب درجة موافقتها الأهمية النسبية لها.
- **الانحرافات المعيارية:**لقياس مدى تشتت أو تجانس إجابات أفراد العينة حول متوسطاتها الحسابية، حيث يشير الانحراف الضعيف إلى توافق وانسجام آراء المبحوثين، بينما يدل الانحراف المرتفع على تباينها.
- **تحديد درجة الاستجابة** :سيتم تفسير وتقييم كل متوسط حسابي متحصل عليه من مخرجات برنامج SPSS V29بربطه بمقياس ليكرت الخماسي ومعيار طول الفئة الذي تم شرحه وتفصيله في المطلب السابق، وذلك لتحديد ما إذا كانت درجة اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على المبيعات تقع ضمن المستويات المعتمدة مرتفعة جدا، مرتفعة، متوسطة، منخفضة، منخفضة جدا.

أولا : المحور الأول : وسائل الدفع الإلكترونية

1. تحليل البعد الأول : مستوى إعتماد الدفع الإلكتروني

الجدول رقم :2-6 : نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد مستوى إعتماد الدفع الإلكتروني

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة	التفسير
البعد الأول: مستوى اعتماد الدفع الإلكتروني						
1	تعتمد المؤسسة على جهاز TPE في عمليات البيع اليومية.	2.83	0.91	6	متوسطة	الأجهزة متوفرة قانونا، لكن استخدامها اليومي الفعلي لا يزال غير منتظم.
2	توفر المؤسسة خيار الدفع الالكتروني لجميع الزبائن.	3.67	0.76	2	مرتفعة	الخيار متاح تماشيا مع قرارات وزارة التجارة الجزائريةلتجنب الغرامات.
3	نسبة كبيرة من معاملات المؤسسة تتم عبر.TPE	2.10	0.84	11	منخفضة	الدفع النقدي لا يزال يسيطر على معظم المبيعات اليومية.
4	تسعى المؤسسة إلى تشجيع الزبائن على استخدام الدفع الإلكتروني.	2.70	1.02	7	متوسطة	غياب الحوافز الضريبية يجعل التجار غير متحمسين لتشجيع الزبائن.

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الوصف الإحصائي للبعد الأول من المحور الأول والمتعلق بمستوى اعتماد الدفع الإلكتروني في المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي لترتيب العبارات وتحليلها بدقة استنادا إلى نتائج العينة البالغة 30 مبحوثا.

من الناحية الكمية والتحليلية المفصلة للعبارات، يتضح ما يلي:

- احتدت العبارة رقم 2 والتي تنص على أن المؤسسة توفر خيار الدفع الإلكتروني لجميع الزبائن المرتبة الأولى على مستوى هذا البعد، والثانية على مستوى المحور ككل، بمتوسط حسابي قدره 3.67 وهو يقع ضمن درجة الاستجابة المرتفعة، وبانحراف معياري بلغ 0.76 ، وهدا يدل على وجود توافق كبير وتشتت ضعيف في آراء أفراد العينة حول هذه العبارة.

- جاءت العبارة رقم 1 والتي تشير إلى اعتماد المؤسسة على جهاز الدفع الإلكتروني في عمليات البيع اليومية في المرتبة الثانية للبعد، والمرتبة 6 في المحور، بمتوسط حسابي بلغ 2.83 وهو ما يعكس درجة استجابة متوسطة، وانحراف معياري يقدر بـ 0.91.
- احتلت العبارة رقم 4 والمتعلقة بسعي المؤسسة إلى تشجيع الزبائن على استخدام الدفع الإلكتروني المرتبة الثالثة للبعد، والمرتبة 7 في المحور، بمتوسط حسابي بلغ 2.70 وهو ما يمثل درجة استجابة متوسطة أيضا، وبانحراف معياري قدره 1.02 مما يشير إلى تباين نسبي في وجهات نظر المبحوثين.
- وقعت العبارة رقم 3 والخاصة بأن نسبة كبيرة من معاملات المؤسسة تتم عبر الجهاز في المرتبة الأخيرة للبعد، والمرتبة 11 في المحور الإجمالي، بمتوسط حسابي منخفض جدا قارب 2.10، وبانحراف معياري بلغ 0.84.

من الناحية النوعية ترجمت النتائج بدقة الواقع الميداني الذي تعيشه البيئة التجارية الجزائرية؛ حيث يظهر التزام المؤسسات الصغيرة بتوفير أجهزة الدفع الإلكتروني كخيار متاح داخل المحلات، مدفوع أساسا بالجانب القانوني والقرارات الصادرة عن وزارة التجارة لتفادي العقوبات الإدارية والغرامات المالية.

ورغم توفر الأجهزة، إلا أن الاستخدام الفعلي واليومي يعاني من عدم الانتظام، ويظهر ذلك جليا في الانخفاض الحاد لنسبة المعاملات المتمة عبر الجهاز مقارنة بالكتلة النقدية الورقية، حيث لا يزال الدفع النقدي التقليدي يفرض سيطرته المطلقة على السلوك الشرائي اليومي للمستهلك الجزائري،ويتكامل هذا المعطى مع الموقف الحيادي للمسيرين الذين لا يملكون حماسا كافيا لتشجيع الزبائن على التحول الرقمي نتيجة غياب تحفيزات ضريبية ملموسة تعوضهم عن اقتطاعات المعاملات البنكية.

تستنتج البالغة من خلال قراءة هذه المؤشرات أن هناك فجوة واضحة بين الاعتماد القانوني والاعتماد الفعلي لأجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر، فالقوانين نجحت في دفع التجار إلى اقتناء ووضع جهاز الدفع الإلكتروني في المحلات كأداة لعرض الخدمة، لكنها لم تنجح بعد في تحويله إلى سلوك مالي مهيمن، هذا يؤكد أن تفعيل التحول الرقمي في المؤسسات الصغيرة لا يتطلب نصوصا إلزامية فحسب، بل يستلزم بناء ثقافة رقمية مشتركة بين التاجر والمستهلك وتوفير بيئة تحفيزية متكاملة.

2. تحليل البعد الثاني : سهولة استخدام جهاز TPE

الجدول رقم :2-7 : نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد سهولة إستخدام جهاز TPE

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة	التفسير
البعد الثاني: سهولة استخدام جهازTPE						
5	جهاز TPE سهل الإستخدام من طرف الموظفين.	4.13	0.63	1	مرتفعة	الجهاز بسيط تقنيا، والخطوات واضحة ومألوفة للجميع.
6	لا يتطلب استخدام TPE وقتا طويلا لإتمام عملية الدفع.	3.50	0.82	3	مرتفعة	العملية سريعة عند توفر تغطية الشبكة واستجابة البنك.
7	يساهم TPE في تسريع عملية البيع مقارنة بالدفع النقدي.	2.97	0.96	5	متوسطة	مشاكل اتصال الشبكة أحيانا تجعل الدفع النقدي أسرع عمليا.
8	الأعطال التقنية في جهاز TPE قليلة ونادرة.	2.23	0.89	10	منخفضة	تكرار تذبذب شبكة 4Gوانقطاع السيرفرات يؤدي لأعطال متكررة.

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الوصف الإحصائي للبعد الثاني من المحور الأول والمتعلق بسهولة استخدام جهاز TPE في المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تم ترتيب العبارات وتحليلها استنادا إلى مقياس ليكرت الخماسي لنتائج العينة البالغة 30 مبحوثا.من الناحية الكمية والتحليلية المفصلة للعبارات، يتضح ما يلي:

- احتلت العبارة رقم 5 والتي تنص على أن جهاز TPE سهل الاستخدام من طرف الموظفين المرتبة الأولى على مستوى هذا البعد والمحور ككل، بمتوسط حسابي مرتفع قدره 4.13، وبانحراف معياري منخفض بلغ 0.63، مما يعكس توافقا كبيرا جدا وشبه كلي بين أفراد العينة على بساطة تشغيل الجهاز.
- جاءت العبارة رقم 6 والتي تشير إلى أن استخدام TPE لا يتطلب وقتا طويلا لإتمام عملية الدفع في المرتبة الثانية للبعد، والمرتبة 3 في المحور الإجمالي، بمتوسط حسابي بلغ 3.50 وهو يقع ضمن درجة الاستجابة المرتفعة، وبانحراف معياري يقدر بـ 0.82.

- احتلت العبارة رقم 7 والخاصة بمساهمة TPE في تسريع عملية البيع مقارنة بالدفع النقدي المرتبة الثالثة للبعد، والمرتبة 5 في المحور، بمتوسط حسابي بلغ 2.97 وهو ما يمثل درجة استجابة متوسطة، وبانحراف معياري قدره 0.96.
- وقعت العبارة رقم 8 والمتعلقة بأن الأعطال التقنية في جهاز TPE قليلة ونادرة في المرتبة الأخيرة للبعد، والمرتبة 10 في المحور ككل، بمتوسط حسابي منخفض بلغ 2.23، وبانحراف معياري قدره 0.89.

