



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الفرع: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:

دور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية
دراسة حالة عينة من السياح المحليين

المشرف	اعداد الطلبة	
وليد لطيف	نهاد بن زبوشي	1
	سعيدة برياش	2

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	وليد لطيف
ممتحنا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	

السنة الجامعية 2024/2023



شكر و عرفان

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة
والنافعة نعمة العلم والبصيرة.

اما بعد يشرفنا ان نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان الى الاستاد
المشرف "وليد لطيف" على تفضله بالإشراف على هذه
المذكرة وكل المجهودات التي بذلها.

كما لا ننسى في هذا المقام تقديم الشكر لكل من الاستاد "معاذ
ميمون" والاستاد "زيد جابر" حيث ساهم كل منهما ايضا في
بناء جزء هام من هذا العمل، ولم يخلوا علينا بالتوجيهات
والنصائح الى اخر لحظة.

كما نتقدم بالشكر الى كل أساتذة قسم العلوم الاقتصادية، والى
كل من قدم لنا يد العون لإتمام هذا العمل.

إهداء

اولا لك الحمد ربي على
كثير فضلك وجميل عطائك
الى كل افراد عائلتي ككل
وأخص بالذكر والدي
الكريمين أطال الله في
عمرهما

الى اخوتي وأخواتي
الى من شاركتني هذا العمل
نهاد

الى كل صديقاتي وكل من
ساهم في اتمام بحثي من
قريب او بعيد

سعيدة



إهداء

أول شكر واخره لله العلي القدير الذي منحني
الصحة والعافية لإنجاز هذا العمل ووفقنا
تمامه اهدي ثمرة عملي الى من قال فيها الله
"واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل
رب ارحمهما كما ربياني صغيرا "

الى من سهرت الليالي وافنت عمرها من اجل
تربيتي الى من انتظرت نجاحي بفارغ
الصبر...امي

الى من لم يبخل علي بشيء الذي لا تعوضه
كنوز الدنيا...ابي

الى صديقتي ورفيقة دربي...سعيدة
الى كل الاحبة والاصدقاء.



نهاد



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	بسملة
	شكر وعرفان
	إهداء
I	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VIII	قائمة الملاحق
X	ملخص
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الاطار النظري لسياحة	
1	تمهيد:
2	المبحث الأول: ماهية السياحة
2	المطلب الأول: مفهوم السياحة وتطورها
6	المطلب الثاني: أهمية السياحة وخصائصها
9	المطلب الثالث: أنواع السياحة
17	المبحث الثاني: السياحة والتنمية الاقتصادية
17	المطلب الأول: ماهية التنمية الاقتصادية
17	المطلب الثاني: السياحة والتنمية الاقتصادية
18	المطلب الثالث: استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر
20	المبحث الثالث: واقع السياحة بالجزائر
20	المطلب الأول: لمحة تاريخية عن السياحة بالجزائر
21	المطلب الثاني: أنواع السياحة بالجزائر
22	المطلب الثالث: معوقات السياحة بالجزائر
25	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الاطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني	
27	تمهيد
28	المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

فهرس المحتويات

28	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الالكتروني
30	المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الالكتروني
31	المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الالكتروني
33	المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكتروني
33	المطلب الأول: النقود والمحافظ الالكترونية
36	المطلب الثاني: البطاقات الالكترونية
39	المطلب الثالث: الاوراق التجارية الالكترونية
45	المبحث الثالث: مخاطر وسائل الدفع الالكتروني
45	المطلب الأول: ماهية المخاطر
45	المطلب الثاني: المخاطر الناتجة عن استعمال وسائل الدفع الالكتروني
46	المطلب الثالث: إدارة مخاطر وسائل الدفع الالكتروني
51	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية	
53	تمهيد
54	المبحث الأول: واقع وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر
54	المطلب الأول: عصرنه وتحديث نظام الدفع الالكتروني في الجزائر
55	المطلب الثاني: مراحل تطبيق الدفع الالكتروني في الجزائر
57	المطلب الثالث: بطاقات السحب و الدفع في الجزائر وتطورها
61	المبحث الثاني: المنهجية المتبعة في الدراسة
61	المطلب الأول: مجتمع الدراسة وعينتها
61	المطلب الثاني: أداة الدراسة
62	المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة
64	المبحث الثالث: عرض نتائج الاستبيان وتحليله
64	المطلب الأول: اختبار الثبات وصدق الانسان الداخلي
68	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة
76	المطلب الثالث: اختبار وتحليل الفرضيات
82	خلاصة الفصل
84	خاتمة
87	قائمة المراجع
94	الملاحق

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تقسيمات انواع السياحة	15
02	تطور عدد اجهزة الصراف الالي	59
03	تطور نشاط الدفع TPE الدفع الالكتروني	60
04	توزيع عينة الدراسة	61
05	درجات مقياس ليكارت الخماسي	62
06	نتائج المعامل الفاكرونباخ	64
07	نتائج معامل الفاكرونباخ على المحور الاول	64
08	نتائج معامل الفاكرونباخ على المحور الثاني	65
09	الاتساق الداخلي لفقرات المحور الاول	65
10	الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني	67
11	توزيع افراد العينة حسب الجنس	68
12	توزيع افراد العينة حسب الفئة	68
13	توزيع افراد العينة حسب الدرجة العلمية	69
14	توزيع افراد العينة حسب الوظيفة	69
15	توزيع افراد العينة حسب الدخل الشهري	70
16	توزيع افراد العينة حسب مدة التعامل	70
17	مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاه العام للعبارات	71
18	النتائج الاحصائية لفقرات البعد الاول من المحور الاول	72
19	النتائج الاحصائية لفقرات البعد الثاني من المحور الاول	73
20	النتائج الاحصائية لفقرات البعد الثالث من المحور الاول	74
21	النتائج الاحصائية لفقرات المحور الثاني	75
22	نتائج الارتباط بين بعد الدفع عبر الانترنت وتنشيط السياحة الداخلية	76
23	اختبار صلاحية وجودة الفرضية الاولى	77
24	نتائج الارتباط بين بعد الدفع عبر الهاتف النقال وتنشيط السياحة الداخلية	78
25	اختبار صلاحية وجودة الفرضية الثانية	78
26	نتائج الارتباط بين بعد الدفع عبر البطاقات الإلكترونية وتنشيط السياحة الداخلية	79

قائمة الجداول

27	اختبار صلاحية وجودة الفرضية الثالثة	79
28	نتائج الارتباط بين وسائل الدفع الإلكترونية وتنشيط السياحة الداخلية	80
29	اختبار صلاحية وجودة الفرضية الرئيسية	81

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	متغيرات الدراسة	VI
02	تطور عدد أجهزة الصراف الآلي	59

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الاستبيان	94
02	قائمة بأسماء الأساتذة محكمي الاستبيان	99



هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الدفع الالكتروني (الدفع عبر الانترنت، الدفع عبر الهاتف النقال، الدفع عبر البطاقات الالكترونية) في تنشيط السياحة الداخلية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اعداد المنهج الوصفي، وقد تم الاعتماد على الاستبيان لجمع المعلومات الاولى من عينة الدراسة المكونة من 46 سائح محلي، و على ضوء ذلك جمعت البيانات و تم تحليلها المعلومات الأولية واختبار الفرضيات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

توصلت الدراسة إلى نتيجة انه يوجد أثر ذو دلالة احصائية لوسائل الدفع الالكتروني بأبعادها (الدفع عبر الانترنت، الدفع عبر الهاتف النقال، الدفع عبر البطاقات الالكترونية)على تنشيط الساحة الداخلية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الالكتروني، السياحة الداخلية، تنشيط السياحة، البطاقات الالكترونية.

Abstact:

This study aimed to know the role of electronic payment methods (online payment, mobile payment, payment via electronic cards) in stimulating domestic tourism. To achieve the objectives of the study, a questionnaire was prepared to collect primary information from the study sample consisting of 46 local tourists, and in light of The data was collected, the primary information was analyzed, and the hypotheses were tested using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program, using several statistical methods, including simple regression analysis.

The study reached many results after analyzing its data, the most important of which is the existence of a significant impact of electronic payment methods in their dimensions (online payment, mobile payment, payment via electronic cards) on stimulating domestic tourism at the significance level $(0.05 \geq \alpha)$.

Keywords: electronic payment methods, domestic tourism, tourism stimulation, electronic cards.

مقدمة

مقدمة عامة

في ظل التطور التكنولوجي السريع الذي يشهده العالم في مختلف المجالات، أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني أحد الركائز الأساسية التي تعزز من فعالية الأنشطة الاقتصادية وتجارية، وفي الجزائر كغيرها من الدول، تسعى الحكومة إلى تحقيق التحول الرقمي وتعزيز استخدام التكنولوجيا الحديثة لتطوير القطاعات المختلفة، بما في ذلك قطاع السياحة.

يعد قطاع السياحة الداخلية من القطاعات الواعدة التي يمكن أن تسهم بشكل كبير في دعم الاقتصاد الوطني وتنويعه. ومع ظهور وتطور وسائل الدفع الإلكتروني بات من الضروري دراسة تأثير هذه الوسائل على تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر.

حيث اتاح الدفع الإلكتروني للسائحين المحليين سهولة الوصول إلى الخدمات السياحية المختلفة مثل حجوزات الفنادق، تذاكر النقل والدفع في المواقع السياحية، مما يساهم في تحسين تجربتهم وزيادة الإقبال على الوجهات السياحية الوطنية.

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني من العوامل الأساسية في تعزيز و تنشيط السياحة الداخلية. في عصر التكنولوجيا المتقدمة، أصبحت هذه الوسائل تسهل العمليات المالية للسياح المحليين، مما يزيد من رغبتهم في استكشاف أماكن جديدة داخل بلادهم. توفر وسائل الدفع الإلكتروني الأمان والراحة في المعاملات، و تسهم في تحسين تجربة السائح من خلال تقليل الاعتماد على النقد و توفير خيارات دفع متعددة. بالإضافة إلى ذلك تساعد هذه الوسائل في دعم الاقتصاد المحلي عبر زيادة الانفاق السياحي وتشجيع الخدمات السياحية على التكيف مع التقنيات الحديثة، مما يؤدي إلى تنمية مستدامة للقطاع السياحي الداخلي.

أولاً: إشكالية الدراسة

من خلال الطرح السابق، وبالنظر إلى الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الدفع الإلكترونية إذا تم تسييرها بعناية في تنشيط السياحة الداخلية، تُطرح إشكالية هذه الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

" ما هو دور وسائل الدفع الإلكتروني في تنشيط السياحة الداخلية ؟

وهذا التساؤل يقود بدوره إلى طرح جملة من التساؤلات الفرعية التي مفادها:

- ✓ هل توجد علاقة بين الدفع عبر الانترنت ونشاط السياحة الداخلية؟
- ✓ هل توجد علاقة بين البطاقات الإلكترونية وتحسين نشاط السياحة الداخلية ؟
- ✓ هل توجد علاقة بين الدفع عبر الهاتف النقال وتنشيط السياحة الداخلية ؟

ثانياً: فرضيات الدراسة.

للإجابة على إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية المندرجة ضمنها، يمكن صياغة الفرضية الرئيسية التالية:
لا يوجد دور لوسائل الدفع الإلكتروني في تنشيط السياحة الداخلية.
من خلال هذه الفرضية يمكن استخلاص مجموعة الفرضيات التالية:

مقدمة عامة

- ✓ **الفرضية الأولى:** لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية ≥ 0.05 بين الدفع عبر الانترنت وتنشيط السياحة الداخلية؛
- ✓ **الفرضية الثانية:** لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية ≥ 0.05 بين الدفع عبر الهاتف النقال وتنشيط السياحة الداخلية؛
- ✓ **الفرضية الثالثة:** لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية ≥ 0.05 بين الدفع عبر البطاقات الالكترونية وتنشيط السياحة الداخلية.

ثالثا: أهمية الدراسة

لموضوع دور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية اهمية بالغة بحيث تعتبر من المواضيع الحديثة التي ساعدت مختلف فئات المجتمع في تسهيل مختلف معاملاتهم اذ يعد من بين المواضيع المهمة التي تحتاج لتفصيل وبحث في ظل المتغيرات الحاصلة اليوم. خاصة وانه بفضل وسائل الدفع الالكترونية يمكن السياح الوصول الى مختلف المناطق، والتحرك بكل اريحية وامان.

رابعا: أهداف الدراسة.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية ودراسة العلاقة بين المتغيرين عن طريق تحديد آليات وسائل الدفع الالكتروني لزيادة السياحة الداخلية من خلال:

- ✓ التعرف على الخدمات المالية الرقمية التي تقدمها وسائل الدفع الالكتروني بشكل عام؛
- ✓ التعرف على طبيعة العلاقة التي تربط وسائل الدفع الالكتروني بتنشيط السياحة، فضلا عن إيجاد طرق الدفع الالكتروني لغرض زيادة مداخل السياحة الداخلية؛
- ✓ تشخيص واقع تطبيق وسائل الدفع الالكتروني ومدى مساهمتها في تنشيط السياحة الداخلية ؛
- ✓ إبراز أهم وسائل وأنظمة الدفع الالكتروني الحديثة ودورها في تطوير السياحة الداخلية.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

تمثلت أسبابنا في اختيار الموضوع في ما يلي:

- ✓ الميول الشخصي للبحث في مجال الاقتصاد الرقمي خصوصا منها وسائل الدفع الالكترونية؛
- ✓ قلة الدراسات السابقة والتي تناولت موضوع وسائل الدفع الالكتروني كآلية لتنشيط السياحة خصوصا على المستوى الداخلي؛
- ✓ الرغبة في إثراء موضوع وسائل الدفع الالكترونية والتعرف على معلومات جديدة من خلال الخوض في تجربة الدراسات التطبيقية؛

سادسا: منهج الدراسة

مقدمة عامة

من أجل إثراء الموضوع والتعرض لجميع جوانبه تم استخدام المنهج الوصفي، من خلال الأسلوب المسحي، وقد تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات المتعلقة بالعينة الخاضعة للدراسة، ومعالجتها باستخدام برنامج SPSS.

سابعاً: حدود الدراسة

من أجل التحكم في إطار البحث النظري والتحكم في انجاز الجزء التطبيقي للدراسة، والاقتراب من الموضوع والوصول إلى نتائج منطقية، تم رسم حدود للدراسة تريد من تحديد التحكم المنهجي في الموضوع، وهي مبينة فيما يلي:

1. **الحدود الموضوعية:** انحصرت الحدود الموضوعية للدراسة على متغيرين أساسيين يتمحوران حول وسائل الدفع الإلكتروني والدور الذي تلعبه في تنشيط السياحة الداخلية.

2. **الحدود المكانية:** تم اختيار اساتذة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة كعينة من السياح المحليين.

3. **الحدود الزمنية:** امتدت فترة الدراسة من شهر فيفري 2024 إلى شهر أبريل 2024.

ثامناً: الدراسات السابقة

1_دراسة رابح شليق، سنة 2021 مجلة ادارة الاعمال و الدراسات الاقتصادية، جامعة الجلفة (الجزائر)، بعنوان وسائل الدفع الالكترونية كألية للحد من ازمة السيولة الراهنة في الجزائر و تهدف هذه الدراسة الى تبين اهمية استخدام وسائل الدفع الالكترونية في الاقتصاد الوطني وابرار دورها في معالجة ازمة السيولة في الجزائر، وذلك من خلال تسليط الضوء على اهم المفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع الالكترونية والوقوف على واقع توسعها في الجزائر وتشخيص اهم الاسباب التي ادت الى ظهور ازمة السيولة.

2_دراسة مرزوقي حورية وحيدة عائشة مباركة، سنة 2019، مذكرة ماستر اكايمي، جامعة احمد دارية ادرار، بعنوان وسائل الدفع الالكترونية و دورها في رفع ايرادات البنوك التجارية و تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور وسائل الدفع الالكترونية في الرفع من ايرادات البنوك التجارية، من خلال دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية لوكالة ادرار، و توصلت هذه الدراسة الى ان وسائل الدفع الالكترونية حققت مزايا لم تحققها وسائل الدفع التقليدية في رفع ايرادات البنك عن طريق تقليل التكاليف و الوقت.

3_دراسة عميش سميرة، سنة 2015، اطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس سطيف1، بعنوان دور استراتيجية الترويج في تكييف و تحصيل الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، و تهدف هذه الدراسة الى تحديد عوامل الجذب السياحي الجزائري و ربط العلاقة بين الموارد السياحية فيها مع الحاجة الى تنميتها لتحقيق الاهداف السياحية المختلفة، و معرفة مدى ملائمة العرض السياحي مع الحركة السياحية في الجزائر في الفترة الزمنية محل الدراسة، و قد تم التوصل

مقدمة عامة

من خلال هذا البحث الى انه بالرغم من نقص الامكانيات السياحية في الجزائر الا انه يمكن القول ان هناك امكانية لنمو الطلب السياحي الجزائري سواء داخليا او خارجيا.

4_ دراسة خلوط عواطف، سنة 2012، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، بعنوان السياحة و التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و تهدف هذه الدراسة الى التعرف على الاثار التنموية للسياحة، بالإضافة الى التطرق لبرنامج و افاق التنمية السياحية بالجزائر.

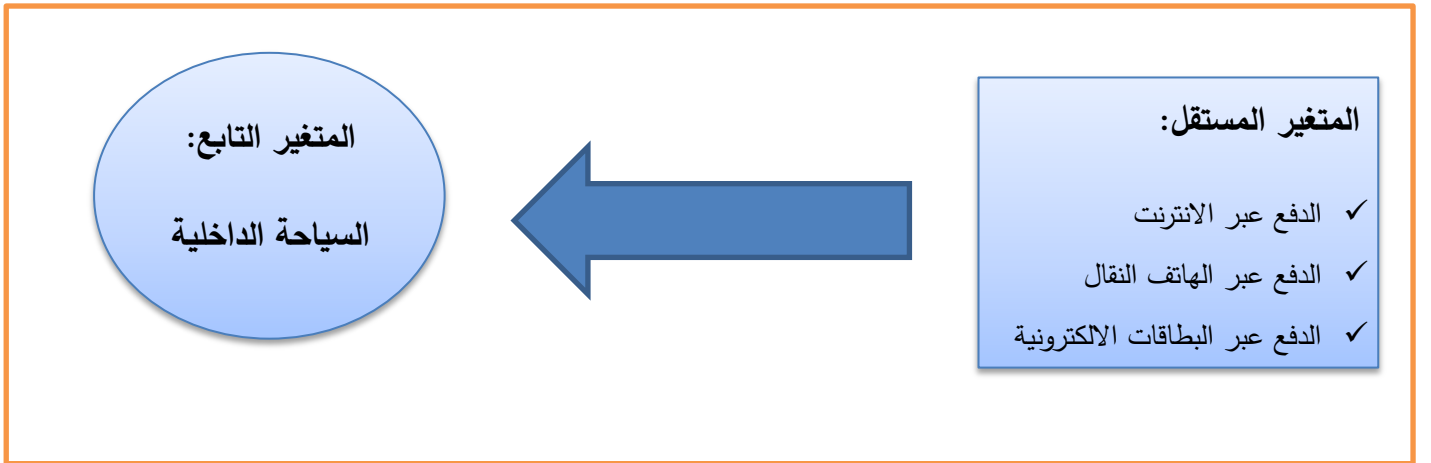
تاسعا: متغيرات الدراسة

وفقا للفرضيات السابقة اشتمل البحث على نوعين من المتغيرات :

متغير مستقل: وسائل الدفع الالكتروني.