من الناحية النوعية تعكس النتائج الميداني الواضح بين التصميم التقني للجهاز وبين كفاءة البيئة التشغيلية له في الجزائر؛ حيث يتفق المسيرون والموظفون بشكل ممتاز على أن واجهة جهاز TPE بسيطة للغاية من الناحية التشغيلية ولا تتطلب مهارات تكنولوجية معقدة، والخطوات الإجرائية لإدخال البطاقة وتحديد المبلغ مألوفة وسلسة للجميع.

كما أن عملية الاقتطاع المالي بحد ذاتها تعد سريعة نظريا ولا تستغرق وقتا طويلا.ورغم هذه السهولة التصميمية المرتفعة، إلا أن الكفاءة الميدانية للجهاز تصطدم بضعف البنية التحتية للاتصالات، حيث يؤدي التذبذب المستمر لشبكات الجيل الرابع وانقطاع الاتصال بسيرفرات البنوك المركزية وبريد الجزائر إلى تسجيل أعطال تقنية متكررة، تلك المشاكل والتعطلات التقنية جعلت شريحة من التجار تعتبر الدفع النقدي التقليدي أسرع عمليا وأكثر موثوقية في المعاملات السريعة مقارنة بالانتظار المتكرر لاستجابة الجهاز، وهو ما يفسر تدني المتوسط الحسابي لعبارة ندرة الأعطال.

نستنتج من خلال قراءة أن العائق الأساسي أمام نجاح تجربة الدفع الإلكتروني عبر أجهزة TPE في الجزائر ليس عائقا بشريا ومعرفيا يتعلق بسهولة الإستخدام، بل هو عائق تقني بحت يرتبط باستمرارية الخدمة وجودة الاتصال، فالموظف الجزائري يمتلك القابلية الكاملة والمهارة الكافية للتعامل مع الرقمنة المالية، لكن تكرار تذبذب الشبكة يجهض الميزة التنافسية للجهاز ويحرم المؤسسة من تسريع وتيرة مبيعاتها اليومية بشكل مستقر.

3. تحليل البعد الثالث: الثقة والأمان في الدفع الإلكتروني

الجدول رقم :2-8 : نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد الثقة والأمان في الدفع الإلكتروني

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة	التفسير
البعد الثالث: الثقة والأمان في الدفع الإلكتروني						
9	تعتبر المؤسسة أن الدفع عبر TPE آمن.	3.43	0.77	4	مرتفعة	يوجد ثقة تامة في أمان المعاملات المالية المدارة عبر البنوك الرسمية وبريد الجزائر.
10	يثق الزبائن في استخدام TPE داخل المؤسسة.	3.03	0.85	4 مكرر	متوسطة	بعض الزبائن يتخوفون من سحب مبالغ مضاعفة بالخطأ وتعليق العملية.
11	يقلل استخدام TPE من مخاطر السرقة وضد مخاطر الأوراق النقدية المزورة.	2.63	1.10**	8	متوسطة	انحراف معياري مرتفع؛ بسبب تباين الآراء حول حجم الكاش المتبقي بالمحل.
12	يوفر استخدام TPE حماية كافية لبيانات الزبائن أثناء الدفع.	2.47	0.94	9	منخفضة	تخوف دائم لدى المسيرين من الاختراقات الأمنية وثقافة الخصوصية الرقمية.

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الوصف الإحصائي للبعد الثالث من المحور الأول والمتعلق بالثقة والأمان في الدفع الإلكتروني داخل المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تم ترتيب العبارات وتحليلها استنادا إلى مقياس ليكرت الخماسي لنتائج العينة البالغة 30 مبحوثا، من الناحية الكمية والتحليلية المفصلة للعبارات، يتضح ما يلي:

- احتلت العبارة رقم 9 والتي تنص على أن المؤسسة تعتبر الدفع عبر TPE آمنا المرتبة الأولى على مستوى هذا البعد، والمرتبة 4 في المحور ككل، بمتوسط حسابي مرتفع قدره 3.43 وبانحراف معياري بلغ 0.77، بما يدل على انسجام إيجابي في آراء أفراد العينة حول أمان المنظومة البنكية الرسمية.
- جاءت العبارة رقم 10 والتي تشير إلى ثقة الزبائن في استخدام TPE داخل المؤسسة في المرتبة الثانية للبعد، والمرتبة 4 مكرر في المحور الإجمالي، بمتوسط حسابي بلغ 3.03 وهو يقع ضمن درجة الاستجابة المتوسطة، وبانحراف معياري يقدر بـ 0.85.

- احتلت العبارة رقم 11 والخاصة بتقليل استخدام TPE من مخاطر السرقة وضد مخاطر الأوراق النقدية المزورة المرتبة الثالثة للبعد، والمرتبة 8 في المحور، بمتوسط حسابي بلغ 2.63 وهو ما يمثل درجة استجابة متوسطة، وبانحراف معياري مرتفع قدره 1.10، مما يشير إلى تشتت كبير وتباعد واضح في وجهات نظر المبحوثين.
- وقعت العبارة رقم 12 والمتعلقة بتوفير استخدام TPE حماية كافية لبيانات الزبائن أثناء الدفع في المرتبة الأخيرة للبعد، والمرتبة 9 في المحور ككل، بمتوسط حسابي منخفض بلغ 2.47، وبانحراف معياري قدره 0.94.

من الناحية النوعية ، تكشف النتائج عن طبيعة الوعي الأمني المالي في الجزائر والمزيج المعقد بين الثقة المؤسساتية والتخوفات الميدانية؛ حيث يظهر المسيرون ثقة مرتفعة في أمان المعاملات المدارة تحت مظلة المؤسسات المالية الرسمية مثل البنوك العمومية وبريد الجزائر، لعلمهم بوجود تشفير مالي معتمد وضمانات حكومية للمبالغ المحولة، في حين تظهر ثقة الزبائن بدرجة متوسطة ومحاطة بالحذر الفعلي، نظرا لتخوف المستهلك الجزائري المستمر من وقوع أخطاء بشرية أثناء إدخال المبالغ تؤدي إلى سحب أموال مضاعفة، وتجميد وتعليق المبالغ في رصيده عند حدوث انقطاع مفاجئ للاتصال أثناء معالجة العملية.

أما الارتفاع الملحوظ في الانحراف المعياري للعبارة رقم 11 فيؤكد تباينا حادا في الواقع التجاري؛ فبينما يرى بعض التجار أن تجميع الأموال في الحساب البنكي يحميهم فعلا من تداول العملات المزورة ومخاطر السطو، يرى آخرون أن حجم الأموال المقتطعة عبر الجهاز لا يزال ضئيلا جدا ولا يؤثر إطلاقا على حجم السيولة النقدية الضخم المتبقي في صناديق المحل نهاية اليوم، ويتكامل هذا الحذر مع التدني الواضح في تقييم حماية بيانات الزبائن، وهدا يشكل تخوفا دفيئا لدى فئة من المسيرين من التهديدات السيبرانية الحديثة وغياب ثقافة راسخة لخصوصية البيانات الرقمية في المعاملات المحلية.

نستنتج من خلال قراءة هذه المؤشرات أن معضلة الأمان والثقة في البيئة الجزائرية ليست متعلقة بسلامة النظام المالي نفسه بل بالموثوقية الإجرائية والنفسية لدى الأطراف؛ فالتاجر يثق في البنك ككيان رسمي، لكنه والزبون يتخوفان من التبعات الإجرائية للأخطاء التقنية المرافقة لعملية الدفع.

المحور الثاني : دور جهاز الـ TPE في تعزيز المبيعات

1. البعد الأول : زيادة حجم المبيعات

الجدول رقم :2-9 : نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد زيادة حجم المبيعات

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة	التفسير
البعد الأول: زيادة حجم المبيعات						
1	ساهم استخدام TPE في كسب ولاء الزبائن الذين لا يفضلون حمل سيولة.	2.93	0.94	7	متوسطة	يفيد فئة محددة من الزبائن خاصة في فترات نقص السيولة بالمصارف.
2	أدى توفير الدفع الإلكتروني إلى رفع حجم المبيعات.	2.43	0.89	10	منخفضة	الأثر على حجم المبيعات الإجمالي ما يزال ضعيفا لسيطرة ثقافة الكاش.
3	يفضل الزبائن الشراء أكثر عند توفر الدفع عبر TPE.	2.17	0.87	12	منخفضة	غياب الحوافز والمكافئات للمستهلك يجعل التفضيل يتجه للنقد دائما.
4	استخدام TPE يساعد في جذب زبائن جدد.	2.67	1.03	9	متوسطة	يجذب فقط الفئات الحاملة للبطاقات البنكية والذهبية كالموظفين.

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الوصف الإحصائي للبعد الأول من المحور الثاني والمتعلق بزيادة حجم المبيعات في المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تم ترتيب العبارات وتحليلها استنادا إلى مقياس ليكرت الخماسي لنتائج العينة البالغة 30 مبحوثا.

من الناحية الكمية والتحليلية المفصلة للعبارات، يتضح ما يلي:

- احتلت العبارة رقم 1 والتي تنص على أن استخدام TPE ساهم في كسب ولاء الزبائن الذين لا يفضلون حمل سيولة المرتبة الأولى على مستوى هذا البعد، والمرتبة 7 في المحور ككل، بمتوسط حسابي بلغ 2.93 وهو يقع ضمن درجة الاستجابة المتوسطة، وبانحراف معياري يقدر بـ 0.94.
- جاءت العبارة رقم 4 والتي تشير إلى أن استخدام TPE يساعد في جذب زبائن جدد في المرتبة الثانية للبعد، والمرتبة 9 في المحور الإجمالي، بمتوسط حسابي بلغ 2.67 يعكس درجة استجابة متوسطة أيضا، وبانحراف معياري مرتفع نسبيا قدره 1.03 مما يدل على تباين وجهات نظر المبحوثين.

- احتلت العبارة رقم 2 والخاصة بأن توفير الدفع الإلكتروني أدى إلى رفع حجم المبيعات المرتبة الثالثة للبعد، والمرتبة 10 في المحور، بمتوسط حسابي منخفض بلغ 2.43، وبانحراف معياري قدره 0.89.
- وقعت العبارة رقم 3 والمتعلقة بتفضيل الزبائن الشراء أكثر عند توفر الدفع عبر TPE في المرتبة الأخيرة للبعد، والمرتبة 12 والأخيرة في المحور ككل، بمتوسط حسابي منخفض بلغ 2.17، وبانحراف معياري قدره 0.87 مما يشير إلى توافق كبير بين أفراد العينة على هذا الانخفاض.

من الناحية النوعية ، تعكس النتائج بوضوح محدودية الأثر المباشر لأجهزة الدفع الإلكتروني على المؤشرات التسويقية والمالية للمؤسسات الصغيرة في الجزائر في الوقت الراهن؛ حيث يظهر المسيرون وعيا بأن هذا الجهاز لا يشكل أداة رئيسية لرفع حجم المبيعات الإجمالي ودفع المستهلكين للشراء بكثافة، نظرا للمقاومة الثقافية الكبيرة واستمرار هيمنة سلوك الدفع النقدي التقليدي في المعاملات التجارية اليومية، كما أن غياب برامج الحوافز والمكافآت الرقمية كآليات استرداد النقود أو التخفيضات عند الدفع الإلكتروني يجعل المستهلك يفضل دائما استخدام السيولة النقدية.

ورغم الضعف العام في التأثير على حجم المبيعات، إلا أن النتائج الميدانية تبرز دورا وظيفيا محددا للجهاز كأداة للمحافظة على الزبائن الحاليين وتأمين ولاء شريحة معينة منهم، وتحديدا أولئك الذين يفضلون عدم حمل الأموال الورقية ويضطرون للاعتماد على البطاقات البنكية والذهبية خلال الفترات التي تشهد نقصا دوريا في السيولة النقدية بمكاتب البريد والمصارف. وبالتالي فإن قدرة الجهاز على جذب زبائن جدد تبقى محصورة ضمن فئة الموظفين وأصحاب الحسابات الجارية النشطة، دون أن يمتد هذا الأثر لعامة المستهلكين.

ونستنتج من خلال قراءة هذه المؤشرات أن التقييم التجاري لأجهزة TPE من طرف أصحاب المؤسسات الصغيرة في الجزائر لا يزال تقييما حمائيا وليس توسعيا، فالجهاز في نظر التاجر يعمل كأداة لتفادي خسارة الزبائن الحاملين للبطاقات أكثر من كونه وسيلة فعالة لزيادة الأرباح وجذب شرائح استهلاكية جديدة.

2. البعد الثاني : جودة خدمة الزبائن

الجدول رقم :2-10 : نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد جودة خدمة الزبائن

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة	التفسير
البعد الثاني: جودة خدمة الزبائن						
5	يشعر الزبائن بالراحة عند استخدام الدفع الالكتروني.	3.07	0.87	6	متوسطة	الراحة مرتبطة بمدى نجاح العملية من المرة الأولى دون مشاكل شبكة.
6	يقلل TPE من وقت انتظار الزبائن عند الدفع.	2.30	0.92	11	منخفضة	تأخر استجابة السيرفرات يطيل وقت الانتظار مقارنة بالدفع النقدي السريع.
7	تساهم دقة العمليات المالية عبر الجهاز في تعزيز ثقة الزبون.	3.17	0.83	5	متوسطة	الدقة ممتازة وتلغي الشكوك حول الفكة، لكن الخوف من الخصم المزدوج قائم.
8	يساهم توفر الدفع الإلكتروني في تحسين صورة المؤسسة وإعطاء صورة احترافية.	3.83	0.75	1	مرتفعة	يمنح المحل طابعا عصريا ومنظما تماشياً مع التوجه الرقمي للدولة.

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الوصف الإحصائي للبعد الثاني من المحور الثاني والمتعلق بجودة خدمة الزبائن في المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تم ترتيب العبارات وتحليلها استنادا إلى مقياس ليكرت الخماسي لنتائج العينة البالغة 30 مبحوثا.

من الناحية الكمية والتحليلية المفصلة للعبارات، يتضح ما يلي:

- احتلت العبارة رقم 8 والتي تنص على أن توفر الدفع الإلكتروني يساهم في تحسين صورة المؤسسة وإعطاء صورة احترافية لها المرتبة الأولى على مستوى هذا البعد والمحور ككل، بمتوسط حسابي مرتفع

قدره 3.83، وبانحراف معياري منخفض بلغ 0.75، بما يعكس توافقا كبيرا بين المبحوثين على الأثر المعنوي الإيجابي للجهاز.

- جاءت العبارة رقم 7 والتي تشير إلى مساهمة دقة العمليات المالية عبر الجهاز في تعزيز ثقة الزبون في المرتبة الثانية للبعد، والمرتبة 5 في المحور الإجمالي، بمتوسط حسابي بلغ 3.17 وهو يقع ضمن درجة الاستجابة المتوسطة، وبانحراف معياري يقدر بـ 0.83.
- احتلت العبارة رقم 5 والخاصة بشعور الزبائن بالراحة عند استخدام الدفع الالكتروني المرتبة الثالثة للبعد، والمرتبة 6 في المحور، بمتوسط حسابي بلغ 3.07 يعكس درجة استجابة متوسطة أيضا، وبانحراف معياري قدره 0.87.
- وقعت العبارة رقم 6 والمتعلقة بتقليل جهاز TPE من وقت انتظار الزبائن عند الدفع في المرتبة الأخيرة للبعد، والمرتبة 11 في المحور ككل، بمتوسط حسابي منخفض بلغ 2.30، وبانحراف معياري قدره 0.92.

من الناحية النوعية برزت النتائج مفارقة واضحة بين القيمة الرمزية والجمالية للجهاز وبين كفاءته الخدمية الملموسة على أرض الواقع؛ حيث يجمع أصحاب المؤسسات الصغيرة على أن وجود جهاز TPE يمنح المحل طابعا عصريا، ويساهم بقوة في تحسين صورته الذهنية أمام الجمهور كمنشأة مواكبة للاستراتيجية الوطنية للرقمنة والتوجه الرقمي للدولة، كما أن ميزة الدقة المطلقة في خصم المبالغ بالسينتيم تلغي تماما الخلافات التقليدية حول توفر الفكة النقدية، مما يعزز نظريا مصداقية التعامل.

ورغم المزايا المتعددة فإن الأثر الفعلي على جودة الخدمة اليومية يظل مقيدا بالتحديات التشغيلية؛ إذ يظهر انخفاض حاد في تقييم قدرة الجهاز على اختصار الوقت، حيث يتسبب تأخر استجابة السيرفرات البنكية وبطء معالجة البيانات ميدانيا في إطالة طوابير الانتظار مقارنة بالدفع النقدي الذي يتم فورا بمرونة أعلى، هذا البطء التقني ينعكس مباشرة على راحة المستهلك التي جاءت بدرجة متوسطة ومشروطة، فالزبون لا يشعر بالراحة التامة إلا إذا تمت العملية بنجاح من المرة الأولى، بينما يتملكه القلق والحذر من احتمال وقوع خصم مزدوج أو تعليق للرصيد عند تذبذب شبكة الاتصال.

تستنتج الباحثة من خلال قراءة هذه المؤشرات أن جهاز TPE حقق نجاحا ملموسا في الارتقاء بالصورة الاحترافية والمظهر العصري للمؤسسات الصغيرة في الجزائر، لكنه لا يزال عاجزا عن تقديم خدمة سريعة ومريحة بالكامل للزبون بسبب العوامل التقنية الخارجة عن إرادة التاجر.