متغير تابع: السياحة الداخلية.

الشكل رقم 01 : متغيرات الدراسة



عاشرا: صعوبات الدراسة

خلال دراسة موضوعنا واجهتنا العديد من الصعوبات التي نوجزها فيما يلي:

- ✓ عدم توفر إحصائيات واضحة و دقيقة حول تغير و تطور عدد و حجم كل من وسائل الدفع الالكترونية والسياحة الداخلية في الجزائر؛
- ✓ قلة الإحصاءات في ما يخص تطبيق الدفع الالكتروني في المجال السياحي؛
- ✓ صعوبة وجود مصادر كافية للدراسة العلمية؛

مقدمة عامة

✓ ضيق الوقت جراء تغيير دراسة حالة في اخر اسبوع.

هيكل الدراسة:

لمعالجة الاشكالية المطروحة قمنا بتقسيم هذا البحث الى ثلاث فصول، تطرقنا في الفصل الاول الى الاطار النظري للسياحة و يتضمن 3 مباحث، فالمبحث الاول يتحدث عن السياحة من مفاهيم ونشأة، تطور واهمية و انواع السياحة، وتطرقنا في المبحث الثاني الى كل من عناصر، ماهية التنمية الاقتصادية، السياحة و التنمية الاقتصادية واستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، اما المبحث الثالث فيناقش واقع السياحة في الجزائر ومعوقات ومقومات السياحة في الجزائر أنواعها.

وفي الفصل الثاني الاطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني تطرقنا الى 3 مباحث، فالمبحث الاول يتحدث عن المفاهيم والخصائص و أهمية وسائل الدفع الالكترونية، اما المبحث الثاني يناقش أنواع وسائل الدفع الالكتروني من النقود والمحافظ الالكترونية والبطاقات الالكترونية والأوراق التجارية الالكترونية، وبالنسبة للمبحث الثالث فتم ذكر مخاطر وسائل الدفع الالكترونية.

و في الفصل الثالث كجانب تطبيقي اتخذنا المبحث الاول لعرض واقع وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، والمبحث الثاني لعرض المنهجية المتبعة في الدراسة، اما المبحث الثالث تحت عنوان عرض نتائج الاستبيان وتحليله لمعالجة الاشكالية و التحقق من الفرضيات.

الفصل الأول:

الإطار النظري للسياحة

تمهيد:

إن السياحة كنشاط متعدد المداخل الأبعاد، ينمو ويتطور باستمرار لدى معظم اقتصاديات الدول المتقدمة، لكنها بالنسبة للدول النامية، ومن ضمنها الجزائر، مازالت تعاني وتواجه الكثير من المعوقات المتنوعة وفي مختلف الاتجاهات، كالمعوقات على الصعيد المالي، والمعوقات على الصعيد السياسي وغيرها، بالرغم من أن القطاع السياحي قد يكون أحد أهم القطاعات والنشاطات الاقتصادية في هذه الدول النامية.

لذلك فالسبيل الوحيد لإنعاش هذا القطاع في الجزائر، هو تسليط الضوء على السياحة الجزائرية بكل حيثياتها، ودراساتها وتحليلها من مختلف جوانبها سعيا للوقوف بها في مصاف الدول المتقدمة، وكذا تنشيطها بمختلف الطرق الممكنة.

وخاصة وأن الجزائر تزخر بمقومات سياحية متميزة من الجوانب الطبيعية والتاريخية والحضارية، والتي ساهمت في إثراء الأنواع السياحية فيها، وبالتالي قد تستهدف قطاعات سوقية عديدة ومتباينة من مختلف دول العالم. وسنتطرق في هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: ماهية السياحة وتطورها.

المبحث الثاني: السياحة والتنمية الاقتصادية.

المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر.

المبحث الاول : ماهية السياحة وتطورها

تعد السياحة في مختلف دول المعمورة ظاهرة اقتصادية عالمية هامة. أثبت نجاحا كبيرا عندما استفادت من قنوات الاتصال المتنوعة، واعتمدت على الموارد الطبيعية والبشرية، إلى جانب معطيات أخرى بيئية، وهو ما جعل الدول المتقدمة تبحث عن أسواق جديدة، وتنافس لكي تقدم برامج وخدمات ومنتجات سياحية ذات نوعية راقية وقدرة كبيرة على جذب السياح لضمان استمرارية المد السياحي، الذي يقوم بيه طيلة السنة والذي يكون عن طريق تبني اتصال فاعل وقادر على تصريف هذه المنتجات، وتكرار عملية بيعها بالاعتماد على رسائل ترويجية وإشهارية هادفة ضمن استراتيجية تسويقية متطورة، تسعى للوقوف في وجه المنافسة المتزايدة في السوق العالمية للسياحية.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة وتطور السياحة.

ان السياحة نشأت منذ العصور القديمة حيث كان الناس يسافرون لأغراض دينية و تجارية. وسنتطرق في هذا المطلب الى العناصر الاتية:

أولا/ مفهوم السياحة:

1_ المفهوم اللغوي:

يأخذ المفهوم اللغوي للفظ السياحة Tourisme من لفظ Tour والذي يعني باللغة الإنجليزية: رحلة يقوم بها الشخص ويعود إلى النقطة نفسها التي بدأ منها، أي رحلة دائرية تم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل المتعة والاستجمام أو التعليم وخاصة خلال العطلات، وفي اللغة العربية تعني السياحة التنقل من بلد لآخر طلباً للترفيه أو الاستطلاع والكشف عن مناطق طبيعية أو حضارية¹.

2_ المفهوم الاصطلاحي:

السياحة من حيث هي ظاهرة تعني عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة، فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم (سياحة داخلية محلية)، أو إلى بلدان أخرى سياحة خارجية (دولية). ولا شك ان المدة التي يستغرقها هذا الانتقال تختلف من سائح لآخر وهذا يتوقف على عوامل عديدة منها:

_ الامكانيات المادية للسائح وقدرته على تحمل أعباء الإنفاق في أثناء الرحلة..

_ قوانين النقد وتقلبات أسعار الصرف للعمالات

_ مدى تأثير المغريات السياحية في البلد المضيف طبيعية وغير طبيعية.

_ تكاليف الرحلة السياحية.

_ وقت الفراغ الإجازات المدفوعة.

_ الدافعية والرغبة في السفر.

¹ د. أحمد علي مصطفى حجازي، السياحة وملامح التغيير بالقرية المصرية (دراسة حالة ميدانية بقرية تونس- محافظة الغيوم)، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد (32)، يونيو 2023، ص ص 98، 99.

² نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ص26.

_ مدى قوة نجاح الإعلان والترويج..

_ الأمن والسلام.

كما عرفت المنظمة العامة لسياحة : السياحة تشمل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ويقضون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى وتتألف البيئة المعتادة، للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافاً إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة متكررة¹.

أما التعريف الشامل للسياحة هي عبارة عن تجوال الإنسان من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان آخر، وهذا يعتبر سياحة عالمية، أو الانتقال في البلد نفسه، أي سياحة داخلية لمدة يجب أن لا تقل عن 24 ساعة، قد تكون لأغراض ثقافية أو دينية أو رياضية أو اجتماعية أو أعمال...الخ².

ثانياً/ نشأة وتطور السياحة:

لقد مرت السياحة بمراحل كثيرة من التطور في هذا العالم منذ أن كانت ظاهرة إنسانية فطرية بدائية حتى أصبحت الآن علماً نظرياً وفناً تطبيقياً ونشاطاً اجتماعياً له أسسه وقواعده وأصوله، وهي صناعة مركبة من الصناعات الحديثة التي امتدت آثارها إلى العديد من الأنشطة والقطاعات الاقتصادية الأخرى لذلك كان لزاماً علينا أن نستعرض فيما يلي أهم هذه المراحل التاريخية لتطور السياحة العالمية عامة حيث قسمت إلى مرحلتين رئيسيتين تسهيلاً للبحث والدراسة لكي يمكن التعرف على أهم السمات التي تميز كل مرحلة من هذه المراحل كما يلي:

1_ المرحلة الاولى:

انه من الصعب الالمام بتاريخ السياحة في كافة العصور القديمة ولكننا ستحاول قدر المستطاع بتوضيح بعض الحقائق والامور بصورة مختصرة. إن غريزة التنقل والترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الانسان منذ نشأته الأولى سعياً الى الظروف المعيشية ومن أجل حياة أفضل. فلم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر للإنسان احتياجاته الضرورية فكان عليه أن يسعى الى توفيرها بنفسه ولم تكن هناك قوانين وأعراف تحد أو تحكم تصرفاته والتزاماته سوى قوانين الطبيعة نفسها.

طبعاً لم تكن هناك وسائل نقل سريعة ومنظمة تستطيع أن توفر له التنقل المريح والمأمون وكانت وسيلة الحصول على الخدمات هي عن طريق المقايضة أو المبادلة أو أن الإنسان كان يحصل على خدماته بنفسه. ولم يكن عنصر الوقت ذو أهمية كبيرة للإنسان ولم تكن هناك طرق مأمونة معيدة.

حدثتنا الكتب والروايات القديمة عن أسفار ورحلات كثيرة وممكن اعتبارها على انها أوليات السياحة فهي من غير شك ليست السياحة بالمعنى التي نعرفها به الآن، لأن لفظ السياحة لم يعرف إلا في القواميس والمعاجم أما أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تتركز على ما يلي:

¹ - أ- وشاش فواد، د- سماعيني نسبية، مساهمة السياحة في تفعيل ابعاد التنمية المستدامة، مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، الطبعة الاولى، العدد 4 جوان 2019، ص 58.

² - أحمد محمود، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2009، ص 24.

_ تحقيق فائدة: كانت عبارة عن خلق علاقات متبادلة بين القبائل والدويلات المختلفة والتي تكون أحيانا متجاورة وقد تكون بعيدة. وكان هذا التفاعل له تأثير عميق¹.

في مصير الأقاليم المتجاورة من حيث التجارة والحرب وكذلك كان حافز الكسب كبير للتجار إلى القيام برحلات بعيدة بحثا عن السلاح النادرة.

وقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط وتعرف اليوم باسم " مرسيليا "، حيث كانت تجارتهم بالتعامل مع الشعوب المتجاورة، أما الفينيقيون وهم شعب من التجار كانوا يرحلون في كل الاتجاهات، وثمة رحلات كان يقوم بها أهل قریش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم وبلاد الشام واليمن كما ورد ذكرها في القرآن الكريم "إيلاف قریش إيلافهم رحلة الشتاء والصيف"، والكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات مثل رحلة سيدنا موسى وقصة خروجه من مصر بعد اضطهاد فرعون له..... الخ.

لقد وصل العرب الى الصين حيث جلبوا منها سلعا ممتازة ذات قيمة مرتفعة. وكذلك أحضروا سلعا من مصر وإيطاليا.... الخ.

_ حب الاستطلاع: أدى هذا الدافع لدى الناس بمعرفة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى إلى القيام برحلات طويلة لغرض التعرف على عادات وطرق معيشة الناس وتعتبر روايات السواح الأوائل مثل المؤرخ الإغريقي هيرودوت مثالا على ذلك وأحيانا البرهان الوحيد المتوفر عن قيام دويلات ومدن عظيمة اختفت حاليا. لأن طبيعة الإنسان هو حب المعرفة والفضول الى معرفته عادات وتقاليد الشعوب الأخرى.

_ الدافع الديني: دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة فان الصينيين من اتباع " بوذا " كانوا يقطعون آلاف الكيلومترات غير مناطق صحراوية لغرض زيارة الآلهة. ومنذ ما يزيد عن 2000 سنة أي في عام 776 ق. م إلى 393 ميلادية كان اليونانيون يرحلون في جميع أنحاء البلاد إلى " أولمبيا " للاشتراك في الألعاب الأولمبية أو لمشاهدتها، ولم يقتصر ذلك على اليونانيون فحسب بل جذبت الألعاب الأولمبية العديد من الشعوب التي كانت تخضع للإمبراطورية اليونانية آنذاك. وكان هذا بداية لما نطلق عليه اليوم السياحة الدينية والسياحة الرياضية. وكذلك الرحلات التي يقوم بها المسلمون سنويا الى مكة المكرمة لغرض الحج يأتون اليها من جميع أنحاء العالم وتعتبر هذه الرحلات النواه الأولى للسياحة الدينية.

عرف اليونانيون كما عرف الرومانيون المزايا العلاجية لبعض عيون المياه المعدنية والكبريتية التي كانوا يقصدونها لأغراض العلاج، حيث كانوا يقومون برحلات من أجل الصحة الى المدن التي تقع بها المياه المعدنية وكذلك للهو والتسلية وهو ما نطلق عليه اليوم السياحة العلاجية أو السياحة الصحية.

في عصر الامبراطورية الرومانية عدة عوامل شجعت على السفر منها توفر الطرق الجيدة والامن وسهولة السفر، كل هذه العوامل شجعت المواطنين على السفر والاستمتاع بالهدوء والجمال وكان الرومان أول مارس

¹ _ د. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، books.google.dz، ص14

السفر لغرض التمتع. والعرب مارسوا بما نطلق عليه الآن السياحة الدينية فقد كان العرب في العصر الجاهلي يزورون مكة لغرض العبادة والتجارة¹.

2_ المرحلة الثانية:

زاد فيها انتقال البشر لاختراع القطار والسيارة وتطور سعة وسرعة هذه المركبات وتطور وسائل النقل البحري إلى السفن الكبيرة العملاقة وبدء تنظيم عمليات انتقال البشر.

بدأ قيام بعض الأفراد باستثمار واستغلال ظواهر انتقال البشر التي زادت بتنظيم رحلات جماعية لهم. وكان أول من برز في هذه المضمار (توماس كوك الإنجليزي)، وقد نظم رحلات جماعية بالقطار داخل إنجلترا والدول الأوروبية ونظم رحلة بحرية إلى أمريكا. نظم توماس كوك رحلات طويلة (Grand Tour)

حيث وصل إلى بلاد الشرق التي سميت Eastern Land of Bible

وهذه الرحلات بدأت المفاهيم الجديدة للسياحة الحديثة، حيث قام منظم الرحلة بمسؤولية تدبير وسائل السفر البرية والبحرية والانتقال من دول إلى أخرى وتدبير وسائل الإقامة والنقل. داخل الدول التي تتم زيارتها².

3_ المرحلة الثالثة:

ويسمى أيضاً (عصر السياحة الجماعية)، ويبدأ هذا العصر مع انتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1954 وحتى الوقت الحاضر.

_ تطور الحركة العالمية في العالم، بسبب تحقيق الاستقرار للطبقة العاملة، ورد حقوقها المهضومة إليها، قامت هذه الطبقة بتنظيم صفوفها وتكوين النقابات والاتحادات للدفاع عن حقوقها سواء كان ذلك في الأنظمة الاشتراكية أم الرأسمالية أم الأنظمة المختلفة الأخرى وقامت التشريعات بإيجاد الإجازات السنوية المدفوعة الأجر مما أدى إلى وقت فراغ عندهم استثمار في السفر والسياحة.

- ارتفاع مستوى دخل الأفراد خاصة في أوروبا وأمريكا الشمالية.

- تزايد حجم السكان بشكل مضطرد.

- تطور العلاقات بين البلدان.

- تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات خاصة النقل الجوي. وكذلك تطور صناعة السيارات.

دوافع السياحة في العصر الحديث: تطورت دوافع السفر وتنوعت في العصر الحديث خاصة دافع السفر بهدف السياحة، بل إن السياحة انشطرت إلى أنواع مختلفة (السياحة الترفيهية، الاستجمام، الاصطياف...) والسياحة (الاقتصادية، الثقافية السياسية.... الخ)³.

ومن مميزات السياحة في العصر الحديث ويمكن إجمالها فيما يأتي⁴:

¹ د. ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع السابق، ص14

² ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، مدينة نصر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2001، ص ص 20، 21.

³ نعيم الظاهر، مرجع سابق، ص 22.

⁴ نعيم الظاهر، مرجع سابق، ص 23.

_ عدم اقتصار السفر والسياحة على طبقة الأغنياء، وأصبحت الأجهزة السياحية في مختلف البلدان تهتم باستقطاب الطبقة العاملة إليها، لأنها طبقة غير محدودة العدد. وأصبحت تشكل الجزء الأكبر من الطلب السياحي المحلي والعالمي.

_ انخفاض تكاليف السفر نسبياً، وتوافر وسائل النقل السريعة والمريحة والأمنة، وتطورت صناعة السيارات مما أدى إلى زيادة استخدامها وتراجع أهمية السكك الحديدية. وأصبحت السيارة الوسيلة المفضلة في الرحلات ذات المسافات القصيرة والمتوسطة، أما الرحلات البعيدة فأصبحت الطائرات هي الوسيلة المفضلة لها.

_ تطور أماكن الإيواء وتعددتها وتنوعها واتساع الرقعة الجغرافية لها. فبعد أن كانت عبارة عن قصور ضخمة تصلح لإقامة الأثرياء والقادرين على الدفع، نشأت فنادق من الدرجة الثانية والثالثة، كما ظهرت الموتيلات على الطرق السياحية الخارجية، وبيوت الشباب والمخيمات السياحية التي تمتاز بأسعارها المعتدلة حتى أصبحت ضمن إمكانيات شرائح الطبقة العاملة بشكل عام.

_ أخذت الرحلات السياحية تتجه من السياحة الفردية نحو السياحة الجماعية، واتخذت طابعاً منظماً يشرف عليه وكالات السفر والسياحة الواسعة الانتشار في العالم.

_ أصبحت ظاهرة السفر والسياحة بما تحققه من مكاسب مادية كبيرة ذات ظاهرة مؤثرة في اقتصاديات البلدان.

_ في هذه الفترة، وفي بداية عقد الستينات ظهر لأول مرة علم السياحة إلى الوجود بوصفه علماً مستقلاً ومتكاملاً ومعترفاً به. وتم إنشاء المدارس والمعاهد والجامعات المتخصصة بتدريس هذا العلم.

واستحدثت منظمات سياحية عالمية متعددة تشرف على النشاط السياحي في العالم وعلى رأسها المنظمة السياحية العالمية. W.T.O التابعة لهيئة الأمم المتحدة. وتم إصدار العديد من الأبحاث والكتب والنشرات السياحية..

_ ازدياد الحركة السياحية كمياً ونوعاً.

_ اعتبرت السياحة فن تقديم الخدمة.

_ لاهتمام بالسياحة الدولية بسبب تطور وسائل المواصلات.

المطلب الثاني : أهمية السياحة وخصائصها.