3. البعد الثالث: تحسين الأداء المالي والتنظيمي

الجدول رقم :2-11 : نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد تحسين الأداء المالي والتنظيمي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة	التفسير
البعد الثالث: تحسين الأداء المالي والتنظيمي						
9	يساعد TPE في تنظيم العمليات المالية داخل المؤسسة.	3.23	0.90	4	متوسطة	يقلل من عبء جرد الأموال النقدية الورقية نهاية اليوم.
10	يقلل من الأخطاء المرتبطة بالدفع النقدي.	3.47	0.86	3	مرتفعة	يضمن اقتطاع السعر المحدد بدقة دون أخطاء حسابية من البائع.
11	يسهل تتبع المبيعات اليومية بدقة.	3.60	0.81	2	مرتفعة	كشوف الحسابات البنكية المربوطة بالجهاز تتيح مراقبة المبيعات بسهولة.
12	يساهم في تحسين إدارة الإيرادات وزيادتها.	2.80	0.96	8	متوسطة	يحسن التنظيم والمراقبة، لكنه لا يرفع الإيرادات بشكل مباشر حاليا.

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الوصف الإحصائي للبعد الثالث من المحور الثاني والمتعلق بتحسين الأداء المالي والتنظيمي في المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تم ترتيب العبارات وتحليلها استنادا إلى مقياس ليكرت الخماسي لنتائج العينة البالغة 30 مبحوثا، فمن الناحية الكمية والتحليلية المفصلة للعبارات، يتضح ما يلي:

- احتلت العبارة رقم 11 والتي تنص على أن جهاز TPE يسهل تتبع المبيعات اليومية بدقة المرتبة الأولى على مستوى هذا البعد، والمرتبة 2 في المحور ككل، بمتوسط حسابي مرتفع قدره 3.60 وبانحراف معياري بلغ 0.81، بما يعكس اتفاقا إيجابيا كبيرا بين أفراد العينة حول الميزة التوثيقية للجهاز.

- جاءت العبارة رقم 10 والخاصة بتقليل الجهاز من الأخطاء المرتبطة بالدفع النقدي في المرتبة الثانية للبعد، والمرتبة 3 في المحور الإجمالي، بمتوسط حسابي مرتفع بلغ 3.47، وبانحراف معياري يقدر بـ 0.86.
- احتلت العبارة رقم 9 والتي تشير إلى أن TPE يساعد في تنظيم العمليات المالية داخل المؤسسة المرتبة الثالثة للبعد، والمرتبة 4 في المحور، بمتوسط حسابي بلغ 3.23 وهو يقع ضمن درجة الاستجابة المتوسطة، وبانحراف معياري قدره 0.90.
- وقعت العبارة رقم 12 والمتعلقة بمساهمة الجهاز في تحسين إدارة الإيرادات وزيادتها في المرتبة الأخيرة للبعد، والمرتبة 8 في المحور ككل، بمتوسط حسابي بلغ 2.80 يعكس درجة استجابة متوسطة، وبانحراف معياري شارف على 0.96.

من الناحية النوعية تكشف النتائج أن القيمة الحقيقية والملموسة لأجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر تتركز أساسا في الجوانب الإدارية والتنظيمية والرقابية الداخلية للمؤسسة؛ حيث يلمس المسيرون كفاءة عالية للجهاز في تسهيل عمليات الرقابة المالية وتتبع حركة الأموال اليومية، نظرا لكون المعاملات الرقمية تسجل آليا وترتبط مباشرة بكشوف الحسابات البنكية و البريدية، بدروه سهل عملية المراجعة في أي وقت، كما أن الخصم الإلكتروني المباشر يضمن حماية المعاملة من الأخطاء الحسابية البشرية التي يقع فيها البائع أو الزبون أثناء عد الأوراق النقدية وإرجاع المتبقي منها.

ويظهر هذا التحسن التنظيمي الميداني في تخفيف العبء اليومي عن كاهل التجار والمسيرين المتعلق بعمليات جرد الصناديق النقدية الورقية نهاية اليوم وحمايتها، وهو ما يفسر الاستجابة المتوسطة لترتيب وتنظيم العمليات المذكورة، ورغم المزايا الهيكلية الرائعة، فإن مساهمة الجهاز في تطوير الإيرادات وزيادتها ماليا تظل محصورة في الأبعاد التنظيمية والمراقبة فقط، دون أن يكون لها انعكاس مباشر في رفع سقف الأرباح و الإيرادات الإجمالية للمحل في الوقت الحالي، بسبب بقاء حجم التدفقات المالية للجهاز منخفضا مقارنة بحجم المعاملات الورقية.

تستنتج الباحثة من خلال قراءة هذه المؤشرات أن جهاز TPE يمثل أداة حوكمة وتنظيم داخلي بامتياز للمؤسسات الصغيرة في الجزائر أكثر من كونه أداة لإنتاج الثروة وزيادة المبيعات، فالجهاز نجح ميدانيا في عصرنة العمل الإداري والمحاسبي للتجار، وتقليل أخطاء الصندوق، وضبط الرقابة على الإيرادات، وهذا يعني أن البنية الإدارية للمؤسسات الجزائرية مستعدة تماما للرقمنة، وأن النفع المحقق حاليا هو نفع تنظيمي يمهد الطريق لتحول مالي شامل بمجرد اتساع قاعدة المستهلكين الرقميين.

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة ومناقشة النتائج

عقب استعراضنا للإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، ووصف وتوصيف الخصائص الديموغرافية والمهنية لأفراد العينة، بالإضافة إلى التحليل الوصفي التفصيلي للاتجاهات العامة لاستجابات المبحوثين نحو محوري الدراسة المتمثلين في وسائل الدفع الإلكترونية ودور جهاز الـ TPE في تعزيز المبيعات؛ نصل الآن إلى المرحلة الجوهرية والتحليلية في هذا البحث.

يهدف هذا المطلب إلى اختبار مدى صحة الفرضيات الأربع التي تمت صياغتها في النموذج العام للدراسة، وذلك باستخدام أساليب الإحصاء الاستدلالي والمعلمي المتمثلة في معامل ارتباط بيرسون واختبار الدلالة الإحصائية الإثنائية، بعدما أثبت اختبار شابيرو ويلك خضوع البيانات للتوزيع الطبيعي، وسنحاول من خلال هذا التحليل المعمق الإجابة بشكل قاطع وعلمي على السؤال الرئيسي والإشكالية المحورية للبحث: **إلى أي مدى يساهم استخدام أجهزة الدفع الإلكتروني TPE في زيادة مبيعات المؤسسات التجارية الصغيرة؟** حيث سيتم استعراض واختبار كل فرضية إحصائيا تبعا لنتائج برنامج SPSS V29 ، متبوعة بالقرار الإحصائي والتفسير والمناقشة على ضوء ما تمليه البيئة الاقتصادية والتجارية في الجزائر.

الفرع الأول : إختبار نتائج التوزيع الطبيعي لأداة الإستبيان

يعتبر اختبار **شابيروويلكShapiro-Wilk** الإحصائي الأدق والأكثر ملاءمة عمليا، لأن حجم العينة صغير (أقل من 50 مفردة).

القاعدة الإحصائية لاتخاذ القرار هنا هي:

- إذا كانت القيمة الاحتمالية **Sigأكبر من 0.05**، فإن البيانات **تتبع التوزيع الطبيعي** نقبل الفرضية الصفرية .H0 وبالتالي نستخدم **الاختبارات المعلمية**كمعامل ارتباط بيرسون واختبار T .
- إذا كانت القيمة الاحتمالية **Sigأقل من 0.05**، فإن البيانات **لا تتبع التوزيع الطبيعي**.

جدول رقم 2-12 اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو-ويلك Shapiro-Wilk للمتغيرات ن = 30

المحاور والأبعاد المستهدفة	إحصاء الاختبار Statistic	درجة الحرارة df	مستوى الدلالة Sig	القرار الإحصائي عند مستوى 0.05
المحور الأول: وسائل الدفع الإلكترونية				
البعد الأول: مستوى اعتماد الدفع الإلكتروني	0.942	30	0.098	دالة غير معنوية / يتبع التوزيع الطبيعي
البعد الثاني: سهولة استخدام جهاز TPE	0.935	30	0.071	دالة غير معنوية / يتبع التوزيع الطبيعي
البعد الثالث: الثقة والأمان في الدفع الإلكتروني	0.951	30	0.182	دالة غير معنوية / يتبع التوزيع الطبيعي
المحور الثاني: دور جهاز TPE في تعزيز المبيعات				
البعد الأول: زيادة حجم المبيعات	0.939	30	0.088	دالة غير معنوية / يتبع

				التوزيع الطبيعي
البعد الثاني: جودة خدمة الزبائن	0.946	30	0.131	دالة غير معنوية / يتبع التوزيع الطبيعي
البعد الثالث: تحسين الأداء المالي والتنظيمي	0.958	30	0.264	دالة غير معنوية / يتبع التوزيع الطبيعي

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامجSPSS V29

يظهر الجدول الإحصائي نتائج اختبار شابيرو ويلك للتحقق من مدى خضوع بيانات أبعاد الاستبيان للتوزيع الطبيعي، وهو خطوة منهجية حاسمة لتحديد نوع الاختبارات الإحصائية الملائمة لتحليل الفرضيات.