سنتناول أهمية و خصائص السياحة و ذلك من خلال مايلي:

أولاً/ أهمية السياحة:

تتبع أهمية السياحة، من كونها القطاع الذي يزيد من إيرادات الدولة، وذلك كما يلي¹:

_ ان السياحة تمثل ظاهرة الانتقال المؤقتة التي يقوم بها عدد كبير من الناس، فيتركون مكان إقامتهم والتوجه إلى دوا أخرى (السياحة الخارجية) أو ينتقلون إلى مدن داخل بلادهم (السياحة داخلية) ولا شك أن المدة

¹ _ زيد منير عبوي، مبادئ السياحة الحديثة، دار المعزز للنشر والتوزيع الأردني، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2016، ص ص 23- 25.

التي يستغرقها هذا الانتقال، تختلف بحسب رغبة السائح وتتوقف على مقدرة السائح المالية على الإنفاق في الخارج مدة طويلة أو قصيرة، وقوانين النقد في البلد التي يخرج منها، ومدى تأثير المحفزات السياحية في البلد الذي يزوره ومدى رخص تكاليف المعيشة فيه... إلخ.

_ السائح في البلد السياحي يقوم بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في دخل هذا البلد وتحدث هذه الزيادة عن طريق الانتفاع بالخدمات (إقامة، طعام، شراب، بضائع، هدايا تسلية، وقود، مشروبات... إلخ)، وتتمثل في صورة خدمات ضرورية تهدف إلى راحته وإمداده بكل وسائل المعيشة السهلة الكاملة، وكذلك في صورة إمداده بالسلع المحلية والهدايا من البلد السياحي، لكي تكون رمزا باقيا لزيارته لهذا البلد.

_ تعود الأهمية الاقتصادية السياحية إلى ما تجذبه إلى البلد من عملة صعبة ورؤوس أموال، وفي كثير من الدول تعتمد البيئة الأساسية للاقتصاد المحلي على الصناعة السياحية وتعتبر هذه بمجالاتها المختلفة أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة، وتسهم بالتالي إلى تنمية الاقتصاديات الدول تعتبر صناعة السياحة سوق قابل للتوسع، بحيث تشمل كافة الصناعات الأخرى مثل التجارة والصناعة والزراعة..... إلخ.

_ تعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم، والتي تساهم في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي وينفق المستهلكون في الدول المتقدمة على السفر والسياحة، أكثر مما ينفقون على المواد الأخرى.

_ تزداد أهمية صناعة السياحة في الدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض أو موازنة في مجال ميزان المدفوعات، وتحقيق صناعة السياحة صادرات غير منظورة.

_ السياحة باعتبارها نشاط ديناميكي حركي ذات تأثير متبادل وفعال يشمل جميع الاقتصاديات في الدولة وخارجها، فهي تتأثر وتؤثر على نشاط الإنتاج، الاستهلاك، النقل، الرحلات، الاتصالات، الموانئ، المطارات، الفنادق، البنوك، وعمليات التجارة الداخلية والخارجية... إلخ.

_ السياحة كصناعة لها كأهمية خاصة تستمد من تأثيرها على بنیان وأداء الاقتصاد القومي، والتي يمكن النظر إليها.

ثانيا/ خصائص السياحة:

تتميز السياحة من حيث السوق السياحي وكذا من حيث الخدمات المقدمة للمستهلك السائح بطبيعة تميزها عن مختلف المنتجات¹:

_ تتميز مقومات العرض السياحي بالندرة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الانساني الاخرى في المجتمع، سواء تعلق الامر بالهيئات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، المورثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى تحتية وخدمات تكميلية.

_ عدم إمكانية الاحتكار أو النقل في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة.

¹ - سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية "المفاهيم والاستراتيجيات"، الدار الجامعية، مصر، 2001، ص 20.

_ عدم مرونة أسعار المنتجات السياحية وذلك لكونها لا تتغير بشكل كبير مع تقلبات الطلب مقارنة بالسلع الأخرى.

_ يمتاز المنتج السياحي بخاصية الاختلاف لأنه دوما سيكون هنالك اختلاف في الجودة حتى لو كان هناك تطابق في الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة.

_ التكامل بين مختلف الخدمات السياحية المقدمة فالتقصير في إحدهما يقلل من قيمة المنتج السياحي النهائي المقدم للسائح.

_ السوق المستهدف لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الخارجية من مواطني الدول الأخرى، فهو سوق متنوع الخصائص والانتماء والأنماط السلوكية.

للسياحة العديد من الخصائص نذكر منها ما يلي¹:

_ أنها من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للداخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة.

_ نطاق المنافسة الذي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لذا فهو أيضا يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.

_ مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للمتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة، أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى أساسية وخدمات تكميلية.

_ السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدولة الأخرى.

_ كل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

_ أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف، أي أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة.

تعتبر السياحة نشاطا اقتصاديا متميز وهذا راجع لعدة عوامل أهمها²:

_ السياحة عبارة عن صادرات غير منظورة فهي لا تتمثل في إنتاج مادي يمكن نقله وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها. كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى وهي تعتبر من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه.

¹ روضة جديدي، عثمان حياة، أثر القروض الخارجية على النمو الاقتصادي دراسة قياسية لحالة الجزائر وتونس للفترة (1990-2017)، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 5، العدد 2، 08-06-2022، ص 160.

² عبد القادر برانيس، صناعة السياحة ودورها في التنمية المستدامة للدول، المجلد 1، العدد 1، 2011، ص 82.

– إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي والموارد السياحية (الطبيعة، التاريخ، الآثار) لا تباع إلا من خلال السياحة، وهذا المنتج لا يباع إلا في وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات التالية:

– توفير الهياكل الأساسية: الخدمات المرافق (المياه الكهرباء الغاز... إلخ) ووسائل الاتصال توفير الأمن والاستقرار.

– توفير منشآت الإقامة الهياكل وغيرها من وسائل الإقامة (المخيمات الفرق السياحية.... إلخ).

– المنتج السياحي هو منتج مركب فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متكاملة وتتأثر بالقطاعات الأخرى.

المطلب الثالث: أنواع السياحة

يمكن تصنيف أنواع عديدة للسياحة وفقاً لعدة أسس ومعايير معينة، حيث تختلف هذا الأنواع من بلد إلى آخر، ومن أهمها ما يلي:

أولاً/ تقسيم السياحة وفقاً للعدد، وتشمل هذا¹:

1_ سياحة فردية:

هي عبارة عن سياحة فردية وفي كثير من الأحيان غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة أشخاص بزيارة بلد أو مكان.

2_ سياحة جماعية:

وهي سياحة للأفواج أو المجموعات السياحية حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب هذا السياحة الجماعية، مثل جولات حرة للقاهرة لمدة 5 أيام الزيارة المنتجعات البحر الأحمر.

ثانياً/ تقسيم السياحة وفقاً للغرض، وتشمل ما يلي²:

1_ سياحة العمل المؤقت:

تتشر في أوقات الركود والكساد الذي يصيب بعض الدول وازدهار في دول أخرى. ومعنى ذلك أن ينتقل السائح إلى مكان آخر أو دولة أخرى لغرض العمل المؤقت.

2_ سياحة لقضاء الإجازات الترفيهية:

يعتبر من أهم أنواع السياحة شيوعاً في كافة الدول، وهذا النوع مرتبط بأوقات الإجازات المدفوعة المرتب مثل إجازات نهاية الأسبوع أو الإجازات الصيفية أو للأعياد الدينية.

3_ سياحة الصحة والعلاج:

تكون من خلال بقاء السائح في بلد معين لغرض علاجه من مرض معين يصيبه، وهنالك مقومات لتوفر السياحة العلاجية منها :

¹ أحمد محمود، مرجع سابق، ص 36.

² نفس المرجع، ص 27.

- توفر جو صحي نقي.
- توفر مصحات ومستشفيات وكادر طبي وعلاجي جيد.
- توفر المياه المعدنية والكبريتية.
- توفر طهاة جيدين لتقديم الطعام الخاص للمرضى.
- توفر الخدمات السياحية المساعدة مثل المترجمين ووسائل الاتصالات.

4 _ سياحة التعلم والتدريب:

تعتبر لغرض الدراسة والتعليم في بلد معين مثل تركيزهم على الدول المتقدمة علمياً وصناعياً، أو لغرض حضور دورات تدريبية وتعليمية حصل عليها شخص ما في العمل الذي يعمل، ومن هذه الدراسات فن التخابط في التلفون أو تعلم اللغة الفرنسية.

5 _ السياحة الرياضية:

هذا السياحة تعتبر قديمة والتي كانت تشمل رحلات الصيد وفي الوقت الحاضر أصبحت سياحة للصيد الأسماك واليخوت وركوب الخيل. وأصبحت كثير من الدول العالمية تنافس لإقامة مباريات لكأس العالم أو دورة الألعاب الأولمبية ولذلك للحصول على المكاسب التي تحققها هذه المباريات الرياضية.

6 _ سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية:

تتمثل في زيارة آثار وأماكن أثرية وتاريخية، لما لها من اهتمام بالغ بالنسبة للسائح، وتعتبر هذا النوع من السياحة بالغ الأهمية بسبب تدفق أعداد ضخمة من السواح للبلد الذي يزورنه، ويجب على المشاركين أن تتوفر لديهم ثقافة عالية.

ثالثاً/ تقسيم السياحة حسب مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية¹:

_ سياحة أصحاب الملايين الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة (طائرات - يخوت)

_ بـسياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النواعيات الممتازة من الخدمات (فنادق الخمس نجوم

ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات وغيرها من وسائل النقل... إلخ)

_ السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخل المحدودة.

رابعاً/ تقسيم السياحة حسب التصنيف الطبيعي²:

يعتبر التصنيف الطبيعي أحد أهم الأسس التي على ضوئها يتم تحديد أشكال وأنواع السياحة ووفقاً لهذا المعيار يمكن أن تجد الأنواع السياحية التالية:

1 _ السياحة الساحلية:

¹ د. ماهر عبد الخالق السبيسي، مرجع سابق، ص 42.

² عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكيف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة، خلال الفترة (1995-2015)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف 1- 2014- 2015، ص37.

يقصد بالسياحة الساحلية هي تلك السياحة التي تنشأ وتقام على سواحل المدن، فهي تتم من طرف الأفراد على امتداد شواطئ البحار والمحيطات، وتحظى باهتمام كبير من أجل الاستجمام أو الأغراض علاجية وذلك عن طريق:

➤ السياحة.

➤ السياحة على الرمال.

2_ السياحة الصحراوية:

تعد السياحة الصحراوية من أهم أنواع السياحة حسب التصنيف الطبيعي، حيث يمارس هذا النوع من السياحة في الصحاري الواسعة التي تتمتع بها بعض المناطق وذلك من أجل:

➤ ممارسة بعض الرياضات التي تحتاج إلى مساحات شاسعة كالرالي.

➤ علاج بعض الأمراض عن طريق الرمال أو المناخ.

➤ الاستمتاع بغروب الشمس.

3_ السياحة الحموية:

وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند الأفراد، وتسمى بالسياحة الحموية لكونها تقام أساساً على مستوى الحمامات والمنابع المعدنية، حيث تعتبر كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستجمام أو الشرب، وتمارس السياحة الحموية بغرض:

➤ الشفاء التام من بعض الأمراض.

➤ التخفيف من الآلام والأوجاع.

4_ السياحة المناخية والجبلية:

يستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر قرب البحار، ونوع آخر في الصحراء.

أما السياحة الجبلية فعادة ما يكون لها فصل واحد إلا في بعض الجبال التي تكون لها فصل سياحي شتوي من أجل التزلج على الثلج، وفصل صيفي لأغراض أخرى.

خامساً/ السياحة حسب التصنيف الثقافي¹:

يعد التصنيف الثقافي للسياحة أحد أهم التصنيفات لكونها تأخذ بعين الاعتبار مختلف الجوانب الثقافية للمنطقة السياحية من ثقافات المجتمع وحضاراته الآثار المتواجدة بالدولة الجوانب الاجتماعية للأفراد، الأماكن الدينية المقدسة.

إضافة إلى مختلف الأنشطة الثقافية التي تقيم على مستوى الدولة وعلى رأسها الأنشطة الثقافية وبناء على ذلك يمكن تصنيف السياحة من ناحية الجوانب الثقافية إلى عدة أنواع توضحها كما يلي:

¹ _ عميش سميرة، مرجع سابق، ص38.

1_ السياحة الثقافية:

تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص من خلال تشجيع حاجاتهم الثقافية للتعرف على الدول والمناطق غير المعروفة لهم، وهي مرتبطة أساساً بما يلي:

- التعرف على تاريخ الدول وثقافتها.
- التقارب بين الشعوب وعاداتها وتقاليدها.
- معرفة الصناعات التقليدية.
- معرفة التظاهرات الثقافية المحلية المختلفة.

2_ السياحة الأثرية والحضارية:

ترتكز السياحة الأثرية والحضارية على المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، والتي من شأنها أن توضح وتشرح مختلف الحضارات القديمة التي مرت على المنطقة السياحية، وهذا النوع من السياحة يساهم في التعرف على:

- المواقع الأثرية للمناطق السياحية.
- حضارات الشعوب.
- المتاحف.

3_ السياحة الاجتماعية:

تنتشر السياحة الاجتماعية خاصة في الدول التي لها حالات تعيش في دول مجاورة لها جغرافياً، وتقام هذه السياحة بشكل أساسي للمحافظة على العلاقات الاجتماعية مثل العلاقات الأسرية والعائلية وذلك من خلال القيام بالسياحة وكذا زيارة:

- الأهل والأقارب.
- الأصدقاء والأصحاب.

4_ السياحة الدينية:

تعتبر السياحة الدينية من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في تدفق السياح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على المواقع الدينية في العالم وتاريخها، وبما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو ذاك حسب الديانات المختلفة للأفراد ومعتقداتهم.

حيث أن السياحة الدينية تمثل عاملاً نفسياً وحافزاً للسياح للتعرف على الموقع السياحي والدلالات الروحية والنفسية المرتبطة به، حيث يقصدها السائح لزيارة الأماكن المقدسة لأداء واجب ديني ومن أمثلتها :

- _ مكة المكرمة بالنسبة للمسلمين.
- _ روما بالنسبة للمسيحيين.

5_ السياحة الرياضية:

وهي ذلك النوع من السياحة الذي يكون الغرض منه الميل لمشاهدة المباريات الرياضية، المسابقات أو العروض أو المهرجانات الرياضية، أو المشاركة في حضور البطولات العالمية أو المسابقات الرياضية المتنوعة، كما قد يكون الغرض من السياحة الرياضية إشباع حاجة الفرد الممارسة الرياضة المفضلة لديه مثل:

- التزلق على الجليد.
 - الصيد بأنواعه.
 - تسلق الجبال.
 - التخيم في الغابات أو الصحاري.
- سادساً/ تقسيم السياحة، وفق العمر¹:

1_ سياحة الطلائع:

يتعلق هذا النوع من السياحة بالمراحل العمرية من 7-14 سنة، وهي مرحلة تعليمية يتم خلالها الأطفال اكتساب معارف ومهارات وسلوكيات معينة، تقوم كثير من الشركات السياحية أو النقابات والجمعيات الخيرية وخاصة بالغرب بتنظيم مثل هذه الرحلات إلى الطلائع كأن تكون على شكل رحلات الكشافة أو رحلات تعلم السياحة أو تعلم الحاسوب أو التعرف على الطبيعة، ودائماً تكون في فترة إجازات المدارس وتكون أسعارها رخيصة وخدماتها قليلة ومناسبة.

2_ سياحة الشباب:

يتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية بين 15-35 سنة ويمتاز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاختلاط بالآخرين، والاعتماد على النفس وتكوين الصداقات، وأيضاً تقوم الشركات السياحية أو الجمعيات الخيرية بتنظيم مثل هذه الرحلات والتي تكون أسعارها رخيصة وخدماتها قليلة، وفي الوقت الحاضر دخلت سياحة الشباب في الرحلات البحرية، والتي كانت سابقاً محتكرة الطبقة من الناس، وينتشر هذا النوع من السياحة في الغرب وأمريكا.

3_ سياحة الناضجين:

ان هذا يتضمن مرحلة عمرية من 35-55 سنة، وهو عبارة عن سياحة استرخاء ومتعة والحروب من جو العمل الروتيني والإرهاق من العمل، ويقلب طابع الراحة والاستجمام والترفيه على هذا النوع من السياحة، وتكون الرحلات دائماً إلى شواطئ البحر والأماكن الهادئة الدافئة والجبال والريف، وتعتمد هذه السياحة على الخدمات السياحية الجيدة والإقامة الجيدة وأسعارها دائماً من متوسطة فما فوق، وكثير من الشركات السياحية تقوم بتنظيم مثل هذه الرحلات وخاصة في الدول التجارية والصناعية الكبرى في العالم وفي الغرب، بحيث تتفق مع ميول ورغبات هذه المجموعة.

4_ سياحة المتقاعدين:

¹ _ منير عيوي، مرجع سابق، ص ص 57-58.

يعتبر هذا النوع من السياحة من أنواع السياحة التقليدية في الغرب وأمريكا وغالباً ما يشارك بها المتقاعدين وكبار السن، وتقوم الشركات السياحية بتنظيم هذه الرحلات خصيصاً لهؤلاء المجموعة وتمتاز بارتفاع أسعارها وتقديم أفضل الخدمات السياحية وأفضل أنواع الإقامة والنقل، ودائماً هذه الرحلات تكون لفترات طويلة تتراوح من أسبوعين إلى شهرين، وبدأ التركيز في الوقت الحاضر على الرحلات البحرية حول العالم، وكثير من الشركات في العالم تصرف مكافأة قيمة المتقاعدين، ودائماً يستغلونها في الذهاب بمثل هذه الرحلات الممتعة والتي تكون إلى الأماكن المشهورة والحديثة والدافئة وخدمات بدرجة ممتازة.

سابعا/ تقسيم السياحة، وفقاً لمدة الإقامة¹:

1 _ سياحة أيام:

ان هذا النوع من السياحة عادة يستغرق أيام محدودة من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج معد مسبقاً (سياحة منظمة)، أو تكون سياحة فردية وتكون هذه السياحة متنوعة وخدماتها مختلفة أيضاً، وقد تكون في عطلة نهاية الأسبوع أو في مناسبات وطنية أو أعياد قومية، وهذا النوع من السياحة يكون مستمراً على مدار السنة، ويتضمن برنامج ورحلات مختلفة إلى أماكن مختلفة أيضاً.

2 _ سياحة موسمية:

ان هذا النوع من السياحة يرتبط بموسم معين أي قضاء السائح في مكان ما الموسم معين أي فترة الإقامة تتراوح من شهر إلى ثلاث أشهر، وغالباً ما يحمل هذا النوع من السياحة صفة الدورية أو التكرار أي نفس السواح يزورون نفس المكان سنة بعد سنة ومثال على ذلك كثير من السواح الكنديين والأمريكيين الذين يعيشون في شمال الولايات المتحدة الأمريكية ينتقلون في موسم الشتاء البارد من أماكن سكنهم إلى الولايات الجنوبية، وخاصة ولاية فلوريدا للتمتع بموسم دافئ بعيد عن البرد والثلج، أو الحروب من الجو الحار إلى الأماكن الباردة مثل موطني دول الخليج العربي ينتقلون في موسم الصيف إلى البلدان التي يكون جوها بارد، وهذا النوع من السياحة غالباً ما يتطلب خدمات ممتازة ومتنوعة وأغلب الدول ترحب بهذا النوع من السياحة، لأن فترة بقاء السائح فيها طويلة بالتأكيد تكون مصاريفه كثيرة.

3 _ سياحة عابرة:

ان هذا النوع من السياحة، يكون على نوعين:

_ سياحة عابرة تكون أثناء انتقال السواح بالطرق البرية عن طريق الباصات السياحية أثناء توجههم إلى بلد ما يمرون ببلد معين، ويبقون فيه لمدة يوم أو يومين في هذه الحالات ممكن أن تقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية قصيرة لهؤلاء السواح.

_ سياحة عابرة تحصل أثناء الانتقال بالطائرات كأن يكون تعطل طائرة في مطار ما أو وجود اضطرابات معينة، في إحدى المطارات ويؤدي إلى عدم تزويد الطائرات بالخدمات فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم

¹ _ منير عيوي، مرجع سابق، ص ص 59-30.

الفصل الأول :

عموميات حول السياحة

رحلات سياحية لزيارة الأماكن الأثرية والحضارية والأماكن المهمة في البلد المضيف أثناء توقف الطائرة بالمطار، وخاصة إذا كان التوقف لمدة تزيد عن الخمس ساعات هذا النوع من السياحة يكون بدون تنظيم أو تخطيط له مسبقاً، ويتم تنفيذ برامجه بسرعة وتعتمد على المرونة المتوفرة في الشركات السياحية وعلى مدى توفر الباصات السياحية والأدلاء السياحيين، وعلى مدى علاقات الشركات السياحية مع شركات الطيران الجوية.

ثامناً/ تقسيم السياحة وفقاً للجنسية، وتشمل ما يلي¹:

1_ سياحة الأجانب:

وتتضمن الأجانب ما عدا مواطني أهل البلد، وتنظم الشركات السياحية برامج خاصة لجذب السواح الأجانب بما يتلاءم مع أذواقهم ورغباتهم، ومثال على هذا السياحة مثل زيارة أفواج سياحية أمريكية لمدينة عربية.

2_ سياحة المقيمين خارج البلد:

وهي سياحة لهجرة المواطنين أي بلد ما لغرض الدراسة أو العمل، وبالتأكيد يصبح لدى هؤلاء المواطنين المقيمين في البلد الغريب حنين إلى زيارة بلدهم الأم فيتم تنظيم لهم سفرات سياحية لغرض زيارة بلدهم الأم.

3_ سياحة مواطني الدولة:

وهي سياحة داخلية والتي تنظم إلى زيارة مواطني الدولة في زيارة أماكن أثرية وتاريخية وحضارية في بلدهم نفسه².

الجدول رقم 01: تقسيمات انواع السياحة.

التصنيف	نوع السياحة
حسب عدد السواح	سياحة فردية وسياحة جماعية
حسب وسيلة النقل المستعملة	برية، بحرية، نهريّة، جوية
حسب عمر السائح	سياحة الطلائع، سياحة الشباب، سياحة الناضجين، سياحة المتقاعدين
حسب الحدود السياحية	سياحة داخلية (محلية) وسياحة خارجية (دولية)
حسب مدة الإقامة	سياحة موسمية، سياحة أيام، سياحة عابرة
حسب الجنسية	سياحة الاجانب وسياحة المقيمين خارج البلد
حسب الجنس	سياحة الرجال وسياحة النساء
حسب مستوى الإنفاق	سياحة اجتماعية، سياحة الطبقة المتميزة، سياحة الأغنياء
حسب أماكن الإقامة	الفنادق، القرى السياحية، المخيمات

¹ أحمد محمود، مرجع سابق، ص 43.

² أحمد محمود، مرجع سابق، ص 44.

الفصل الأول :

عموميات حول السياحة

سياحة المتعة، الدينية، العلاجية، الثقافية، الترفيهية، البيئية، الرياضية..	حسب الغرف منها
للمعاقين، الاهتمامات الخاصة، البلدية، الطبيعية، مراقبة الطيور...	أنواع أخرى

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على ما سبق.

المبحث الثاني: السياحة والتنمية الاقتصادية.

تعتبر السياحة أحد أهم الروافد الاقتصادية في العالم، ولقد أصبح النمو المذهل في النشاط السياحي الدولي من أبرز الظواهر الاقتصادية التي انصب حولها اهتمام الحكومات والدول والهيئات، ويعد القطاع السياحي كقطاع استراتيجي مولد للدخل وهذا لما يحققه من ارتباطات أمامية وخلفية مع العديد من القطاعات الأخرى. وتعد التنمية السياحية عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية.

المطلب الأول: ماهية التنمية الاقتصادية

سننطلق في هذا المطلب الى تعريف التنمية و ماهية التنمية الاقتصادية و هما كالتالي:

أولاً: تعريف التنمية

لم يستعمل تعبير التنمية للدلالة على الأفعال أو على مجموعات من الناس إلا بعد الحرب العالمية الثانية. فقبل ذلك الوقت كانت البلدان المتطورة تهتم فقط بالتغيرات المرسومة إما لتحسين إمكانيات الوصول إلى الموارد الطبيعية في البلدان النامية أو في حالات قليلة لإدخال بعض الخصائص المنهجية لعملية التحفيز بما فيها توفير بعض الخدمات الأساسية. ولكن بعد الحرب العالمية الثانية ظهر مفهوم التنمية وبدأت القوى الاستعمارية بقبول الحاجة إلى التنمية الاقتصادية والاجتماعية وحتى قبول حقيقة الاستقلال السياسي في الأراضي التي تحكمها، وهذا القبول كان جزئياً نتيجة لنمو الضغط من أجل التنمية والاقتصاد من مواطني هذه البلدان ووعي الناس المتزايد في البلدان المتقدمة والنامية بإنسانيتهم المشتركة وبالفروق الهائلة في مستويات معيشتهم¹.

التنمية عملية تغيير مخطط لمجموعة من العمليات الاجتماعية الاقتصادية، السياسية من خلال بناء ايدولوجي معين، وتهدف لإحداث تبديلات في الواقع الاقتصادي، والتعليمي والثقافي والقيمي وهو ما نطق عليه الواقع الاجتماعي الشامل².

التنمية عبارة عن عملية هادفة تتحقق من خلال تحسين دائم ومخطط في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والصحية والتعليمية للمجتمع من خلال تدخل عدة فاعلين رسميين وغير رسميين في هذه العملية³.

ثانياً: ماهية التنمية الاقتصادية.

هي الزيادة التي تطرأ على الناتج القومي في فترة معينة مع ضرورة توفر تغيرات تكنولوجية وفنية وتنظيمية في المؤسسات الانتاجية القائمة أو التي ينتظر إنشاؤها⁴.

¹ - د. أحمد عارف العساف، أ. محمود حسين الوادي، التخطيط والتنمية الاقتصادية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص 30، 31.

² - د. عقون محسن، ماهية التنمية وأبعادها، جامعة قسنطينة، العدد الأول، ص 219.

³ - أ. معمر بن عيسى، التنمية: تطور مفهوما وأهم نظرياتها وعقبات تحقيقها في الدول النامية، جامعة الأغواط، مجلة أبحاث، العدد 5 أبريل 2018.

⁴ - د. علاء فوج الطاهر، التخطيط الاقتصادي، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، ص 109.

إن مصطلح التنمية يعني أشياء مختلفة إلى مختلف الأشخاص، ولهذا من الضروري أن يكون لدينا تعريف محدد ومقبول، وبدون مثل هذا التعريف سوف يصعب تحديد مدى إنجاز وتطور هذا البلد أو ذلك في مضمار التنمية¹.

وهناك بعض الاقتصاديين الذين ينظرون إلى التنمية الاقتصادية على أنها دخول الاقتصاد القومي الذاتي مرحلة الانطلاق نحو النمو الذاتي، أما مرحلة الانطلاق فهي المرحلة التي يكتسب فيها الاقتصاد القومي مقومات النمو الذاتي، ويشبه الكتاب دخول الاقتصاد مرحلة الانطلاق بانطلاق الطائرة من سطح الأرض، وإذا كانت الطائرة تحتاج لتتق في الفضاء إلى حد أدنى من السرعة الأرضية قبل الانطلاق، كذلك فإن عملية التنمية تحتاج إلى حد أدنى من الموارد ليدخل الاقتصاد القومي مرحلة الانطلاق أو مرحلة النمو السريع، ويتمثل ذلك الحد عند "روستو" بارتفاع معدل الاستثمار ارتفاعاً كافياً لتوليد معدل النمو الدخلى يفوق معدل نمو السكان².

عرفت بكونها تدرج طويل الأمد يعبر عن شكل التطور المادي للمجتمعات البشرية عبر العصور، وقد تجلى ذلك في مظهرين: المظهر الأول كمي متعلق بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بالتحويلات البنوية أو الهيكلية. والمظهر الثاني نوعي يتمثل في المؤسسات الاجتماعية والأفكار والتصورات والمفاهيم وأنماط المعيشية التي تظهر في سعي المجتمع لتحقيق حاجاته المادية³.

المطلب الثاني: السياحة والتنمية الاقتصادية.

تساهم التنمية السياحية في نمو اقتصاديات العديد من البلدان وهذا من خلال ما ترتب عليها من تأثيرات تنموية اقتصادية اجتماعية، ثقافية وبيئية في المقصد السياحي وهو ما سنوضحه فيما يلي⁴:

_ تساهم التنمية السياحية في حدوث تغير جذري للبناء الاقتصادي على المستويين الإقليمي والقومي بالشكل التالي:

في حالة السعي إلى التحول من حرف المرتبة الأولى إلى حرف المرتبة الثانية التي تزيد من العائد الاقتصادي الذي يزيد البناء الاقتصادي قوة. إن أهم التغيرات الحديثة في اقتصاديات الريف وفق هذا التوجه تتمثل في ترك السكان لأنشطتهم المعتادة (الزراعة، تربية الحيوانات، الصيد) وتوجيههم نحو أنشطة أخرى أكثر ربحاً في إطار نشاط السياحة. وهذا التحول سيصاحبه حتما حدوث تغييرات جذرية في أنماط استغلال الأرض وذلك من خلال تخصيص مساحات شاسعة لإقامة المنشآت السياحية والفندقية ومراكز لتسليّة، بالإضافة إلى تطور شبكة الطرق واتساعها، وتوجيه النشاط المحلي نحو تلبية احتياجات المنشآت الفندقية من محاصيل زراعية وحيوان.

¹ - د. مدحت الفريشي، التنمية الاقتصادية، جامعة البلقاء، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007، ص 122.

² - د. جمال حلاوة، مدخل إلى علم التنمية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص 163.

³ - أ. بوضياف ياسين، التنمية الاقتصادية في الجزائر من متطلبات الحاضر ورؤية المستقبلية، جامعة الشلف، العدد 2، الطبعة الثالثة، 2016، ص 175.

⁴ - أ. خلوط عواطف، السياحة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، العدد 3، ص

وهكذا فإن التوجه نحو النشاط السياحي يحدث تغييرا في خلق بناء اقتصادي لم يكن موجودا من قبل ظهورا أنشطة السياحة وتطورها.

تعتمد العديد من الدول في اقتصادياتها على السياحة لمالها من مزايا اقتصادية تساهم في رفع مستوى المعيشة وزيادة الرخاء في الدول سواء كانت صناعية أو نامية ومن مزاياها نذكر¹:

_ تساهم السياحة في زيادة فرص الاستثمار الوطني والاجنبي وتنشط السياحة قطاع النقل.

_ تحقيق الرواج الاقتصادي وغيرها ومن الآثار الاقتصادية غير المباشرة للسياحة:

➤ تسوية بعض السلع.

➤ تنمية المرافق الأساسية والبنى التحتية.

➤ تحقيق التكامل الرأسي والأفقي بين مختلف القطاعات الاقتصادية.

➤ تحسين ميزان المدفوعات.

يحتمل النشاط السياحي مكانهما في الاقتصاد، فالسياحة لم تعد شرفا بل تنامت وأصبحت الآن صناعة المستقبل للكثير من الدول، نظرا للانعكاسات الايجابية على اقتصادياتها².

المطلب الثالث: استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.

تشكل السياحة المحرك الجديد للتنمية المستدامة، ودعم النمو والمحرك الرئيسي لقطاع الخدمات في الاقتصاد نظرا لمالها من مقومات خلق الثروة وفرص العمل وتوفير الدخل الدائم. فتقوم الجزائر بتنفيذ ما يقرب 700 مشروع سياحي في جميع أنحاء الجزائر، بتكلفة تقدر بـ 975 مليار دينار أي بما يقارب من 13 مليار دولار.

لقد كان رهان الجزائر خلال السنوات الاخيرة، تدارك التأخر المتراكم لقطاع السياحة ولأجل ذلك فد وضعت السلطات العمومية قطاع السياحة والصناعة التقليدية في صلب انشغالاتها الرئيسية والتحدي الآخر هو دمج السياحة الداخلية ضمن الشبكة التجارية لسياحة العالمية، وذلك بفضل إبراز الوجهة الجزائرية كمقصد سياحي على الصعيد الدولي، وللقيام بذلك فقد قررت الدولة وضع إطار عمل استراتيجي مرجعي ورؤية إلى أفاق 2025 مدعمة بالأهداف الواردة في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية.

يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، والذي يعد جزء من المخطط الوطني كتهيئة الإقليم في أفاق 2030، مبتغى الدولة في ما يخص التنمية المستدامة، وذلك من أجل الرقي الاجتماعي والاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة، إذ يعلن نظرتها للتنمية السياحية الوطنية على المدى القصير (2009) المتوسط (2015) المدى الطويل (2025) ويحدد الأدوات الكفيلة بتنفيذها وشروط تحقيقها. كما

¹ - أكرم محمد أحمد الحاج، السياحة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية - دراسة حالة لبعض الدول العربية بالتركيز على المملكة العربية السعودية وقطر-، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، العدد 13، المجلد 2، أكتوبر 2018، ص ص 132- 133.

² - أ. يونسي مصطفى، دور أهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية " حالة الجزائر" جامعة الجلفة، الجزائر، المجلد 5، العدد 13، 2013، ص ص 12- 15.

يبرز الكيفية التي تعزم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي المتمثل في العدالة الاجتماعية، الفعالية، الاقتصادية، وحماية البيئة¹.

¹ _ خلواط عواطف ,مرجع سابق,ص254.

المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر.

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية لدى الكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية، التي تحظى بالاهتمام والرعاية نظرا لما تحققه من اهداف ومزايا على كل الأصعدة، وقد حظيت السياحة بأهمية متميزة لدى الباحثين وصانعي القرار في معظم دول العالم، نظرا لما يترتب عن هذا النشاط من اثار على التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات والدول. والجزائر من بين الدول التي تتمتع بموارد وعوامل جذب سياحية متنوعة تختلف من منطقة إلى أخرى باختلاف المواقع الجغرافية بالإضافة إلى السترات الثقافي التاريخي والحربي المتنوع، الأمر الذي أدى إلى ظهور عدة أنواع للسياحة في الجزائر من أهمها السياحة الصحراوية، وهذا ما جعل منها منطقة سياحية متعددة الأقطاب.

المطلب الأول: السياحة في الجزائر.

تبنت الجزائر بعد الاستقلال نهجا اقتصاديا متمثل في الصناعات المصنعة، و الذي لم يولي اهمية كبيرة لقطاع السياحة، بالرغم ما للجزائر من مؤهلات سياحية مميزة، ثم جاء ميثاق السياحة سنة 1966، و الذي رسم الخطوط الاولى للسياحة الجزائرية، ثم جاءت بعده المخططات الوطنية سنة 1967 الى غاية 1989 و التي حققت نتائج ايجابية في زيادة عدد الهياكل السياحية، التي لا تزال ليومنا هذا، ولكنها لم تكن كافية لتحسين صورة المنتج السياحي لتحسين صورة المنتج السياحي الجزائري و ترقيته محليا و دوليا. كما كان للأحداث التي عرفت الجزائر خلال التسعينات، من عدم استقرار امني و كذا عدم الاستقرار الاقتصادي الذي صاحب هذه الاحداث، كل هذه الاحداث و غيرها جعلت القطاع السياحي الجزائري يتخلف و يتراجع بصورة واضحة.

بعد عودة الاستقرار و الامن الى البلاد، عملت الدولة الجزائرية على اعادة بعث القطاع السياحي من خلال فتح المجال للاستثمارات المحلية و الاجنبية، بتبني خيار الخوصصة و الشراكة الاجنبية في المجال السياحي، فأعطت تحفيزات و ضمانات متعددة للمستثمرين، من خلال قانون الاستثمار سنة 1993، و بعده قانون الاستثمار لسنة 2001، هذا ما جعل السوق السياحية الجزائرية تنتعش، و لكنها لا تزال بعيدة عن متطلبات السوق السياحية العالمية وذلك مرده الى:

- عجز في طاقة الايواء و تدني مستوى الخدمات و افتقارها للجودة؛
- نقص في التكوين؛
- غياب قوانين تحل مشكل العقار السياحي؛
- مشكل تمويل الاستثمارات السياحية¹.

¹ - مصطفى يونس، و آخرون، واقع القطاع السياحي في الجزائر، مجلة افاق علوم الادارة و الاقتصاد، جامعة محمد بو ضياف، المسيلة، المجلد 4، العدد 01، 2020، ص ص 60_61.

المطلب الثاني: معوقات ومقومات السياحة في الجزائر.

في هذا المطلب سنتطرق الى معوقات و مقومات السياحة وهي:

أولاً/ معوقات السياحة في الجزائر:

هناك جملة من العوائق تقف أمام تطور السياحة بالجزائر متفاوتة الصعوبة فيما يخص تجاوزها في أجال متفاوتة الأهمية، تتضمن¹:

_ الأمن: لاشك إن تناقص التدفقات السياحية باتجاه الجزائر خلال السنوات السابقة يعود إلى تدهور الأوضاع الأمنية إذ أن العامل الأمني شديد التأثير على الطلب السياحي.

_ الترقية وتتمثل في:

➤ ضعف التنسيق بين الأطراف المعنية بترقية السياحة الديوان الوطني للسياحة الخطوط الجوية الجزائرية، أصحاب الفنادق....؛

➤ عامل الميزانية التي لها آثار على النوعية وكمية النشاطات والوسائل الترقية؛

➤ عامل التأطير في الديوان الوطني للسياحة الذي يجب تعزيزه كميًا ونوعيًا.

_ هياكل الاستقبال؛

- الاستثمارات نقص الاستثمار والهيكل القاعدية للسياحة؛

- تدهور تغطية الخدمات في الفنادق الجزائرية،

- المحيط الاجتماعي والثقافي السلوك والوعي الثقافية وما له من آثار على استقبال السياح وأهمية السياحة عبر مختلف المستويات.