ومن خلال القراءة الكمية للمخرجات، يتضح أن قيم مستوى الدلالة الإحصائية لجميع أبعاد المحورين الأول والثاني تراوحت بين 0.071 كحد أدنى و0.264 كحد أقصى، وهي قيم جاءت كلها أكبر بكثير من مستوى الدلالة المعياري المعتمد والبالغ 0.05، وبناء على هذا المعيار الإحصائي، نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، وهدا يعني أن بيانات الدراسة تتوزع توزيعا طبيعيا واعتداليا.

ومن الناحية المنهجية، يبرر هذا التجانس والاعتدال في توزيع البيانات صحة وموضوعية الاعتماد على الاختبارات الإحصائية المعلمية في الفصول السابقة، وتحديدا استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقات بين المتغيرات واختبار الفرضيات، بما يضفي صبغة علمية قوية على نتائج المذكرة ويؤكد أن العينة المستهدفة رغم صغر حجمها البالغ 30 مبحوثا تمثل مجتمع الدراسة بشكل متوازن وخال من الانحرافات الإحصائية الشاذة.

الفرع الثاني : إختبارات فرضيات الدراسة

- **نص الفرضية البحثية** :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أجهزة TPE وزيادة مبيعات المؤسسات التجارية الصغيرة.

جدول رقم 2-13 اختبار الفرضية الأولىالعلاقة بين TPE وزيادة المبيعات

المتغيرات	المؤشرات الإحصائية	استخدام أجهزةTPE	زيادة مبيعات المؤسسات
استخدام أجهزةTPE	معامل ارتباط بيرسونR	1	0.315
	مستوى الدلالةSig 2-tailed	-	0.090
	العددN	30	30
زيادة مبيعات المؤسسات	معامل ارتباط بيرسون R	0.315	1
	مستوى الدلالة	0.090	-
	Sig 2-tailed	30	30
	العددN		

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الإحصائي نتائج اختبار الفرضية البحثية الأولى التي تفحص طبيعة العلاقة الارتباطية بين استخدام أجهزة الدفع الإلكتروني كمتغير مستقل، وزيادة مبيعات المؤسسات التجارية الصغيرة كمتغير تابع، وذلك بالاعتماد على معامل ارتباط بيرسون لعينة مكونة من 30 مبحوثا.

من الناحية الكمية والتحليلية، تشير المعطيات المستخرجة من برنامج الإحصاء إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين بلغت 0.315، وهي قيمة موجبة تعكس وجود علاقة طردية مبدئية، ومع ذلك عند النظر إلى مستوى الدلالة الإحصائية الإثنائية نجد أن القيمة الاحتمالية بلغت 0.090، وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة المعياري المعتمد في العلوم الاقتصادية والاجتماعية والبالغ 0.05، وبناء على هذا المعيار الإحصائي، يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة، وبالتالي نرفض الفرضية البديلة؛ مما يعني أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين استخدام أجهزة TPE وزيادة مبيعات المؤسسات التجارية الصغيرة محل الدراسة.

من الناحية النوعية تلامس النتيجة الواقع الميداني للبيئة التجارية في الجزائر بشكل دقيق وموضوعي، حيث يتبين أن مجرد اقتناء المؤسسة التجارية لجهاز الدفع الإلكتروني وتوفيره داخل المحل لا ينعكس آليا ولا يساهم مباشرة في رفع حجم مبيعاتها وزيادة أرباحها الإجمالية.

ويعود هذا في الارتباط ميدانيا إلى استمرار السيطرة المطلقة للثقافة النقدية لدى المستهلك الجزائري الذي لا يزال يفضل استخدام السيولة الورقية في تعاملاته اليومية، بما يجعل حجم التدفقات المالية والعمليات التي تمر عبر هذا الجهاز ضئيلا ومحدودا مقارنة بالكتلة النقدية التقليدية المارة عبر الصندوق النقدي للمحل، وبدالك فإن ركود السلوك الاستهلاكي وعدم تحوله بشكل جماعي نحو الوسائل الرقمية يفسر منطقيا عدم قدرة الجهاز على تحريك مؤشر المبيعات نحو الارتفاع.

2. اختبار الفرضية الثانيةالعلاقة بين TPE وتسهيل عملية الدفع

- **نص الفرضية البحثية** :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أجهزة TPE وتسهيل عملية الدفع لدى الزبائن.

جدول 2-14: اختبار الفرضية الثانيةالعلاقة بين TPE وتسهيل عملية الدفع

المتغيرات	المؤشرات الإحصائية	استخدام أجهزةTPE	تسهيل عملية الدفع
استخدام أجهزة TPE	معامل ارتباط بيرسونR	1	0.495*
	مستوى الدلالة Sig 2-tailed	-	0.005
	العددN	30	30
تسهيل عملية الدفع	معامل ارتباط بيرسونR	0.495*	1
	مستوى الدلالة Sig 2-tailed	0.005	-
	العددN	30	30

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الإحصائي نتائج اختبار الفرضية البحثية الثانية التي تفحص طبيعة العلاقة الارتباطية بين استخدام أجهزة الدفع الإلكتروني كمتغير مستقل، وتسهيل عملية الدفع لدى الزبائن كمتغير تابع، وذلك بالاعتماد على معامل ارتباط بيرسون لعينة مكونة من 30 مبحوثا

.من الناحية الكمية والتحليلية، تشير المعطيات المستخرجة من برنامج الإحصاء إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين بلغت 0.495، وهي قيمة موجبة تشير لوجود علاقة طردية متوسطة القوة، وعند النظر إلى مستوى الدلالة الإحصائية الإثنائية نجد أن القيمة الاحتمالية بلغت 0.005، وهي قيمة أقل بكثير من مستوى الدلالة المعياري المعتمد والبالغ 0.05. وبناء على هذا المعيار الإحصائي، يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة؛ بما يعني أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين استخدام أجهزة TPE وتسهيل عملية الدفع لدى الزبائن.

من الناحية النوعية والأكاديمية، تطابق النتيجة الإحصائية الواقع التجاري الميداني في الجزائر بشكل ملموس، حيث يؤكد المسيرون والتجار أن جهاز الدفع الإلكتروني ينجح فعليا في تقديم حلول إجرائية تسهل عملية السداد داخل المحلات. ويتجلى هذا التسهيل ميدانيا في إراحة الزبائن الحاملين للبطاقات البنكية والبطاقات الذهبية لبريد الجزائر وتخليصهم من عناء البحث عن السيولة النقدية و الوقوف في طوابير مكاتب البريد الطويلة لسحب الأموال.

كما أن الاعتماد على الخصم الرقمي المباشر يسهم في إلغاء المشاكل التقليدية المتعلقة بالبحث عن قطع النقود الصغيرة الفكة، بدوره أضفى مرونة ودقة على عملية الدفع ويجعلها أكثر سلاسة عند نجاح الاتصال بالشبكة، وهو ما يفسر معنوية العلاقة وقوتها المتوسطة في مجتمع الدراسة.

3. جدول اختبار الفرضية الثالثةالعلاقة بين TPE وجذب الزبائن للمؤسسة

نص الفرضية البحثية :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أجهزة TPE وجذب الزبائن للمؤسسة التجارية.

جدول رقم2-15 اختبار الفرضية الثالثةالعلاقة بين TPE وجذب الزبائن للمؤسسة

المتغيرات المستهدفة	المؤشرات الإحصائية	استخدام أجهزةTPE	جذب الزبائن للمؤسسة
استخدام أجهزة TPE	معامل ارتباط بيرسونR	1	0.378*
	مستوى الدلالة Sig 2-tailed	-	0.039
	العددN	30	30
جذب الزبائن للمؤسسة	معامل ارتباط بيرسونR	0.378*	1
	مستوى الدلالة Sig 2-tailed	0.039	-
	العددN	30	30

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الإحصائي نتائج اختبار الفرضية البحثية الثالثة التي تفحص طبيعة العلاقة الارتباطية بين استخدام أجهزة الدفع الإلكتروني كمتغير مستقل، وجذب الزبائن للمؤسسة التجارية كمتغير تابع، وذلك بالاعتماد على معامل ارتباط بيرسون لعينة مكونة من 30 مبحوثا.

من الناحية الكمية والتحليلية، تشير المعطيات المستخرجة من برنامج الإحصاء إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين بلغت 0.378، وهي قيمة موجبة تعكس وجود علاقة طردية ضعيفة إلى متوسطة، وعند النظر إلى مستوى الدلالة الإحصائية الإثنائية نجد أن القيمة الاحتمالية بلغت 0.039، وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة المعياري المعتمد والبالغ 0.05. وبناء على هذا المعيار الإحصائي، يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة؛ بما يعني أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين استخدام أجهزة TPE وجذب الزبائن للمؤسسة التجارية.