كما للسياحة في الجزائر معوقات عديدة أخرى ومنها²:

- التأثير السلبي للنهج الاشتراكي الذي كانت تعمل به الحكومات الجزائرية في عقد الستينات والسبعينات من القرن العشرين، مما أثر على وتيرة الاستثمار الأجنبي والمحلي في البلاد وبشكل خاص قطاع السياحة، فقد كان ينظر للسائح على أنه مصدر التمديد للأمن الوطني ويهدد قيم المجتمع، وبسبب ترشح هذه الأفكار أهملت الحكومات هذا القطاع ولم يأخذ حقه في الاهتمام كما هو الحال في القطاعات الإنتاجية الأخرى مثل القطاع الصناعي.

_ إهمال قطاع السياحة العكس على الكفاءات البشرية، حيث تعاني الكثير من المرافق السياحية من نقص في الأيدي العاملة المتخصصة بفروع خدمات السائح والمناطق السياحية

¹ _ موسى سعداوي، زروق صدوقي، السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الثاني، 2012، ص ص 110-111.

² _ محمد سهام، بن بيلي جميلة، مقومات جذب النشاط السياحي وواقعه بالجزائر للفترة (2015-2017)، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، المجلد 3، العدد 1، 2020، ص ص 62-63.

- ضعف وهي سكان الجزائر بأهمية السياحة، ومساهمة السكان بمشاريع صغيرة أو كبيرة، وتوفير الأمن المجتمعي للسائح فلا ينظر للسائح نظرة ربة أو شك، بل ينظر إليه كزائر للبلد، ويجب إعطاء صورة حسنة عن البلاد لتشجيعه للعودة مرة أخرى.
- تركيز المرافق السياحية في المدن الرئيسية مما يؤدي إلى ارتفاع أسعارها خاصة الفنادق، والمطاعم، والمقاهي.

ثانيا/ مقومات السياحة في الجزائر:

- سوف نتطرق إلى واقع السياحة في الجزائر من خلال إبراز الإمكانيات السياحية المتاحة، كما تزخر الجزائر بإمكانات كبيرة في مجال السياحة من إمكانيات طبيعية وبشرية ومادية وخدمية، ما يجعل منها بلدا مستقطبا للسياح من جميع أنحاء العالم، ومن بين هذه الإمكانيات نذكر ما يلي:
- تتوفر الجزائر على تراث مادي وروحي غني وعلى مواقع استثنائية.
 - تحتوي الجزائر على عدد لا بأس به من المتاحف الكبيرة.
 - تتمتع الجزائر بمناخ متوسطي.
 - تتوفر على خمس أنظمة بيئية غنية ذات طبيعة مختلفة.
 - الجزائر محظوظة بامتلاكها لتراث فريد ذي قيمة استثنائية متمثل في جنوب الصحراء.
 - المواقع الاستراتيجية للجزائر.

المطلب الثالث: أنواع السياحة في الجزائر.

من خلال هذا المطلب سنعرض أنواع السياحة في الجزائر وهي كالاتي:

أولا/ السياحة الساحلية¹:

من المعروف أن الساحل الجزائري يمتد على طول 1200 كلم، تتخلله شواطئ بديعة، وغابات أخاذة، وسلاسل جبلية ذات مناظر ساحرة على طول الشريط الساحلي وبالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية، إلا أن فاعليتها لا تزال دون المستوى المطلوب، وذلك لأسباب عديدة أهمها غياب الرؤية الواضحة تجاه السياحة في الجزائر، وغياب المنافسة وتهميش القطاع الخاص وقلة الاعتمادات المالية المخصصة لهذا القطاع، ولكي تحقق هذه الأخيرة الأهداف المرجوة منها لا بد من توفير وتحسين الظروف التي تتلاءم مع طبيعة المنطقة، منها:

_ الحفاظ على نظافة الشواطئ وإشعار السياح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشريات المختصرة والواضحة وبلغات متعددة.

- الحيلولة دون حدوث سلوك كيت منافية للآداب العامة من السياح ومن عامة الناس.
- إنشاء مساكن سياحية تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية، وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها .
- إنشاء ملاعب للرياضات وتوفير القوارب والتجهيزات الخاصة بالسباحة والغوص .

¹ _ بن حسين عبد المومن، بوكموش سرور، ترشيد السياحة الساحلية، مجلة أبحاث، المجلد 7، العدد 1، 2022، ص ص 230-231.

- توفير محلات تجارية تعرض كل ما قد يحتاج إليه السائح خاصة الصناعات التقليدية.

ثانيا/ السياحة الجبلية¹:

إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح، فإن الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية، خاصة في الظروف الأمنية الراهنة، ومهما كان الأمر فإن الأمل في الاستقرار قائما، ومن هنا فإن التفكير في وضع استراتيجيات للسياحة الجبلية تستوجب أن يكون اليوم وليس غدا. تحتوي مناطقنا الجبلية على الروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة، وللأسف نقف اليوم غير مباليين بها، وأصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تتعلم وتقتصر فقط على التزحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة) وتلا خليف (ولاية تيزي وزو) والشريرة (ولاية البليدة)، وهذا التقديم للسياحة الجبلية السيين اساسين أولهما يتمثل في الواقع المناخي في الجزائر حيث أن كميات الثلوج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلالها طري. ومن لما أصبح لزاما علينا أن نركز على المعالم الدائمة، وثانيهما انه من الخطأ حصر السياحة الجبلية في التزحلق فقط، فهناك كهوف ومغارات طبيعية تمتد على مسافات طويلة لا تعرف عنها شيء بالرغم من استفادة اجدادنا القدامى منها واستغلالها المكثف من طرف مجاهدي الثورة التحريرية باستعمالها كمستشفيات العلاج المرضى وأماكن للراحة وإنتاج وتخزين بعض السلع كالملابس والاحذية والأسلحة، إن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المغارات والكهوف فحسب إنما هناك ثريات أخرى لها أهميتها للمسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والنباتات الطبية العذبة، والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتوة شتاء، وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح إذ تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف منا الجزائر.

وفي الواقع لا تحتاج السياحة الجبلية إلى استثمارات ضخمة وهياكل مكلفة، مثلما هو الحال للسياحة الساحلية، يكفي أن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالاعتماد على الاشهار وتقديم الأشرطة حول هذه المواقع وضمان سلامة السائح، ومن غير المعقول أن تحمد السياح المحليين يعرفون الكثير عن مرتفعات اليوم وجبال الألب وقدم الهملايا، بينما تجدهم يجهلون ما في جبال الأوراس وجرجرة والونش ريس والهقار.

ثالثا/ السياحة الصحراوية²:

يقصد بالسياحة الصحراوية كل إقامة سياحية في محيط صحراوي، تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف. وتحقق السياحة الصحراوية العديد من المزايا إذا توفرت لها الشروط الأربعة، وتمكن إبراز أهميتها في تحقيق التنمية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية من خلال النقاط الآتية:

- المساهمة في توفير العملة الصعبة للبلاد.

¹ د. بنين بغداد، أ. بنين عبد الرحمان، السياحة كبديل لتفعيل التنوع الاقتصادي في الجزائر، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 1، العدد 1، 2016، ص 81.

² فريد بختي، رضا بهياني، السياحة الصحراوية كاسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر دراسة حالة ولاية تمنراست، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 5، العدد 2، ص ص 162-163.

- توفير مناصب شغل دائمة والتقليل من حدة البطالة خاصة لأهالي الجنوب.
- زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات، ليس فقط بمقدار ما ينفقه السياح اثناء رحلاتهم السياحية، بل عن طريق ما يسمى في الاقتصاد المضاعف الاقتصادي، لان الاستثمارات السياحية تؤدي إلى سلسلة أخرى من الاستثمارات التي تساهم بدورها في زيادة الدخل.
- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتنويع استخداماتها وتوجيهها إلى استثمارات جديدة.
- مساهمة الرؤوس الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق القرى السياحية،..... الخ).
- التشجيع وتنمية القطاعات الخدماتية الأخرى المساعدة للقطاع السياحي.
- تحقيق الاتصال الحضاري والمزيج الثقافي وتدعيم العلاقات مع الشعوب، والاطلاع على ثقافات وحضارات أخرى.
- الحفاظ على الآثار التاريخية والعادات والتقاليد الوطنية والارتقاء بها عالميا.
- ترقية الصناعات التقليدية واثراء التراث الثقافي.

خلاصة الفصل:

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات في العالم اليوم، حيث أصبحت السياحة صناعة حضارية واجتماعية وتمثل المحور الأساسي في أنشطة الخدمات وأحد أسرع القطاعات نمواً على مستوى العالم، وأداة فعالة لتحقيق التنمية المستدامة وتخفيف الفروق الاقتصادية والاجتماعية وتأمين موارد هامة، بل إن بعض الدول مثل: المالديف وألمانيا يفوق الإنفاق السياحي فيها إجمالي صادراتها السلعية.

وشهد قطاع السياحة في الجزائر نموا ملحوظا خلال السبعينيات والثمانينيات من القرن الماضي، وهذا راجع للإمكانيات الطبيعية والسياحية التي تتوفر عليها بالرغم من الاهتمام المتواضع بالقطاع السياحي آنذاك، إذ يمكن أن تجعل هذه الإمكانيات الجزائر البلد السياحي الأول في منطقة شمال إفريقيا، كما يمكن أن يكون قطاع السياحة مصدر دخل هام للبلد، إلا أن هذه الإمكانيات غير مستغلة على أكمل وجه.

الفصل الثاني:

الإطار النظري لوسائل

الدفع الإلكتروني

تمهيد:

على ضوء التطور التكنولوجي الحاصل في العقود القليلة الماضية وانتشار التجارة الإلكترونية في مختلف أرجاء العالم على نطاق واسع؛ والاستفادة من الامكانيات الهائلة لاستعمال شبكة الأنترنت في ظل هذه المعاملات التجارية الحديثة أصبحت طرق الدفع التقليدية لا تتماشى مع طبيعة هذه المعاملات الافتراضية؛ من جعل صعوبة في طرق الدفع وهذا ما جعلها غير أهل بالثقة وتسبب مشكلات كثيرة بالنسبة للعديد من مستخدمين التجارة الإلكترونية.

حيث أدت التجارة الإلكترونية إلى ضرورة تطور أنظمة ووسائل الدفع لتصبح أكثر ملائمة مع متطلبات هذه التجارة اذ تتم كل عملياتها وتسييرها عبر الانترنت واجهزة الدفع الكترونية حيث تشمل في طياتها جميع وسائل الدفع التي تستخدم فيها التكنولوجيا؛ اذ نجد كل وسيلة تلائم خدمة أو معاملة إلكترونية معينة ولضبط مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني وماهيتها خصصنا فصل لهذا المجال بحيث قسمناه إلى مبحثين:

المبحث الاول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني.

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.

المبحث الثالث: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني.

المبحث الاول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

تعتبر وسائل الدفع الالكتروني عن الصورة أو الوسيلة الالكترونية للدفع التي تستعملها في حياتنا اليومية من أجل تسوية المعاملات التجارية والمالية والفرق الجوهرية بين سابقتها هي أن كل عملياتها وتسييرها يكون الكترونيا ولا وجد للأوراق المالية التجارية في تسوية الالتزامات بين الدائن والمدين، وسيتم في هذا المبحث ضبط المفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني وتحديد أهم مميزاتها وأهميتها.

المطلب الاول: مفهوم وسائل الدفع الالكتروني.

قبل التطرق إلى تحديد ماهية وسائل الدفع الالكتروني لابد من تحديد ماهية وسائل الدفع أولا.

أولا/ تعريف وسيلة الدفع:

حسب المادة 69 من الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض المعدل والمتمم نصت على أنه تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الاسلوب التقني المستعمل¹ وتدل كلمة الدفع على إطفاء دين أو تسوية التزام فتعتبر وسيلة دفع كل الأدوات التي تمكن الشخص من تحويل أمواله مهما يكون السند أو الاسلوب التقني المستعمل؛ وحسب ما نصت عليه المادة 112 من قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض (الملغى) على أنه " يمكن اعتبار وسيلة دفع أداة تسمح لأي كان بتحويل الأموال مهما كانت الركنية أو الاجراء التقني المستعمل" وعرفها البعض بأنها كل الادوات التي مهما كانت الدعائم والأساليب التقنية المستعملة تسمح لكل الأشخاص بتحويل الأموال بغض النظر عن شكل السند المستخدم وسواء كانت الدعامة المستعملة في ذلك ورقية كالشيك والسند لأمر والسفجة أو قيدية كالتحويل أو إلكترونية كالبطاقات البنكية. ويمكن النظر إلى وسيلة الدفع من ثلاث زوايا أساسية وهي : أداة وساطة فهي تسهل التداول وتمكن من إجراء الصفقات بسهولة، أداة للدفع العاجل، أداة تمكن من نقل الانفاق في الزمن حيث أن امتلاكها يسمح لأفراد إما إنفاقها حاليا أو انتظار فرص أفضل في المستقبل.²

ثانيا/ تعريف وسائل الدفع الالكتروني:

قبل تحديد تعريف للنقود الالكترونية، تجدر الإشارة إلى أن الكثير من الباحثين يعتبر أن النقود كأداة دفع وليس كشكل نقدي جديد، وهي تطبيق لوسائل الكتروني لتنفيذ تحويلات من حساب إلى حساب آخر³. وتعرف وسائل الدفع الالكتروني على أنها " أنظمة الدفع التي تتم الكترونيا بدلا من ورق الكشف والبيانات ويمكن الشخص من محاسبة فواتيره الكترونيا أو القيام بتحويل النقود الكترونيا عبر حسابه البنكي الخاص وتعرف أيضا بأنها " وسيلة الكترونية بها قيمة نقدية مخزونة بطريقة الكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول

¹ - المادة 69 من الأمر 11/03 المؤرخ في 26-8-2003 المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية، العدد 52.

² - بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث لدراسات القانونية والسياسية، المجلد 07، العدد 01، جوان 2022، ص ص 3-5.

³ - Claude MARMONIER. MARTIN, la monnaie électronique, note de synthèse, juin 1985, p13.

المستخدمين كبديل عن العملات النقدية الورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة¹.

وتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف وسائل الدفع الالكتروني في المادة السادسة من القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية وسيلة الدفع الالكتروني بأنها "كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا لتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة الكترونية².

ويعرف الدفع الالكتروني على أنه " عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر؛ وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات " ويمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين؛ مثل إرسال شيك عن طرق البريد أو من خلال الفاكس؛ أو إرسال البيانات الخاصة بحسابه البنكي؛ لكن هذه الوسائل لا تصلح وخصوصية التجارة الالكترونية ومقتضيات السرعة فيها ؛ لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الالكتروني من خلال شبكة اتصال لاسلكية موحدة عبر الحاسب. وتعرف المادة الثانية من القانون التجارة الالكترونية التونسية وسيلة الدفع الالكتروني أنها " الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات". وسائل الدفع المتطورة في الانترنت هي عبارة عن الصور أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية ؛ الفرق الأساسي بين الوسيطتين هي أن وسائل الدفع الالكترونية تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية³.

ولقد عرف المشرع الجزائري وسيلة الدفع الالكتروني من خلال المادة 69 من قانون النقد والقرض " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن سند أو الاسلوب التقني المستعمل⁴.

¹ - قطاف عقبة، بومعروف فاطمة الزهراء، الواقع المحاسبي لوسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة: الشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية (نפטال -سكرة-)، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميله، المجلد 07 العدد 01، جوان 2021، ص 309.

² - القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، ص 05.

³ - نعيمة مولفرعة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكتروني، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة التكوين المتواصل - مركز تيارت - العدد 06، ص 487.

⁴ - المادة 69، المرجع السابق.

المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الالكتروني.

من خصائص وسائل الدفع الالكتروني ما يلي:

أولاً/ الدفع الالكتروني يتسم بالطبيعة الدولية:

أي أنه وسيلة مقبولة من قبل جميع الدول، حيث يتم استخدام لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم، خصوصاً أن عمليات التجارية تتوسع إقليمياً ودولياً، وبذلك تساعد وسائل الدفع الالكترونية على تحسين السيطرة على عمليات التوزيع والنقل¹.

ثانياً/ يستخدم الدفع الالكتروني باستخدام النقود الالكترونية:

حيث يتم السداد من خلال المخزون الالكتروني لقيمة نقدية من خلال وسيلة تقنية أو دعامة إلكترونية ؛ كاستخدام بطاقة ذاكرة رقمية أو بالذاكرة الرقمية للمؤسسة التي تتولى بنفسها عملية التحويل المصرفي وأوامر التحويل المصرفي؛ وأوامر التحويل وغيرها.

ثالثاً/ يستخدم الدفع الالكتروني لتسوية المعاملات الالكترونية التي تتم عن بعد:

حيث لم يعد ضروريا الحضور الشخصي للأفراد المتعاملة لتسوية معاملاتهم في البيئة الرقمية فيتم الدفع الالكتروني بين أطراف يتبادلون المعلومات الالكترونية بواسطة الاتصال عن بعد؛ فهم لا يجمعهم مجلس عقد واحد.

رابعاً/ الأمر بالدفع الإلكتروني غير قابل لرجوع فيه irrévocable:

أي أنه بمجرد صدور الأمر بالدفع فإن هذا الأمر غير قابل لرجوع فيه سواء في التحويل المصرفي أو في أمر الدفع بالبطاقات أو في الدفع بموجب الأوراق التجارية الالكترونية، ومادام أن جميع هذه الوسائل تقوم على التقنية التحويل من الحسابات فإنه بمجرد القيد في حساب المدين يصبح أمر الدفع واجب التنفيذ وذلك بقيد في حساب المستفيد منه².

خامساً/ يتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين³:

__ من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض، ومن ثم الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوع مقدماً.

__ من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقاً لهذا، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملة مالية.

سادساً/ يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك:

أي توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

سابعاً/ تمتع وسائل الدفع الالكتروني بالأمان:

¹ - د. هادف حيزية، نجاح وسائل الدفع الالكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الالكترونية: استعراض لتجارب بعض الدول الأوروبية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة لمدينة، العدد 8، 2014، ص 268.

² - د. باطلبي غنية، وسائل الدفع الالكترونية، دار هما للطبع والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2018، ص ص 25-26.

³ - أ. نعيمة مولفرعة، مرجع سابق، ص 489.