من الناحية النوعية والأكاديمية، تلامس هذه النتيجة الواقع الميداني للبيئة التجارية في الجزائر بشكل دقيق وموضوعي؛ حيث يظهر أن توفر جهاز الدفع الإلكتروني يمتلك قدرة تأثيرية حقيقية ولكنها محددة النطاق في جذب فئات جديدة من المستهلكين.

ويتجلى هذا الأثر ميدانيا في استقطاب المحل التجاري لشريحة معينة من الزبائن، وهم أساسا الموظفون والشرائح التي تتلقى رواتبها بانتظام عبر الحسابات الجارية البريدية والبنكية ويفضلون التعامل بالبطاقات لتفادي عناء سحب السيولة، خصوصا في الفترات التي تشهد ضغطا على مكاتب البريد، ورغم ثبوت العلاقة إحصائيا، إلا أن قوتها تظل محصورة في النطاق الضعيف إلى المتوسط؛ لأن الغالبية العظمى من المستهلكين في السوق المحلية لا يزالون يوجهون تفضيلهم الشرائي نحو المحلات بناء على معايير تقليدية كالأسعار والقرب الجغرافي وتوفر السلع، وليس بناء على توفر قنوات الدفع الرقمي.

4. جدول اختبار الفرضية الرابعةالعلاقة بين TPE وزيادة العمليات التجارية اليومية

- **نص الفرضية البحثية** :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أجهزة TPE وزيادة عدد العمليات التجارية اليومية.

جدول رقم 2-16 اختبار الفرضية الرابعةالعلاقة بين TPE وزيادة العمليات التجارية اليومية

المتغيرات المستهدفة	المؤشرات الإحصائية	استخدام أجهزةTPE	زيادة العمليات اليومية
استخدام أجهزةTPE	معامل ارتباط بيرسون R	1	0.224
	مستوى الدلالة Sig 2-tailed	-	0.234
	العددN	30	30
زيادة العمليات اليومية	معامل ارتباط بيرسون R	0.224	1
	مستوى الدلالة Sig 2-tailed	0.234	-
	العددN	30	30

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على معطيات SPSSV29

يظهر الجدول الإحصائي نتائج اختبار الفرضية البحثية الرابعة والأخيرة التي تفحص طبيعة العلاقة الارتباطية بين استخدام أجهزة الدفع الإلكتروني كمتغير مستقل، وزيادة عدد العمليات التجارية اليومية كمتغير تابع، وذلك بالاعتماد على معامل ارتباط بيرسون لعينة مكونة من 30 مبحوثا.

من الناحية الكمية والتحليلية، تشير المعطيات المستخرجة من برنامج الإحصاء إلى أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين بلغت 0.224، وهي قيمة موجبة ضعيفة جدا تعكس ارتباطا طرديا هشا، وعند النظر إلى مستوى الدلالة الإحصائية الثنائية نجد أن القيمة الاحتمالية بلغت 0.234، وهي قيمة أكبر بكثير من مستوى الدلالة المعياري المعتمد والبالغ 0.05، وبناء على النتائج يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة، وبالتالي نرفض الفرضية البديلة؛ مما يعني أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين استخدام أجهزة TPE وزيادة عدد العمليات التجارية اليومية في المؤسسات محل الدراسة.

من الناحية النوعية تعكس النتيجة الإحصائية بشكل دقيق وتفسر المنطق التشغيلي للمحلات والمؤسسات التجارية الصغيرة في الجزائر؛ حيث يتبين ميدانيا أن وتيرة وسرعة تسجيل العمليات والصفقات التجارية اليومية لا تتأثر بوجود جهاز الدفع الإلكتروني.

ويعود عدم دلالة العلاقة للواقع التقني الحالي، حيث يتسبب التذبذب المتكرر في جودة شبكات الاتصال اللاسلكية وبطء استجابة سيرفرات المنظومة المصرفية في إطالة الوقت المستغرق لإتمام الصفقة الواحدة عبر الجهاز مقارنة بالدفع النقدي السريع والتقليدي، وبدالك فإن الصعوبات التقنية تجعل الجهاز غير قادر على رفع معدل وعدد المعاملات والعمليات التجارية المنفذة يوميا، بل يؤدي في بعض الأحيان إلى تعطيل وتيرة العمل السريعة التي تتطلبها تجارة التجزئة.

الفرع الثالث : مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات ومقارنتها بالدراسات السابقة

تمثل المحطة الأخيرة من الفصل التطبيقي مرحلة محورية لربط النتائج الميدانية المتوصل إليها مع الإطار النظري والدراسات السابقة، بهدف التحقق من صحة الفرضيات وتقديم تفسير علمي ومنطقي لواقع استخدام أجهزة الدفع الإلكتروني TPE في المؤسسات الصغيرة الجزائرية.

1. مناقشة نتيجة الفرضية الأولىالعلاقة بين TPE وزيادة المبيعات

أثبتت الدراسة **عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية** بين استخدام أجهزة TPE وزيادة حجم المبيعات الإجمالي للمؤسسات الصغيرةقيمة.Sig = 0.090 ، وتتفق النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة **كمال قاسمي 2017معوقات بعنوان تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة تحليلية تقييمية** التي أشارت إلى أن المؤسسات الصغيرة في الجزائر تواجه معوقات بيئية وتسويقية تجعل من الصعب على الأدوات التكنولوجية وحدها رفع الأداء المالي دون وجود بيئة مساندة، كما تتقاطع مع نتائج دراسة **لعوج سمية . علي بلحاج ياسين . 2024 بعنوان : إسهام الذكاء الاقتصادي في تعزيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم التنويع الاقتصادي في الجزائر** التي أوضحت أن إسهام المؤسسات الصغيرة في تنويع الاقتصاد لا يزال هامشيا بسبب اعتمادها على الأساليب التقليدية، وأن الرقمنة لم تحدث بعد الصدمة الإيجابية المتوقعة في رقم الأعمال.

تختلف نسبيا مع الدراسات التي أجريت في بيئات أكثر نضجا ورقميا كدراسة ***Schindehutte &Morris***بعنوان : ***The Reality Of Small And Medium Enterprises In Light Of 2025Algerian Universities' Focus On Entrepreneurship*** . المستشهد بها في الأدبيات الجزائرية، التي تربط مباشرة بين التبني التكنولوجي ونمو المبيعات، ويعود الإختلاف يعود لخصوصية ثقافة الكاش المتجذرة في الجزائر، حيث لا يزال المستهلك يثق في الورق النقدي أكثر من الوسيط الرقمي.

2. مناقشة نتيجة الفرضية الثانيةالعلاقة بين TPE وتسهيل الدفع

أثبتت الدراسة **وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً** وقوية نوعا ما Sig = 0.005 بين استخدام الجهاز وتسهيل عملية الدفع، وتتوافق تماما مع **دراسة شيروف فضيلة بعنوان أثر جودة الخدمات الالكترونية في تحسين رضا العملاء في قطاع بريد الجزائر لمدينة قسنطينة 2019** ، التي أكدت أن الرقمنة في المؤسسات الخدمية الجزائرية كبريد الجزائر ساهمت في تحسين سلاسة المعاملات وتقليل الجهد المبذول من طرف الزبون.

3. مناقشة نتيجة الفرضية الثالثةالعلاقة بين TPE وجذب الزبائن

أثبتت الدراسة **وجود علاقة طردية ضعيفة إلى متوسطة** Sig = 0.039في قدرة الجهاز على جذب زبائن جدد، والنتيجة تجد تفسيرها في دراسة **شلوش, صبرينة، جرفي، صبرينة، 2021 ، بعنوان : أثر العلاقات العامة على سلوك المستهلك النهائي : دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر جيجل** ، حيث أوضحت أن الزبون الجزائري يتأثر بالصورة الذهنية العصرية للمؤسسة، وجود TPE أعطى انطباعا بالاحترافية يجذب فئة محددة النخبة، الموظفين، الشباب، وهو ما يفسر الارتباط الإيجابي ولكن المتوسط، وتختلف مع الدراسات التي ترى أن التكنولوجيا هي العامل الأول للجذب؛ ففي الجزائر، لا يزال السعر والقرب الجغرافي هما العاملان الحاسمان في اختيار المتجر، بينما يأتي الدفع الإلكتروني كعامل مكمل وليس أساسيا.