يتم الدفع الالكتروني من خلال فضاء معلوماتي مفتوح، فإن خطر السطو على أرقام الكروت أثناء الدفع الالكتروني قائم، فازداد هذا الخطر في الدفع عبر الانترنت عن غيرها من الشبكات باعتبارها فضاء يستقبل جميع الأشخاص من جميع البلدان بمختلف مقاصدهم ونواياهم لذلك يجب أن يكون مصحوبا بوسائل أمان فنية من شأنها أن تحدد هوية المدين الذي يقوم بالدفع لدائن الذي يستفيد منه فتتم بطريقة مشفرة وبرامج خاصة معدة لهذا الغرض حيث لا يظهر الرقم البنكي على شبكة الويب، كما يتم عمل ارشيف للمبالغ التي يتم السحب عليها باستخدام هذه الطريقة تكون من السهل الرجوع إليه.¹

ثامنا/ يتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشبكات²:

ـ شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد، ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

ـ شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الافراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة، وهذه الخصائص بالتأكيد تسمح بتقليل وتخفيض تكاليف العمليات التجارية، إضافة إلى أنها تتضمن الوقت، علاوة على تحسين إدارة النقد والشاركة التجارية بين الممولين والعملاء.

المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الالكترونية.

لوسائل الدفع الالكترونية أهمية بالغة لأطراف العلاقة التعاقدية فهي تمنح عدة مزايا وفوائد لحاملها أو للبنك المصدر لها أو حتى لتاجر وعلى المستوى الاقتصادي عموما نذكر منها ما يلي³:

أولاً: الشعور بالأمان والخصوصية والسهولة في الاستعمال : فتعتبر وسائل الدفع الالكتروني وسيلة دفع جاهزة توفر على المستهلك حمل النقود وما يترتب على ذلك من مخاطر ضياعها أو سرقتها، كما تحول له الابقاء بالتزاماته بطريقة سهلة بعيدة عن التعقيد كما تساعد على توفير الوقت من خلال إجراء عمليات الدفع، كما أن الخصوصية في التعامل بهذه الوسائل تأتي من كون هذه الأخيرة لا ترتبط في معظمها بشيكات مصرفية أي أنه لا تكتنفها علاقة مصرفية مما يقلل احتمال إطلاع الغير على الصفقات التي يقوم بها المستهلك، كما أن البطاقات لا يمكن تداولها إلا من خلال حاملها الشرعي وعدم قابليتها للانتقال عن طريق التظهير.

أما بالنسبة للتجار فتكمن أهمية في كون القيمة الالكترونية التي قام المستهلك بدفعها لهم قابلة لتحويل إلى نقود عادية دون أدنى شك وذلك بضمان المؤسسة التي قامت بإصدارها.

¹ - سايس ابتسام، نيلي صفاء، وسائل الدفع في التجارة الالكترونية، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة-، 2019-2020، ص 11.

² - نعيمة مولفرعة، مرجع سابق، ص 489.

³ - جابلة إلهام، رباعية جهاد، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالة - مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في شعبة العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة 08 ماي 1945، - قالة-، ص 17.

ثانياً: توفير النقدية بصورة فورية، ويؤدي هذا النظام إلى تحسين التدفق النقدي وكذا تسريع دورة النقد، ولوسائل الدفع الالكتروني أهمية بالغة كون نظام الدفع الالكتروني يتسم بالطبيعة الدولية ويتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الالكتروني عبر أنحاء العالم عن طريق مجموعة الأدوات الالكترونية التي تصدرها البنوك ومؤسسات الائتمان.

بعد ما كانت التسويات المالية تتم عن طريق وسائل مادية ملموسة ومعروفة وهي أدوات الوفاء الشائعة الاستخدام من النقود والشيكات ومع اتساع نطاق التجارة الالكترونية أصبحت تلك الوسائل المادية لا تصلح في تسهيل المعاملات التي تتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الالكترونية التي تبرم عبر شبكة الانترنت، حيث تتوارى المعاملات الورقية حيث أصبح الأمر يحتاج إلى وسيلة جديدة لدفع تتلاءم مع متطلبات التجارة الالكترونية فظهرت وسائل تواكب التطورات التي يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين مثل إرسال شيك أو رقم بطاقة بنكية عن طريق البريد أو من خلال فاكس وهو إرسال البيانات الخاصة بحسابه البنكي، حيث يستطيع العميل من خلال هذه البيانات اقتطاع الثمن من حساب العميل ولكن هذه الوسائل لا تتفق وخصوصية التجارة الإلكترونية¹.

¹ - زواش زهير، روابح عبد الباقي، بطاقات الدفع البنكية ودورها في تسريع المعاملات المصرفية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي (ضرورة الانتقال وتحديات الحماية)، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة، يومي 23- 24 أفريل 2018، ص 5-6.

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.

ساهمت التجارة الإلكترونية باختلاف نوع المعاملة أو الخدمة التي تقدمها في ظهور وانتشار العديد من وسائل الدفع إذ تلائم كل وسيلة دفع طبيعة الخدمة المخولة لها وهذا ما أدى إلى تنوع واختلاف في طرق الوفاء حيث سنعرض في هذا المبحث أهم أنواع الوسائل الدفع الإلكتروني

المطلب الأول: النقود والمحافظ الإلكترونية.

أولاً: النقود الإلكترونية.

1_ تعريف النقود الإلكترونية:

تعرف النقود الإلكترونية بأنها أداة فنية ذات قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً، سواء كانت قائمة على البطاقة أو قائمة على الشبكة، وتعمل كأداة حامل مدفوعة مسبقاً، والتي يمكن استخدامها على نطاق واسع لتسديد المدفوعات لمؤسسات أخرى غير الجهة المصدرة مع أو بدون اشراك الحسابات المصرفية في المعاملة¹. كما عرفت النقود الإلكترونية بأنها عبارة عن²:

_ مستودع للقيمة النقدية يحتفظ به بشكل رقمي، بحيث يكون متاح لتبادل الفوري في المعاملات.

_ كما عرفت أيضاً بأنها مجموعة من البروتوكولات، وتوقعات رقمية التي تتيح لرسائل الإلكترونية أن تحل محل تبادل العملات التقليدية، وبعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية هي المكافئ الإلكترونية لنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.

_ كما عرفت كذلك قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية، مخزنة بشكل إلكتروني، أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك.

و عرفت أيضاً النقود الإلكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقعات الرقمية التي تتيح لرسالة الإلكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية³.

وانطلاقاً من التعريفات السابقة، نستطيع أن نعرف النقود الإلكترونية بأنها " قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية، وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتستخدم كوسيلة لتحقيق الأغراض المختلفة ". تستخدم النقود الرقمية في سداد قيمة صفقات البيع والشراء عبر الشبكة العالمية للمعلومات حيث يتم تحويل المبلغ من جهة إلى جهة أخرى دون تدخل أي وسيط، وتساعد معاملات النقود الرقمية على انجاز هذه المعاملات بسهولة ويسر ومن أمثلتها العملات المشفرة مثل البيت كوين⁴.

¹ -Address by Mr Tito Mboweni, Governor of the South African Reserve Bank, at the Sun Microsystems Conference 1998, Held in Vodaworld, midran on 11 October 1999, P 03.

² - محمد دمان ديب، النقود الإلكترونية: ماهياتها ومزاياها ومخاطرها، مجلة الشريعة والاقتصاد جامعة الامير عبد القادر، العلوم الاسلامية قسنطينة، المجلد 10، العدد 01، 2021، ص 163.

³ - د. أكرم حداد، مشهور هذلول، النقود والمصارف -مدخل تحليلي ونظري-، دار وائل لنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2008، ص 57.

⁴ - جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الإلكترونية، صندوق النقد العربي، سلسلة كتيبات تعريفية، العدد (20)، موجه للفئة العمرية الشابة في الوطن العربي، 2021، ص 17.

2_ خصائص النقود الالكترونية وأسلوب التعامل بها:

2_1 _ خصائص النقود الالكترونية¹:

_ النقود الالكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً: فالنقود الالكترونية وخلافاً لنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل الكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

_ النقود الالكترونية ثنائية الأبعاد: إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود مثلاً، فالنقود الالكترونية صالحة لإبراء الذمة ووسيلة لدفع أثمان السلع والخدمات دون أن يقتضي ذلك قيام البائع بالتأكد من حقيقة هذه النقود أو من كفاية الحساب البنكي للمشتري كما هو الحال بالنسبة لوسائل الدفع الالكترونية، حيث يتأكد البائع من مدى كفاية الرصيد الموجود في حساب المشتري.

_ النقود الالكترونية ليست متجانسة : حيث أن كل مصدر يقوم بخلق وإصدار نقود الكترونية مختلفة، فقد تختلف هذه النقود من ناحية القيم، وقد تختلف أيضاً بحسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود، فهذه النقود ليست متماثلة أو متجانسة.

_ سهولة الحمل: تتميز النقود الالكترونية بسهولة حملها نظراً لخفة وزنها وصغر حجمها، ولهذا فهي أكثر عملية من النقود العادية، ويرجع ذلك إلى أنها تعفي الفرد من حمل نقدية كبيرة لشراء السلع والخدمات رخيصة الثمن لصحيفة أو مشروب أو وجبة خفيفة.

_ وجود مخاطر لوقوع أخطاء بشرية وتكنولوجية: يلاحظ أن النقود الالكترونية هي نتيجة طبيعية لتقدم التكنولوجيا، وعلى الرغم مما تقدمه هذه التكنولوجيا للبشرية من وسائل الراحة والرفاهية، فإنها تظل عرضة للأعطال مما يتسبب في وقوع مشكلات كثيرة خاصة في ظل عدم وجود كوادرات مدربة وخبيرة تكون قادرة على إدارة المخاطر المترتبة على هذه التقنيات الحديثة.

_ النقود الالكترونية هي نقود خاصة: على عكس النقود القانونية التي يتم إصدارها من قبل البنك المركزي، فإن النقود الالكترونية يتم إصدارها غالبية الدول عن طريق شركات أو مؤسسات ائتمانية خاصة، ولهذا فإنه يطلق على هذه النقود اسم النقود الخاصة.

ثانياً: المحافظ الالكترونية.

1_ تعريف المحافظ الالكترونية:

قد تكون المحفظة الالكترونية عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة - رقاقة - حوسبية)، يمكن تشيبتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرص مرن يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية (منه أو إليه) عبر الأنترنت باستخدام برامج معينة، ويمكن

¹ - سعد العبيد، النقود الالكترونية، بحث منشور على موقع موسوعة الاقتصاد والتمويل الاسلامي ، تاريخ التصفح: 2024-04-26
www.iefpedia.com، ص6.

الفصل الثاني : الإطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني

استخدام المحفظة الالكترونية لدفع عبر الانترنت وفي الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الالكتروني¹.

2_ خصائص المحافظ الالكترونية²:

المحفظة الالكترونية تعطي حلا متطورا للدفع بمبالغ صغيرة، وعليه يمكن التخلص من أسعار معالجة الشيكات وباقي وسائل الدفع الورقية، في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة، وتسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقد، وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة، وهي وسيلة ملائمة تماما لصفقات التجارية لما توفره من سرعة في العمل، والمدفوعات التي تخص المحفظة الالكترونية هي:

- _ الموزع الآلي للنقد.

- _ آلات توزيع التذاكر من أجل ركب السيارات، دفع رسوم في الطرق السريعة، النقل الحضري.
- _ بطاقات الهواتف العمومية، بطاقات مختلفة.

- _ ومن الأسباب التي أدت إلى ابتكار المحفظة الالكترونية هو حماية المتسوقون بالنسبة الى التسوق المباشر one line، حيث أصبحوا يتعبون من الدخول المتكرر إلى معلومات الشخص والسداد في كل مرة يقومون فيها بالشراء، والمشكلة الأخرى التي تحلها المحافظ الالكترونية هي توفير مكان تخزين آمن بالنسبة لبيانات بطاقة الائتمان والنقد الالكتروني ولهذا فإن المحفظة الالكترونية، تشبه في خدماتها الوظيفة المماثلة للمحافظ المادية، أما المعلومات التي تخزنها هذه المحفظة كحد أدنى، هي تخزين معلومات الشحن والفواتير شاملة أسماء المستهلكين وعنوان الشارع والمدينة وتحمل أسماء وأرقام بطاقات الائتمان، كما تحمل نقدا الكترونيا من مختلف الموردين.

3_ مبدأ عمل المحفظة الالكترونية:

يتم استعمال المحفظة الالكترونية وفقا للخطوات التالية³:

- _ يدخل المتسوق إلى موقع يقبل التعامل بالمحافظ الالكتروني ويختار السلعة التي تلي حاجياته.
- _ عند توجه المتسوق إلى مكان الفحص الإلكتروني يطلب منه الموقع تحديد كيفية إدخال البيانات والمعلومات، سواء يقوم بطباعتها مباشرة أو يدخلها مباشرة من المحفظة التي تقوم بملأ المعلومات الضرورية أوتوماتيكيا داخل الموقع.
- _ إذا رأى المستهلك بأن ملاً نماذج المعلومات يستغرق وقتا طويلا وفضل استعمال الحافظة الالكترونية فإنه ينقر عليه (click) ويدخل كلمة السر، حينئذ تعرض قائمة بطاقات الائتمان التي في المحفظة فيختار المتسوق واحد منها ويعطيه كلمة السر.

¹ - د. ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية (مفاهيم واستراتيجية التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008، ص 72.

² - رابح حمدي باشا، وهيب عبد الرحيم، تطور طرق الدفع في التجارة الالكترونية، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، ص 178-179.

³ - تباني امل، مريم سعدة، واقع ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص مالية وتجارة دولية وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945-قلمة، 2019-2020، ص 35.

الفصل الثاني : الإطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني

_ تتكفل المحفظة وموقع البائع بمهمة إتمام الصفقة ولا يطبع المتسوق شيئا، حيث تقوم المحفظة بمتابعة المشتريات والحصول على إيصالات عن هذه المشتريات.

المطلب الثاني: البطاقات الالكترونية.

أولا/ البطاقات المصرفية:

تعتبر البطاقات البنكية في وقتنا المعاصر من أكثر وسائل الدفع الالكترونية تداولاً وأكثرها استعمالاً والبديل العصري لنقود.

1- تعريف البطاقات المصرفية:

هي عبارة عن بطاقات مغناطيسية تصدرها البنوك والمؤسسات المالية والتي تسمح لحاملها بتسديد ثمن المشتريات أو سحب الأموال من الماكينات الالكترونية.

كما عرفت على أنها " عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية بأبعاد قياسية معينة مدون عليها بيانات مرئية وغير مرئية تصدرها البنوك لعملائها لتعامل بها بدلا من حمل النقود".

كما عرفت المادة 543 مكرر 23 من قانون التجاري الجزائري " تعتبر بطاقة الدفع بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانونا تسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الاموال".

وتعرف أيضا على أنها " عقد يتعهد بمقتضاه مصدر البطاقة بفتح اعتماد بمبلغ معين لمصلحة شخص آخر هو حامل البطاقة الذي يستطيع بواسطتها الوفاء بقيمة مشترياته لدى المحلات التجارية والمؤسسات التي ترتبط مع مصدر البطاقة بعقد تتعهد فيه بقبولها لهذه البطاقات للوفاء بمشتريات حاملها على أن تتسم تسوية المبالغ المستحقة بعد كل مدة محددة"¹.

كما تم تعريفها بأنها أداة دفع وسحب حديثة وظيفتها تحريك النقود التقليدية بين حسابات أطراف التعامل بها عبر شبكات الحاسب الآلي، مع إعطاء هذه الاطراف العديد من المزايا تبعا لنوع البطاقة وقيمتها ومدة الائتمان الممنوح لها وفقا للعقد المبرم بينهم².

3- أنواع البطاقات المصرفية:

للبطاقات المصرفية عدة انواع منها:

_ بطاقات الائتمانية credit card :

وتسمى بعدة تسميات أخرى عديدة منها بطاقة الائتمان القرضية وبطاقات الاقراض الربوي والتسديد على أقساط. وهذا النوع الأكثر انتشارا في العالم، خصوصا الدول المتقدمة صناعيا وهذه البطاقة تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات فور اظهارها فضلا عن عملية السحب النقدي من خلال الاجهزة التابعة للمصارف المصدرة، كما تتيح له الدفع الآجل على أقساط بقيمة السلع والخدمات للمصرف المصدر لتلك البطاقة، والفرق بين صيغة هذه البطاقة والبطاقات الأخرى هو في أن الائتمان الذي تحدثه هذه البطاقة

¹ - أ. عائشة بوتلجة، الصيرفة الالكترونية، مطبوعة جامعية موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر تخصص مالية وبنوك، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2020-2021، ص55، Univ- chlef. www.

² - أ. عمراني مصطفى، جريمة تزوير البطاقات البنكية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة جيلالي الياس سيدي بلعباس، العدد السابع، ص 303-304

هو دين متجدد، فلا يلتزم حامل البطاقة عند تسليمه للفاتورة الشهرية أن يسدد مبلغها والغالب إلزامه بدفع نسب ضئيلة منه فقط، بل يمكنه أن يدعمه معلقا بذمته ويقوم شهريا بدفع فوائد التأخير، فهو مخير بين أن يقضي أو يربي، وأشهر هذه البطاقات فيزا وماسترد كارد وأمريكان إكسبرس وغيرها¹.

بطاقات الخصم الشهري (charge card):

يقوم البنك بإصدار هذا النوع من البطاقات ولا يشترط على العميل صاحب الحساب الجاري أن يكون قد دفع في حسابه مبلغا في حده الأدنى مساويا للحد الأعلى للقيمة المسموح استخدام البطاقة بها أو بصورة حساب جار، وإنما قد تحدث المحاسبة بشكل شهري عن طريق ارسال كشف من البنك مصدر البطاقة لحامل هذه البطاقة ويحتوي على تفاصيل المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته وحصوله على السلع والخدمات من التجار أو من صاحب الخدمة، كما ينظم ما تم سحبه من الصراف الآلي (السحب النقدي)، أو من البنك وكل ذلك يجب الا يتجاوز الحد الأقصى المسموح له باستخدامه وسحبه ببطاقته، فيطلب من العميل تسديد هذه المبالغ خلال مدة تتراوح بين 25 إلى 40 يوما وإلا فإن البنك سوف يحمله فوائد تتراوح ما بين 1,5 إلى 1,75% شهريا على المبالغ المسحوبة.

لذلك نلاحظ أن الفترة الواقعة بين شراء السلعة أو الخدمات، والسداد هي مدة ائتمان وهي خدمة يقدمها البنك للعملاء في صورة قرض دون فائدة ويعتبر ائتمان قصير الأجل².

بطاقات الخصم الفوري (debit card):³

يعد هذا النوع من أنواع البطاقات الائتمانية أداة وفاء لا يمكن اعتبارها بأي شكل من الأشكال أداة ائتمان، لأنها تعطي العميل أجل لفترة من الزمن، فمن الواجب على العميل حامل هذه البطاقة أن يكون قد سبق له فتح حساب في هذا البنك مصدر البطاقة ويكون الحساب جاريا، ومما يشترطه مصدر البطاقة البنك على العميل أن يكون رصيده في هذا البنك مساويا في حده الأدنى للحد الذي يريد حامل البطاقة الشراء به، لهذا سميت ببطاقة الخصم، لأن البنك يستطيع الخصم المباشر من حساب العميل الجاري المفتوح لديه فتكون بصورة قيود دفترية فيخصم البنك قيمة المشتريات التي تمت بواسطة البطاقة، وعلى التاجر أن يقوم بتسليم حامل البطاقة في لحظة الشراء مستندات الشراء، ليقوم بالتوقيع على المستندات التي سلمت إليه وتمت تعبئتها، وذلك من أجل أن يصرفها التاجر من البنك مصدر هذه البطاقة، فيقع على عاتق حامل هذه البطاقة أن يضل حسابه الجاري مفتوحا لدى البنك (مصدر البطاقة) وبشكل دائم محافظا على الحد الأدنى المطلوب منه. وقد تطورت العملية الكترونيا الآن بفضل أجهزة الربط الالكتروني بين نقاط البيع والبنوك، بحيث يقوم التاجر بتمرير البطاقة عبر جهاز إلكتروني في نقطة البيع ومن ثم يدخل قيمة العقد، فيحصل اتصال إلكتروني بموجبه تقيد العملية على الحساب البنكي الذي صدرت عنه البطاقة التي تعود لحاملها وبعد ذلك إضافة لعمليات الإثبات يصدر إشعار بالعملية يتم توقيع صاحب البطاقة عليه، فالفرق هنا أن هذه العملية

¹ - فخر الدين حداد، علي بالموشي، مفيد عبد اللاوي، البطاقات الائتمانية بين الحكم الشرعي والواقع المصرفي - المصارف الجزائرية نموذجاً - مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية جامعة حمة لخضر بالوادي المجلد 14، العدد 01، 2021، ص ص 519، 520.

² - جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة الأولى، 2009، ص ص 30-31

³ - نفس المرجع، ص ص 28-39

كانت تحتاج إلى أن يقوم التاجر بتقديم كل أوراقه لتقييد المبلغ في حسابه، أما الآن فبمجرد الحصول على الموافقة الكترونياً، يتم قيد المبلغ من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر أو خلال مدة زمنية قصيرة في الغالب لا تتجاوز 48 ساعة. وكذلك في حال عدم وجود رصيد في حساب صاحب البطاقة فالاتصال الالكتروني يضمن عدم اعطاء الموافقة على العملية، وبغير ذلك فإن الشركة مصدرة البطاقة تضمن للتاجر سداد المبلغ في حال صدور الموافقة، ولعل أشهر هذه البطاقات هي البطاقة الصادرة عن شركة فيزا العالمية تحت اسم (VISA ELECTRON) فيزا الكترون، وهذا بالنتيجة يضعنا أمام المقاصة الالكترونية الفورية.

ومن الأمثلة الواضحة على مثل هذا النوع من البطاقات بطاقة الفيزا اليكترون والتي تصدر للعملاء الذين يحتفظون بحسابات بحيث يستطيع حاملها استخدامها على مدار الساعة سواء بالسحب النقدي أو الشراء داخل أو خارج البلاد، ومن جميع الاجهزة التابعة للبنوك المشتركة في الخدمة، وكذلك الشراء من مجموعة التجار المتصلين الكترونياً من خلال نقاط البيع بشريطة توفر الرصيد المعادل للحركة في الحساب المرتبط بالبطاقة¹.

بطاقات الائتمانية المضمونة (SECURED CREDIT CARD):

بطاقة أساسية مضمونة بودائع أساسية توفير ذات فوائد، حيث تستعمل الاخيرة لضمان خط الائتمان الذي توفره البطاقة للمستهلك، تتاح هذه البطاقة للأفراد غير المؤهلين للحصول على البطاقة الائتمانية التقليدية، بسبب افتقارهم إلى ما في ائتماني معروف، او مدرجون في شريحة ائتمانية متدنية بسبب المشكلات المالية السابقة، كما أنها تستعمل كأية بطاقة ائتمانية اعتيادية، وهناك حوالي مليون بطاقة منها في الولايات المتحدة².

البطاقة المسبقة الدفع PREPAID CARD :

حيث يقوم صاحب البطاقة بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية، يتم سحب المبلغ المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة، ولإعادة استخدامها يجب إعادة شحنها وهكذا، وقد عممت هذه الطريقة على مجالات عدة أهمها قطاع الاتصالات الهاتفية الثابت والنقالة³.

البطاقات البصرية OPTICAL CARDS :

هي بطاقات ممغنطة أو ورقية تحتوي على صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد لحامل البطاقة مما يزيد عنصر الامان وخاصة لدي التجار والبنوك الذين ليس لديهم الآلات الالكترونية. وفي الوقت الذي أصبحت البطاقة الواحدة تحتل عدة وظائف، وتقوم بكل من عملية الدفع، وسحب والائتمان فإن التطور التكنولوجي لا يزال يخلق لنظام المصرفي انواع جديدة من البطاقات الالكترونية، والتي تعد اكثر تطوراً بالنسبة للبطاقات السابقة، وأكثر سهولة من حيث الاستعمال، إلا أنها لا تخرج في مجملها

¹ - د. خالد أمين عبد الله، حسين سعيد سعيان، العمليات المصرفية الإسلامية، الطرق المحاسبية الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، الاردن، عمان، 2011، ص 384.

² - د. خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الاردن، 2010، ص 351.

³ - السائيس ابتسام، نيلي صفاء، مرجع سابق، ص 40.

الفصل الثاني : الإطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني

من حيث الوظيفة عن كونها بطاقة دفع، وسحب والائتمان، أي انها تقوم بجميع الوظائف كما سبق وإن ذكرنا¹.

ثانيا/ البطاقات الذكية :

البطاقة الذكية واحدة من آخر الإصدارات في عالم تكنولوجيا المعلومات التي احتضتها الصناعة المصرفية الالكترونية، تحتوي بطاقة "smart card" على شريحة إلكترونية مدمجة في بطاقة شبيهة في حجمها ببطاقة الدفع البلاستيكية الممغنطة، تخزن على هذه الشريحة المعلومات الالكترونية وبعض البرامج المحمية ببعض أنظمة الحماية المتطورة، وتشكل البطاقة الذكية مع القارئ نظاما متكاملًا لخدمة كثير من التطبيقات المختلفة، ويتم استخدام البطاقات الذكية في العالم مجالات مختلفة منها :

__ تحويل البطاقة الذكية إلى حافظة نقود إلكترونية.

__ تحويلها إلى بطاقة تعريف الهوية أو تذكرة للتنقل بوسائل النقل العمومية.

__ تستخدم في تأمين إجراء التحويلات المالية داخل الشبكة الدولية للمعلومات.

وكمثال واضح على البطاقات الذكية، نجد بطاقة موندكس "mondex smart card" التي ظهرت عام 1999، وهي منتج لمؤسسة ماستركارد العالمية، وتكتسب القبول على الإنترنت وفي موقع السوق العام. وفي الأخير تعتبر البطاقات الذكية كجهاز تحكم إذ أنها تجعل المعلومات العملية والشخصية متاحة فقط لمستخدمين محددين، وتمكن العملاء من الشراء وإمكانية نقل المعلومات الضرورية للمتعامل الآخر².

حيث تنقسم البطاقات الذكية من حيث كيفية تواصلها مع الجهاز القارئ الى ثلاثة انواع وتتمثل في: البطاقات التلامسية /contact card/ البطاقات عديمة التلامس /contactless card/ البطاقات ذات الخاصية المشتركة combi card. كما تقسم من حيث قدرتها على التخزين الى ثلاثة اصناف أساسية وتتمثل في بطاقات المعالج الاصغر ذات الدائرة المتكاملة / بطاقات الذاكرة ذات الدائرة المتكاملة / بطاقات الذاكرة الضوئية³.

المطلب الثالث: الأوراق التجارية الالكترونية.

أولاً: الشيك الالكتروني

1- تعريفه: المشرع الجزائري لم يتعرض لتعريف الشيك الالكتروني على وجه الخصوص شأنه شأن باقي الأوراق التجارية الالكترونية كما لم يخصه بقواعد قانونية خاصة. ولعل سبب وراء ذلك هو حداثة الشيكات الالكترونية كوسيلة دفع وعدم انتشار التعامل به على الصعيد المحلي.

ويرى بعض الفقهاء عدم الحاجة إلى وضع تعريف تشريع لشيك، لأن العرف كفيل بتحديد الضوابط اللازمة لأداء الشيك لوظيفته وتبيان مقوماته وشروطه، كما أنه يواكب التطورات في المعاملات بعكس

¹ - دحية رباب، أثر التطور التكنولوجي على أنظمة ووسائل الدفع مع الإشارة إلى حالة الجزائر- دراسة تحليلية -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية تخصص مالية بنوك وتأمينات، جامعة الجزائر 3، 2019/2020، ص49

² - د/ زايد محمد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الالكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية المجلد 03، العدد 02، 2021، صص 65-66

³ - د/مجد ناصر اسماعيل، أمل حسن علوان، تغريد جليل، البطاقة الذكية وأثرها في التقليل من بعض المخاطر المصرفية دراسة استطلاعية لعينة من زبائن مصرف الراجحي- فرع الخضراء، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد السابع والثلاثون، 2013، صص 84-85

التعريف التشريعي الذي يتميز بالبطء والجمود مما يجعله لا يستجيب للمتغيرات مما يجعل الشيك لا يواكب التطور الحالي.

من اهم التعريفات التي طرحت بشأن الشيك الإلكتروني : "الشيك الالكتروني هو محرر ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بشكل كلي أو جزء يتضمن أمر من شخص يسمى صاحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغ من النقود لغدن شخص ثالث يسمى المستفيد".

وبالتالي يظهر لنا من خلال هذا التعريف أن الشكل الإلكتروني مكافئ لشيك الورقي من حيث مفهوم الدفع، إلى أنه يقبل المعالجة الالكترونية سواء كلية أو جزئية، والمقصود بالمعالجة الالكترونية هو تناول المعلومات في شكل الكتروني عن طريق الحواسيب أو أجهزة مشابهة. فالمعالجة الالكترونية ليست معالجة يدوية أو حرارية أو ميكانيكية بل هي بكل بساطة عبارة عن معالج بواسطة أجهزة الكترونية مثل الحاسوب لأنه مكون من عدة أجهزة تعمل كلها بواسطة شرائح الكترونية وهذه الشرائح هي المتحكمات في كل عمليات المعالجة فحين يوثق المشتري الشيك ويرسله الكترونيا إلى المستفيد الذي يرسل بدوره إلى البنك الذي يعمل إلكترونيا عبر الانترنت ليقوم بتحويل قيمة من حساب المشتري إلى حساب المستفيد نكون أمام المعالجة الإلكترونية الكلية. أما إذا تقدم المستفيد شخصا من البنك لتقديم الشيك للوفاء، حيث يحمل الشيك في هذه الحالة شريطا ممغنطا يتم تمريره عبر جهاز قارئ تمهيدا لتحويله إلى نظام المقاصة الالكترونية قبل صرفه. كما يمكن تعريفه بأنه: " وثيقة رقمية محررة وفق أوضاع شكلية نص عليها القانون، تتضمن أمر من الساحب إلى المسحوب عليه البنك بأن يدفع لشخص ثالث المستفيد أو لأمر هذا الشخص بناء على رغبة الساحب مبلغا من النقود لدى الاطلاع.

يلاحظ على هذا التعريف أنه عرف الشيك وفقا لطبيعته الالكترونية وحصر حالات إصداره في حالتين إما لمصلحة المستفيد أو لمصلحة شخص آخر على عكس الشيكات التقليدية التي يمكن تحريرها أيضا لمصلحة الحامل أو لساحب نفسه بالإضافة إلى المستفيد أو لمصلحة شخص آخر.

من خلال كل ما سبق يمكن تعريف الشكل الإلكتروني بأن: " محرر يقبل المعالجة الإلكترونية سواء الكلية أو الجزئية، يتضمن أمر من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه الذي يكون دائما بنكا بدفع مبلغ معين لفائدة شخص ثالث يسمى المستفيد أو الحامل أو الساحب أو شخص آخر لدى الاطلاع".¹

وتتعدد الأمثلة على الشيكات الإلكترونية المستخدمة في عملية التسوية للمشتريات التي تتم عبر الأنترنت ومن بينها نذكر: نت شيك ECHEK/NETCHEQUE.

2_ آلية التعامل بالشيكات الإلكترونية: يتم التعامل بهذا النوع من الشيكات من خلال إدخاله في الجهاز القارئ المتصل بحساب العميل في البنك وعند إدخال قيمة الشيك في الجهاز القارئ ومن ثم الضغط على مفتاح الإدخال يقوم الجهاز خلال ثواني معدودة بمنح إيصال ورقي يتم فيه توضيح تام عن وجود مقابل وفاء

¹ - /كردي نبيلة، الشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الاجتماعية والسياسية، العدد الثالث عشر، ص 249_251.

من عدمه، كما يمكن التحقق من هذا الاجراء فوراً في أي وقت أو أي مكان من العالم وبعد التأكد من توفر مقابل الشيك الكافي فإنه يكون ساري المفعول ولكن مع الاحتفاظ بالسرية التامة فيما يخص قيمة الرصيد وهذا ما تطلبه العمل التجاري من خصوصية عالية والسرية التامة وعند عرض الشيك على الجهاز القارئ المغناطيسي يتجمد مقدار المبلغ المرصود في هذا الشيك بعد التحقق والتأكد من توفره لغاية تاريخ تقديمه إلى أي مصرف من مصارف المستفيد، فيستطيع العملاء من خلال ذلك والذين يمتلكون حسابات تجارية شراء السلع والخدمات¹.

3_ أنواع الشيك الالكتروني:

تنقسم الشيكات الالكترونية الى نوعان²:

الشيك الالكتروني الورقي: السندات التجارية الالكترونية الورقية هي التي تصدر منذ البداية بصورة تقليدية على محرر ورقي يتم معالجته الكترونياً وإدخال مضمونها على دعامة الكترونية، أو هي عبارة تخزين معلوماتي للمعلومات المشكلة للشيك.

فالشيك الالكتروني الورقي هو عبارة عن شيك ورقي يتضمن نفس البيانات الشكلية التي يخضع الشيك الورقي عادة، وهذا هو المقصود حينما تضيف عبارة معالج الكترونياً بصورة جزئية، سواء عند تقديمه للبنك، أو عند تظهيره لباقي الأطراف، ويتم ذلك عن طريق قيام المصرف بنقل البيانات على شريط ممغنط عن طريق الماسح الضوئي ويتم تداول هذا الشريط.

الشيك الالكتروني الممغنط : يختلف هذا النوع من الشيكات عن النوع الاول إذ يختفي في هذا النوع الورق منذ بداية إنشاء الشيك حيث يتم تسجيل بيانات الشيك مباشرة على شريط ممغنط وبالتالي فهي شكل جد متطور بالمقارنة مع الشيك الالكتروني الورقي وذلك لأنه يتسم بالبساطة الشديدة من الناحية المادية إذ تتجلى ضرورة التحرير المبدل على الورق بينما يقوم الساحب في حالة الشكل الالكتروني الورقي بتسليم مصرفه شيك حقيقي ورقي هذا الازدواج في العمليات لا يحدث في صورة شيك الإلكتروني الممغنط وهذا الأخير يشمل الخصائص القانونية ولكنه لا مادية، ولا مادية هذه تسمح بتخفيض التكاليف، وبالتقديم والتيسير لدفع ويعتبر هذا النوع الأكثر انتشاراً في المجال المصرفي لأنه يتميز بالبساطة لعدم تحريره على الورق ويصبح عمل البنك أسهل وأسرع من النوع الأول.

¹ - م.م/إبراهيم محي شهاب، الصك كوسيلة من وسائل الدفع التقليدية والالكترونية، مجلة الجامعة العراقية، كلية بلاد الرافدين، العدد(59ج2)، ص560

² - بن ربيع ريمة، الشيك الالكتروني، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية وجامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريش - 2021-2022، ص41

4_ خصائص الشيك الالكتروني:

وله عدة خصائص منها¹:

_ قابلية الشيك لتداول بالطرق التجارية:

من أهم خصائص الشيك التي لا يقوم بدونها أنه قابل للانتقال، أو التحويل من شخص إلى آخر من غير إجراءات معقدة، بل يكفي في ذلك تسليمه للغير بالمناولة أو تظهيره، وهو نقل الحق الثابت به إلى حامله بالكتابة على ظهره بما يفيد الموافقة على ذلك والتنازل عنه لصالح الحامل.

وتتميز طريقة نقل الحق الثابت عن طريق التداول بالبساطة والسرعة، بما يتوافق وحركة التجارة العصرية التي أصبح من أهم عوامل نجاحها السرعة وعدم التكلفة في الإجراءات، وبالأخص الشيك الإلكتروني، أين تتم كل هذه الإجراءات من انتقال وتظهير إلكترونيًا، وبالتالي تجسيد هدف الائتمان والسرعة اللذان يشكلان أحد أهم دعائم التجارة.

_ تمثيل الشيك لحق نقدي:

قيام الشيك مقام النقود، وتمثيلاً تاماً لها بيعاً وشراءً بل وفي جميع التعاملات التجارية من تحويلات وتوثيق لديون، حيث أنه قد نصت المادة (124/ب) من قانون التجارة الأردني على أن يكون الحق الثابت بشيك قدرًا معينًا من النقود، ويجب أن يكون هذا القدر معينًا تعيينًا نافيًا للجهالة من حيث المقدار، والنوع. فالشيك دائماً موضوعه مبلغ معين من النقود، ذلك لأنه يتضمن أمراً بدفعها في وقت معين محدد الأجل، أو عند الاطلاع، فكان صالحاً وقد جرى العرف بقبوله، ولم يعلق الفاء بالمبلغ المدون فيه على شرط، أن يتم تداوله بين الناس، وتجار خصوصاً بدلاً عنها، كما أن له نفس قيمة النقود السائدة في السوق.

_ استحقاق الشيك لدفع بمجرد الاطلاع:

يتميز الشيك الإلكتروني كان أو ورقياً عن غيره من الأوراق التجارية بأنه يستحق الدفع بمجرد الاطلاع أو بعد أجل قصير، كما يستطيع حامله أن يحصل على قيمته فوراً عن طريق خصمه في البنك المسحوب عليه أو أن يظهره إلى غيره تسديداً لثمن سلعة أو وفاء بالدين. نصت المادة (245_1) على أنه: " يكون الشيك واجب الوفاء لدى الاطلاع عليه وكل بيان مخالف لذلك يعتبر كأن لم يكن".

ثانياً: السفتجة الالكترونية.

1_ تعريفها: لم يعطي المشرع الجزائري تعريف للسفتجة وإنما حدد طبيعتها واعتبرها عمل تجاري حسب شكل طبقاً لنص المادة 389 من القانون التجاري ويمكننا تعريفها بالقول أنها صك محرر وفقاً لشكل معين أوجبه القانون بموجبه يقوم شخص يسمى الساحب بإعطاء أمر إلى أحد مدينه " مسحوب عليه" بدفع قيمة نقدية في تاريخ معين أو قابل لتعيين إلى شخص ثالث يسمى المستفيد.