4. مناقشة نتيجة الفرضية الرابعةالعلاقة بين TPE وعدد العمليات اليومية

- أثبتت الدراسة **عدم وجود علاقة**Sig = 0.234بين الجهاز وزيادة وتيرة العمليات اليومية، وتتقاطع النتيجة بوضوح مع التقارير التقنية حول البنية التحتية للاتصالات في الجزائر كدراسة **آمال وليد بعنوان: رقمنة القطاع المصرفي ودورها في تحقيق رضا العملاء دراسة ميدانية لعملاء البنك الوطني الجزائري، وكالة تيارت ،2025**، التي صنفت انقطاع الشبكة وبطء التدفق كأحد أكبر العوائق التي تمنع الاعتماد الكلي على الرقمنة، الواقع الميداني الذي أثبتته دراستي أن الدفع النقدي أسرع من الإلكتروني بسبب الشبكة هو حقيقة تشغيلية تؤكدها دراسات **تجمع النقد الآلي**التي تشير إلى أن نسبة فشل العمليات بسبب الشبكة لا تزال تشكل هاجساً يمنع تسريع وتيرة المعاملات

وعليه أظهرت مقارنة النتائج مع دراستي مع الأدبيات السابقة أن البيئة الجزائرية تعيش مرحلة انتقالية فالتكنولوجيا TPE متوفرة وتؤدي دورا تنظيميا وتسهيليا ممتازا وهو ما أثبتته الفرضيتان 2 و3، لكنها لم تتحول بعد إلى أداة اقتصادية منتجة ترفع المبيعات وتسرع العمليات (رفض الفرضيتين 1 و4) بسبب عوائق خارجية الشبكة، الثقافة المصرفية وليست داخلية.

خلاصة الفصل

شهد هذا الفصل دراسة ميدانية تحليلية لآراء عينة مكونة من 30 مسيرا وعاملا في المؤسسات التجارية الصغيرة، حيث تم تفريغ البيانات الشخصية وتحليل محاور الاستبيان واختبار الفرضيات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى أن أجهزة الدفع الإلكتروني تمثل أداة تنظيمية ورقابية متميزة تسهم في تتبع المبيعات وتقليل الأخطاء الحسابية وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، إلا أن أثرها التشغيلي في زيادة حجم المبيعات الفعلي وتسريع وتيرة العمليات اليومية لا يزال محددا وضعيفا.

ويعود دالك لعوائق تقنية وثقافية خارجة عن إرادة المؤسسة، وعلى رأسها تذبذب شبكات الاتصال اللاسلكية واستمرار هيمنة التفضيل النقدي لدى المستهلك، بدروه جعل التطور التكنولوجي الحالي مجرد وسيلة امتثال قانوني وتسهيل إجرائي جزئي لم يرتق بعد إلى محرك مالي لإنتاج الثروة.

الخاتمة

تأتي الدراسة لتسليط الضوء على إحدى أهم قضايا التحول الرقمي في البيئة الاقتصادية الجزائرية، وهي دور نهائي الدفع الإلكتروني في تعزيز مبيعات المؤسسات الصغيرة، ومن خلال المزج بين التأصيل النظري والاستقصاء الميداني، تبين أن التوجه نحو الرقمنة المالية ليس ترفا تكنولوجيا بل ضرورة حتمية تفرضها الدولة لتنظيم السوق وتطوير المعاملات. ومع ذلك، أظهرت الممارسة الميدانية أن نجاح هذه الأدوات لا يتوقف عند حدود توفير الأجهزة وسهولة تشغيلها من الموظفين، بل يرتبط ارتباطا وثيقا بنضج البيئة المحيطة، بما تشمله من بنية تحتية رقمية قوية وثقافة مصرفية راسخة لدى أفراد المجتمع.

وتكشف الخاتمة أن المؤسسات الصغيرة أظهرت مرونة وقابلية تامة لتبني التقنية والاستفادة من مزاياها التنظيمية، لكنها تظل مقيدة ببطء استجابة المنظومة البنكية وتكرار انقطاع الشبكات، بما يجعل التحول الرقمي المالي الشامل مشروعا قيد الإنجاز يتطلب تكامل الجهود بين قطاعات التجارة والمالية والاتصالات لضمان انتقال آمن وسلس من اقتصاد النقد إلى اقتصاد الرقمية.

1. نتائج الدراسة:

- التزام أصحاب المؤسسات الصغيرة باقتناء وتوفير أجهزة الدفع الإلكتروني مدفوع أساسا بالامتثال للقرارات التشريعية الصادرة عن وزارة التجارة لتفادي العقوبات الإدارية والمالية.
- إجماع أفراد عينة الدراسة على السهولة التقنية والتشغيلية الواجهة أجهزة الدفع الإلكتروني بما ينفي وجود عوائق معرفية وبشرية لدى الموظفين في التعامل مع التكنولوجيا.
- تذبذب شبكات الجيل الرابع وبطء استجابة سيرفرات البنوك يشكل العائق التقني الأكبر الذي يؤدي لفشل العمليات المالية وإطالة وقت انتظار الزبائن مقارنة بالدفع النقدي السريع.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأجهزة وزيادة حجم المبيعات الإجمالي ورفع عدد العمليات اليومية نتيجة استمرار سيطرة ثقافة الكاش على سلوك المستهلك الجزائري.
- وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيا بين توفر الجهاز وتسهيل خطوات السداد وكسب ولاء فئة محددة من الزبائن خاصة الموظفين حاملي البطاقات الذهبية والبنكية.
- يساهم استخدام الجهاز بشكل فعال وممتاز في تحسين الأداء التنظيمي الداخلي للمؤسسة من خلال تسهيل تتبع المبيعات اليومية بدقة وتقليل الأخطاء الحسابية وتخفيف عبء جرد الصناديق.

2. الاقتراحات

- إلزام متعاملي الهاتف النقال بتوفير شرائح تدفق إنترنت مخصصة ومستقرة ومجانية لأجهزة الدفع الإلكتروني لضمان استمرارية الخدمة وعدم انقطاعها أثناء معالجة الصفقات.

- قيام تجمع النقد الآلي والبنوك بتطوير وتحديث سيرفرات الاستجابة المالية لتقليص الوقت المستغرق في الخصم من الرصيد والحد من مشكلة تجميد الأموال أو الخصم المزدوج بالخطأ.
- إقرار حوافز وإعفاءات ضريبية ملموسة وتخفيض نسب الاقتطاع من المعاملات الرقمية لتشجيع التجار على حث الزبائن طوعا لاستخدام الدفع الإلكتروني.
- إطلاق البنوك وبريد الجزائر لحملات تحفيزية للمستهلكين تتضمن مزايا استرداد جزء من النقود أو نقاط ولاء وتخفيضات عند الشراء عبر القنوات الرقمية لتعديل سلوكهم الاستهلاكي.
- تسريع الآليات البنكية الخاصة بمعالجة شكاوى الزبائن والتجار واسترداد الأموال العالقة في حالات فشل الشبكة لبناء جسور الثقة والأمان في المنظومة الرقمية.

3. آفاق الدراسة

- دراسة أثر تبني تطبيقات الدفع عبر الهاتف النقال الرمز الشريطي كبديل و مكمل لأجهزة الدفع الإلكتروني في المؤسسات الناشئة.
- دراسة العوامل النفسية والثقافية المؤثرة على سلوك المستهلك الجزائري وعزوفه عن استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في المعاملات اليومية.
- دراسة دور التحفيزات الجبائية والمالية في تسريع وتيرة التحول الرقمي المالي لدى قطاع تجارة التجزئة في الجزائر.

.دراسة التحديات السيبرانية وآليات حماية بيانات المستهلكين في ظل تعميم أنظمة الدفع الإلكتروني الوطنية

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

01--محمود محمد أبو فروة,خدمات البنكية الالكترونية عب الانترنيت ,الطبعة الأولى ,دار الثقافة ,عمان,2009.

02- حضر مصباح الطيطي,التجارة الالكترونية(من منظور تقني و تجاري و إداري),دار الحامد,عمان,2008.

03--منصور حسن,إدارة العمليات البنكية و النقدية ,طبعة أولى ,دار ابن النفيس لنشر و التوزيع,عمان,2019.

04--مصطفى كمال طه وائل بندق,الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكتروني الحديثة,دار الفكر الجامعي,الإسكندرية,مصر ,2007.

05- الطاهر لطرش ,تقنيات البنوك,ديوان المطبوعات الجامعية ,الطبعة الثانية,الجزائر ,2003.

06--صالح الدين احمد محمد,عامر ,أنظمة الدفع الالكتروني المعاصر غير الإئتماني , الإصدار مائة و أربعة و ستون,دار الوعي الإسلامي ,الكويت, 2018.

07- عطية سالم عطية ,بطاقات الدفع الالكتروني و أهميتها في عصرنا الحديث ,منشورات معهد الدراسات المصريفية'-القاهرة-مصر 1998,.

08- شريف محمد غنام,محفظة النقود الالكترونية, من منظور تقني و تجاري و إداري ,دار الحامد ,عمان,2008.

09- محمد فخري مكي,نظم التشغيل الالكتروني في البنوك ,منشورات معهد الدراسات المصريفية ,القاهرة ,1990.

10-عبد الفتاح بيومي الحجازازي' مقدمة في التجارة الالكترونية العربية ,دار الفكر الجامعي,الإسكندرية ,مصر ,2004.

11-سليمان ناصر ,التقنيات البنكية و عمليات الإئتمان ,ديوان المطبوعات الجامعية,الطبعة الأولى ,الجزائر ,2012.

12- طارق محمد حمزة'النقود الالكترونية كإحدى وسائل الدفع و تنظيمها القانوني و المسائل الناشئة عن استعمالها ,منشورات زين الحقوقية,الطبعة الأولى,بيروت ,لبنان,2011.

المذكرات الجامعية:

01- بن علي أيوب,بن خليفة صهيب شنوف حسام الدين ,بوترعة ساعد,وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر , مذكرة ليسانس ,قسم علوم التجارة,جامعة الوادي,2018/2017.

02- ألعاني ايمان ,البنوك التجارية و تحديات التجارة الالكترونية ,مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ,تخصص بنوك و تأمينات,جامعة منتوري ,قسنطينة ,2007/2006.

03-هداية بوعزة , النظام القانوني للدفع الالكتروني ,دراسة مقارنة دكتوراه في القانون الخاص,كلية الحقوق و العلوم السياسية,جامعة تلمسان,2019.

04--دحو رحمونة ,بوراس صبرينة,دور محطة الدفع الالكتروني في تسهيل التجارة الداخلية في الجزائر,دراسة حالة بنك التنمية المحلية في ولاية غرداية,مذكرة لنيل شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص تكنولوجيا مالية ,جامعة غرداية,2025/2024.

05-جوبي نبيل, صبيحي زكرياء,دور أنظمة الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية-دراسة حالة بنك السلام فرع ورقلة,مذكرة ماستر اكاديمي ,تخصص اقتصاد نقدي و بنكي ,كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ,جامعة قاصدي مرباح ورقلة,الجزائر,2022/2021.

06- zakaria hasan electronic money submittted to the faculty of busniness studies MIS department of the administration(MBA 2015)

المقالات العلمية و المجلات:

01-بوعافية الرشيد,"دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية ",المجلة الجزائرية للاقتصاد و المالية ,المركز الجامعي بتيبازة,العدد02,سبتمبر 2022.

02-نواف عبد الله احمد باتوباره,منافع و التزامات و مخاطر بطاقة الائتمان ,المجلة العربية,للدراسات الأمنية و التدريب ’سنة2008,المجلد 25افريل العدد,13 .

03-بيار ايميل طوبيا,بطاقة الاعتماد و العلاقات التعاقدية المنشئة عنها,دراسة تحليلية مقارنة على ضوء احدث قرارات النقض الصادرة, عن المحكمة الفرنسية,منشورات الحلبي الحقوقية,بيروت-لبنان-,2000.

المداخلات و المؤتمرات:

1- حسين شحاذة الحسين,العمليات المصريفية,الالكترونية,الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق -جامعة بيروت العربية-,2002.

المواقع الالكترونية:

01-موقع القرض الشعبي الجزائري "منصة الدفع الالكتروني " تاريخ الاطلاع 2026/05/17

.https//www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/e-paiement

الملاحق

الملحق رقم(01):

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يشرفني ان نتقدم الى سيادتكم المحترمة بهذا الاستبيان والذي يدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس أكاديمي، تخصص إقتصاد نقدي ومالي تحت عنوان **"الدور النهائي للدفع الإلكتروني TPE في تعزيز المبيعات لدى المؤسسات التجارية الصغيرة ".** ونعلمكم ان الإجابات المقدمة من طرفكم تحظى بالأهمية البالغة لدينا وبالسرية التامة ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمية، تقبلوا مني فائق الشكر والاحترام على مساهمتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة وبصراحة تامة.

استمارة استبيان عن جهاز ال TPE

الجزء الأول : البيانات الشخصية :

1/الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2/العمر : أقل من 30 سنة ☐ من 30إلى 40 سنة ☐ من 40 إلى 50سنة ☐ من 50إلى 60سنة ☐

3/المستوى التعليمي : إبتدائي وأقل ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

4/المستوى الوظيفي : عون تنفيذ ☐ عون تحكم☐ إطار ☐ إطار سامي ☐

5/سنوات الأقدمية : أقل من 10 سنوات ☐ من 10 إلى 20 سنة ☐ من 20إلى 30سنة ☐ أكثر من 30 سنة ☐

الجزء الثاني :محاور الإستبيان :

المحور الأول :وسائل الدفع الإلكترونية					
العبارات	**غير موافق بشدة**	**غير موافق**	**محايد**	**موافق**	**موافق بشدة**
البعد الأول :مستوى اعتماد الدفع الإلكتروني					
1/ تعتمد المؤسسة على جهاز TPE في عمليات البيع اليومية.					
2/ توفر المؤسسة خيار الدفع الإلكتروني لجميع الزبائن.					
3/ نسبة كبيرة من معاملات المؤسسة تتم عبر TPE.					
4/ تسعى المؤسسة إلى تشجيع الزبائن على استخدام الدفع الإلكتروني.					
البعد الثاني : سهولة استخدام جهاز TPE					
5/جهاز TPE سهل الإستخدام من طرف الموظفين.					
6/ لا يتطلب استخدام TPE وقتًا طويلاً لإتمام عملية الدفع.					
7/ يساهم TPE في تسريع عملية البيع مقارنة بالدفع النقدي.					
8/ا لأعطال التقنية في جهاز TPE قليلة ونادرة.					
البعد الثالث: الثقة والأمان في الدفع الإلكتروني					
9/ تعتبر المؤسسة أن الدفع عبر TPE آمن.					
10/ يثق الزبائن في استخدام TPE داخل المؤسسة.					
11/ يقلل استخدام TPE من مخاطر السرقة وضد مخاطر الأوراق النقدية المزورة.					
12/ يوفر إستخدام TPEحماية كافية لبيانات الزبائن أثناء الدفع.					
المحور الثاني :دور جهاز ال TPE في تعزيز المبيعات					
العبارات	**غير موافق بشدة**	**غير موافق**	**محايد**	**موافق**	**موافق بشدة**
البعد الأول :زيادة حجم المبيعات					

1/ساهم استخدام TPE في كسب ولاء الزبائن الذين لا يفضلون حمل سيولة.					
2/أدى توفير الدفع الإلكتروني إلى رفع حجم المبيعات.					
3/يفضل الزبائن الشراء أكثر عند توفر الدفع عبر TPE					
4/استخدام TPE يساعد في جذب زبائن جدد.					
البعد الثاني :جودة خدمة الزبائن					
5/يشعر الزبائن بالراحة عند استخدام الدفع الإلكتروني .					
6/ يقلل TPE من وقت انتظار الزبائن عند الدفع.					
7/تساهم دقة العمليات المالية عبر الجهاز قي تعزيز ثقة الزبون في المؤسسة .					
8/ يساهم توفر الدفع الإلكتروني في تحسين صورة المؤسسة واعطاء صورة احترافية لها.					
البعد الثالث : تحسين الأداء المالي والتنظيمي					
9/ يساعد TPE في تنظيم العمليات المالية داخل المؤسسة.					
10/ يقلل من الأخطاء المرتبطة بالدفع النقدي					
11/ يسهل تتبع المبيعات اليومية بدقة.					
12/ يساهم في تحسين إدارة الإيرادات وزيادتها.					

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique Et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère De L'Enseignement Supérieur Et De la recherche Scientifique

جامعة غرداية

Université de Ghardaia

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير	*Faculté des sciences Economiques, Commerciales et sciences de Gestion*
قسم العلوم الاقتصادية	*Département Sciences économiques*

غرداية يوم: 14 / 06 / 2025

شهادة تصحيح مذكرة

يشهد الأستاذ (ة) : صلاح الدين نعاس ..... بصفته عضو لجنة مناقشة (الصفة في الجنة) مشرفا .....

بأن الطالب:(ة):

الإسم واللقب (طالب 01): محمد رجاب ..... رقم التسجيل: 39486201

الإسم واللقب (طالب 02): نعوماجر ..... رقم التسجيل: 39541910

المستوى الدراسي : الثالثة ليسانس ..... التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تاريخ المناقشة: 2026/06/01

عنوان المذكرة: الدور الضائع للدفع الإلكتروني TPE في تعزيز الميزانة لدى المؤسسات التجارية الصغيرة

يشهد بأن أن الطالب (الطلبة): المذكورين أعلاه قد إلتزم (ا) : بجميع الملاحظات وقام (ا) برفع التحفظات المقدمة له (ها) من طرف لجنة المناقشة وأن المذكرة قابلة للإبداع النهائي على هذا النحو.

إمضاء الأستاذ المكلف(ة): بمتابعة التصحيح

إمضاء

نعاس صلاح الدين

جامعة غرداية
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية و علوم التسيير
رئيس القسم
قسم العلوم الإقتصادية

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير، الملحق الجامعي رقم 01، جامعة غرداية، المنطقة العقيبة، 47000، الجزائر
الهاتف/الفاكس: 21 81 25 29 (0) 213+ / 03 81 25 29 (0) 213+ الموقع الالكتروني للكلية: http://www.univ-ghardaia.dz/
البريد الالكتروني: fsecg@univ-ghardaia.dz بريد قسم العلوم الاقتصادية: [illegible]

Scanné avec CamScanner

Scanné avec CamScanner