¹ - ط.د. محمد الأمين مومني، الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال والعدد الأول، جوان 2020، ص 137-138

في حين أعتبر النظام المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع الخاصة بالجمهور العارض الآخر السندات التجارية بأنها السفاتج والسندات لأمر التي يحدد القانون التجاري مواصفاتها بينما يحدد شكلها في الوجيز المعلوماتي لوسائل الدفع الذي سنته لجنة التقييس، مما يعني ضرورة التقييس السفتجة الالكترونية في الجزائر.

وبالمقابل لا يختلف تعريف السفتجة الالكترونية عن التقليدية كثيرا إذ يمكننا أن نعرف السفتجة الالكترونية بأنها محرر شكلي ثلاثي الاطراف معالج الكترونيا بصورة كلية أو جزئية يتضمن الأمر الصادر من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه بأن يدفع مبلغ من النقود لثالث يسمى المستفيد لدى الاطلاع أو في تاريخ معين¹.

وبالتالي يمكننا تعريف السفتجة الالكترونية ببساطة انها سفتجة تقليدية بنفس البيانات الواردة في القانون التجاري الجزائري ونفس الخصائص أدخلت عليها معالجة الكترونيا أو اتخذت شكلا الكترونيا لتسهيل التعامل في المجال المعلوماتي وتقييسها استجابة للمعايير العالمية.

ومنه نستنتج الأوراق التجارية الالكترونية لا تختلف عن مثيلتها التقليدية سوى أنه يتم معالجتها الكترونيا.

2_ خصائص السفتجة:

لسفتجة الالكترونية خصائص متعددة نذكر أهمها²:

الخاصية العملية لسفتجة الالكترونية:

حيث تعتبر السفتجة الالكترونية الورقية أكثر موافقة لقواعد النظام الحالي في السفتجة الالكترونية الممغنطة لأنها تصدر على صك ورقي محرر وهو أحد الأمور التي تشترط لتكون السفتجة معتبرة في عالم التجار.

الخاصية الاختيارية لسفتجة الالكترونية:

وتعني أن الأخذ بالسفتجة الالكترونية الورقية كانت أو الممغنطة يقوم على الاختيار المطلق لطرفيها ويستلزم موافقة الدائن والمدين لتعامل بها.

التداول المنظم لسفتجة الالكترونية:

يقوم الاطراف بالاتفاق على إنشاء السفتجة على محرر ورقي مطبوع تتوفر فيه جميع البيانات اللازمة في السفتجة ويتم تسليمها إلى بنك الساحل حيث يقوم هذا الأخير بنقل البيانات على دعامة ممغنطة ثم يقوم بإرسالها إلى البنك سواء بطريق الالكتروني أو بالدعامة الممغنطة ثم يتم إرسالها إلى البنك المسحوب عليه الذي يقوم بدوره بإرسال هذه البيانات إلى المسحوب عليه قبل تاريخ الاستحقاق للاستفسار عن الوفاء بها، ثم يقوم البنك المسحوب عليه بالوفاء واشعار البنك الساحب بذلك.

¹ - نزيهة غزالي، السفتجة الالكترونية وقواعد قانون الصرف في التشريع الجزائري، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 25 ديسمبر 2017، ص163
² - سعداوي عبد القادر، زروقة ياسين، وسائل الدفع الالكترونية السفتجة الالكترونية نموذجا، مذكرة ماستر اكايمي في قانون الاعمال وجامعة محمد

بوضياف - المسيلة، 2020-2021، صص 39-40

السفتجة الالكترونية أداة أوجدها العرف المصرفي:

لذلك فهي ليست وليدة الاجتهاد الفقهي، أو تطبيقاً لنصوص القانونية، ويعود الفضل في وجودها إلى لجنة الدراسات الفنية.

عدم قابليتها للتظهير:

إن السفتجة الورقية تصدر لأمر الدائم كمبدئ عام وإن لم يصرح بذلك فيها وهذا يترجم قابليتها لتداول بطرق التجارية والتي تنحصر بالتظهير والمناولة اليدوية إلا أن ما يميز السفتجة الالكترونية عن الورقية التقليدية أن قابليتها على التداول تكون محدودة من حيث الأشخاص ومن حيث مدى التعامل.

3- التمييز بين السفتجة الالكترونية والشيك الالكتروني:

وتتمثل اهم نقاط التشابه بين الشيك الالكتروني في:

- كل منهما يتضمن مجموعة من البيانات الالزامية التي يؤدي غيابها إلى بطلان الورقة التجارية.
- يخضع كل منهما للمعالجة الالكترونية الكلية او الجزئية في مرحلة من مراحل الوفاء.
- وفاء الشيك الالكتروني والسفتجة الالكترونية لا يتم إلا بتدخل البنك في عملية الوفاء.
- كل من السفتجة الالكترونية والشيك الالكتروني الممغنط يصدران على نموذج ورقي صادر عن البنك وفقاً لأشكال وبيانات محددة مسبقاً.
- وتتمثل اهم أوجه الاختلاف بينهما في:
- يتم التعامل بالسفتجة الالكترونية من خلال قنوات اتصال خاصة مفتوحة بين البنوك ليس لها مثل عند التعامل بالشيكات الالكترونية.
- تختلف البيانات الالزامية التي تحتويها السفتجة الالكترونية عن تلك التي يتضمنها الشيك الالكتروني.
- اختلاف اجراءات استيفاء السفتجة الالكترونية والشيك الالكتروني.
- السفتجة الالكترونية أداة وفاء وائتمان والشيك الالكتروني أداة وفاء فقط¹.

¹ - أ. كردي نبيلة، السفتجة الالكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، المجلد الثاني، العدد الثاني، مارس 2017، صص 100-101

المبحث الثالث: مخاطر وسائل الدفع الالكترونية.

تتميز التعاملات المالية الحديثة بمجموعة من المخاطر بشكل عام، أما إذا تكلمنا بنوع من الخصوصية عن المخاطر التي تظهر نتيجة لممارسة البنوك نشاطاتها باستخدامها الوسائل التقنية الحديثة فإن هذا النوع يولد مخاطر جديدة لم تكن معروفة من قبل، مما أوجب على البنوك ومن لهم رقابة عليها الاهتمام وإجراء البحوث والدراسات العديدة لمعرفة ماهية المخاطر ووضع طرق ومنهجيات لتعامل مع تلك المخاطر.

المطلب الأول: ماهية المخاطر.

أولاً/ تعريف الخطر:

يقصد بالخطر لغويا الإشراف على الهلاك وهناك مسببات للهلاك فقد عرف البعض الخطر بأنه احتمال وقوع خسارة وهل الخسارة مادية أم معنوية ؟ ويعتمد ذلك على حجم الخسارة وقوة الخطر. وآخرون عرفوا الخطر بأنه الخسارة المادية المختلفة نتيجة لوقوع حادث معين فهنا تم تحديد الخسارة المادية للخطر. وعرف كل من وليامز و هاينز الخطر هو حالة من عدم التأكد. كما عرفه البروفيسور نايت إن الخطر حالة عدم التأكد الممكن قياسها¹. وقد عرف البعض الخطر على أنه: عدم التأكد من وقوع الخسارة معينة. وهناك تعاريف أخرى للخطر نذكر منها:

➤ التباين بين العوائد الفعلية والعوائد المتوقعة.

➤ التشتت بين النتائج الفعلية والنتائج المتوقعة.

➤ احتمال اختلاف النتائج الفعلية عن النتائج المتوقعة أو المأمولة.

ومما سبق نلاحظ أن الخطر حقيقة عامة كما أنه ظاهرة ناتجة عن نقص المعرفة الانسانية².

والمخاطرة بضم الميم من الخطر، الإشراف على الهلاك أو هي كل ما يعتمد على الخط دون أن يكون للإنسان تدبير فيه، أو هي التصرف الذي قد يؤدي إلى الضرر. وقيل أيضا خاطر بنفسه مخاطرة أشفاها على خطر الهلاك، وهذا أمر خطر، أي متردد بين أن يوجد وبين أن لا يوجد³.

ثانياً/ أركان الخطر:

من خلال التعاريف التي تم مناقشتها يمكن استنتاج الأركان الأساسية للخطر وهي⁴:

➤ عدم التأكد وهو شعور أو إحساس يتولد لدى الشخص نتيجة موقف ما أو يصاحب مرحلة اتخاذ قرار معين وتقديراته الشخصية للنتائج المتوقعة أو المحتملة، ولابد من إمكانية القياس الموضوعي لظاهرة عدم التأكد باستخدام نظرية الاحتمالات.

¹ - د- حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، التأمين وإدارة الخطر (النظرية والتطبيق) دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2010، ص 15.

² - د- شقيري نوري موسى، وآخرون، إدارة المخاطر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012، ص 25.

³ - عبد الناصر براني أبو شهيد، إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص 19.

⁴ - عبد الله بلوناس، كز علي أسماء، المدخل التقليدي والمدخل الحديث في إدارة مخاطر منظمات الأعمال، المجلة الدولية للأداء الاقتصادي جامعة أحمد بوقرة بومرداس، مخبر أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل الحركة الاقتصادية الدولية، العدد الأول، جوان 2018، ص 30.

الفصل الثاني : الإطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني

➤ أن يكون نتيجة حادث مفاجئ، تحقق الخطر نتيجة حادث لا إرادي خارج عن إرادة المتعاقدين (غير معتمد).

➤ الاحتمالية أي أن يكون محتمل الحدوث في المستقبل، لا يكون مؤكد الحدوث ولا مستحيل الحدوث، بمعنى احتمالية الخطر واقع بين (0-1).

➤ الخسارة المالية، ينتج عن تحقيق الخطر خسارة مالية، بمعنى إهمال الخسارة المعنوية لصعوبة قياسها كمياً، والخسارة المادية تعتبر ركناً أساسياً لخطر ومن أهم عناصره.

المطلب الثاني: المخاطر الناتجة عن استعمال وسائل الدفع الالكتروني.

أصبحت وسائل الدفع الالكتروني من الأمور الضرورية في حياتنا، ومن أهم الأدوات التي تمكن المشترين من شراء منتجاتهم عبر الانترنت بكل سهولة وأمان، لكن هذا النظام لا يخلو من بعض المخاطر وهذا ما سنتطرق له.

أولاً/ المخاطر التنظيمية أو الأمنية لوسائل الدفع:

وتشمل الآتي:

أ- مخاطر ناتجة عن خلل في تشغيل أداة الدفع: يلحق بالمستهلك أضرار نتيجة القصور الوظيفي الذي قد تعانيه أداة الدفع ومن أمثلة هذه الأضرار خسارته للأرصدة النقدية الالكترونية المنجزة ومن الأخطاء الشائعة كذلك الناتجة عن القصور الوظيفي نتيجة لتقصير في الصيانة مما يؤدي إلى تعطيل هذه الأداة.

ب- فقد أداة الدفع الالكتروني: قد يتم الحصول على أرقام بطاقة الائتمان الخاصة بالغير بسرقة البطاقة ذاتها أو سرقة بياناتها خارج الوسط الالكتروني أو يتم الحصول على تلك البيانات عبر الوسط الالكتروني، ثم يقوم الجاني باستخدام بيانات البطاقة المملوكة للغير في شراء سلع أو خدمات عبر الانترنت. لكن في فقد المستهلك أداة الدفع الالكترونية الخاصة بيه دون خطأ الغير كاستخدام بطاقة الائتمان في حالة إلغائها أو استخدام بطاقة في حالة انتماءها.

ج- القرصنة الالكترونية: قد تكمن القرصنة في وسائل الدفع الالكترونية في التزوير ويمكن تصوير وقوع التزوير في هذا النوع من البطاقة باستعمال إحدى طرق التزوير المتمثلة في الإضافة أو الهدف أو اصطناع ألقاظ أو أرقام أو امضاءات أو أختام أو بصمات. وقد يمكن التزوير في إمكانية التزوير الكلي وتقليد بطاقات الدفع الالكترونية أو تزوير جزئي لها تتم عملية التزوير إما في الاشعارات أو المستندات أو إصدار وسائل دفع صحيحة بمستندات مزورة¹.

ثانياً/ مخاطر السمعة :

وتنشأ مخاطر السمعة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية الالكترونية في حال فشل المصرف في ارساء شبكة موثوقة وأمانة لتقديم هذه الخدمات أو عند تقديم خدمات غير كفاءة أو عدم انتظار تقديم الخدمة أو في حالة نقص متطلبات الإفصاح اللازمة للعملاء.

¹ - كريمة شايب باشة، آليات الحماية من مخاطر الدفع الالكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية لسياسات العامة، جامع البليدة، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2008، ص 39.

ثالثا/ المخاطر القانونية :

المخاطر القانونية هي تلك المخاطر الناجمة عن عدم التحديث الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن الخدمات المصرفية الالكترونية، لاسيما وأن العديد من وسائل أداة تلك العمليات المصرفية لازالت في مرحلة التطوير مثل السجلات والتوقيعات والعقود الالكترونية وقواعد إرسال وتلقي السجلات الالكترونية، والاعتراف بالسلطات وقواعد التصديق الالكتروني واحكام السرية والافصاح¹.

رابعا/ المخاطر الاستراتيجية:

يرتبط هذا النوع من المخاطر بالقرارات والسياسات والتوجيهات التي تتخذها الادارات العليا للمصارف والمؤسسات المصدرة للبطاقات حيث تختلف عن بقية المخاطر كونها أكثرها عموما وتساعا من بقية المخاطر الأخرى، وتتسأ هذه المخاطر عن العمليات الالكترونية بسبب الاخطاء أو الخلل الذي قد يحدث نتيجة تبني استراتيجيات وخطط تقديم هذه العمليات والخدمات وتنفيذها التي قد تقع فيها الادارات العليا، فمثلا قد تتسأ مخاطر استراتيجية في حالة تباطء الادارة في ادخال وسائل الحماية عند استخدام التقنيات الحديثة أو الاسراع في ذلك دون دراسة جيدة.

خامسا/ مخاطر أخرى:

بالإضافة إلى المخاطر المذكورة سابقا قد تتعرض وسائل الدفع إلى مخاطر أخرى تتمثل فيما يلي:

- احتمال تعرض الاموال لأفعال إجرامية كالسرقة والاحتيال وغيرها عبر الوسائل الالكترونية وخاصتا اختراق الحسابات.

- العجز عن حماية الخصوصية المتعلقة بالعملاء بسبب عمليات الاختراق.

- إمكانية تهريب الأموال إلى الخارج مما يهدد اقتصاديات العالم².

المطلب الثالث: إدارة المخاطر وسائل الدفع الإلكتروني.

أولا/ تعرف إدارة المخاطر:

يمكن تعريف إدارة المخاطر بأنها مجال نشاط يسعى إلى إلغاء المخاطر (مثل تلك التي تأتي من السلامة والحريق، والمجازفات الرئيسية وأخطاء الأمن والمجازفات الأمنية) وتقليلها ومراقبتها بصفة عامة وتعزيز المنافع وتجنب الأذى من المخاطر التأملية (مثل مخاطر الاستثمار المالي، والتسويق، والموارد البشرية، واستراتيجية تقنية واستراتيجية تقنية المعلومات، والأعمال، والتجارة)³.

¹ - بودية راضية، سبيحي سمير، مخاطر الدفع الالكتروني، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة لونيبي علي البلدية 2، الجزائر، المجلد 11، العدد 02، 2022، ص ص 179-183.

² - مشري فريد، وآخرون، الحماية القانونية لوسائل الدفع الالكترونية، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي ضرورة الانتقال وتحديات الحماية المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف، 23 و 24 أبريل 2018، ص 07.

³ - آلان وارنج، إيان جليندون، إدارة المخاطر الأمور الحرجة للنجاح، والبقاء على قيد الحياة القرن الحادي والعشرين، دار المليف لنشر المملكة العربية السعودية، ص ص 41، 42.

الفصل الثاني : الإطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني

إدارة المخاطر هي: العمليات التي تتضمن تعريف المخاطر التي تواجه المنشأة، وتحديد الأثر المالي الذي يمكن أن يحدثه كل خطر بالنسبة للمنشأة، ثم اتخاذ قرارات مدروسة لتجنب تلك المخاطر أو تدنيته، أو تحويلها، أو قبولها كما هي¹.

ثانيا/ القواعد القانونية لإدارة مخاطر وسائل الدفع الالكتروني:

من خلال هذا العنصر سيتم تطرق إلى مختلف النماذج القانونية التي تطرقت إلى إدارة مخاطر وسائل الدفع الالكترونية:

1_ نموذج لجنة بازل:

يجب على السلطات عند مراقبة المصارف والاشراف عليها والتأكد أن لدى المصارف نظاما إداريا جديدا واستراتيجية واضحة ومحددة وكافية لسيطرة علة هذه المخاطر، انطلاقا من وجهة النظر هذه أعدت لجنة المدفوعات ونظام التسوية التابعة للجنة بازل وهي نفسها تابعة لبنك التسوية الدولية، نموذجا لحماية نظام الأموال الإلكترونية وفق هذا النموذج العناصر الأساسية لحماية نظام النقود الالكترونية تتضمن المحاسبة دوريا والمراقبة الداخلية المستمرة والفصل بين المسؤوليات والمعلومات التي تصل إلى موظفي المصرف إضافة إلى الفحص وتطوير المستمر لأجهزة الحاسوب وأنظمة المعلومات فيها والاستخدام المادي للمعلومات المنقولة إلكترونيا مجموعة هذه العناصر تشكل الخط الأول للحماية ضد المخاطر لذلك تقترح لجنة بازل وضع استراتيجية متكاملة عند المصارف لمواجهة الأوجه الجديدة للمخاطر المالية في المصرف وهذه الإجراءات تتضمن ثلاث عناصر هي :

➤ تقدير المخاطر: وهي عبارة عن إجراءات مستمرة تتضمن ثلاث مراحل هي:

__ تحديد المخاطر التي يمكن للمصرف التعرض لها.

__ تحديد مقدار الخطر الواجب اتخاذه من قبل مجلس إدارة المصارف.

__ مقارنة الخطر مع غيره من المخاطر وتحديد قدره وإمكانية مواجهته.

➤ الحد من التعرض للمخاطر: وفق اقتراحات لجنة بازل المقصود بالحد من التعرض للمخاطر هي إدارة

والحد من هذه المخاطر، هذه الخطوة تتضمن عدد من المرتحل وهي:

__ وضع سياسة وإجراءات حماية المصرف إلكترونيا.

__ الاتصالات الداخلية (الاتصال والحوار المستمر بين إدارة المصرف والإطارات العليا حول سياسة الصيرفة الإلكترونية).

__ تحديث المتطلبات الإلكترونية وتطويرها.

__ التعاون والتنسيق الإقليمي والدولي بين المصارف حول الصيرفة الالكترونية.

__ ارشاد وتنقيف العميل.

__ وضع خطة مضادة للأعمال الإلكترونية.

¹ - فرج عباس خير الله، إدارة المخاطر المالية، دار أمجد لنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 49.

➤ مراقبة الخطر: عملية مراقبة الخطر مهمة، خاصة في مجال الصيرفة الإلكترونية، بسبب استعمال الشبكات الالكترونية، والانترنت وتتضمن مراقبة المخاطر عنصرين أساسيين هما:

_ نظام الفحص ومراقبة الدولية.

_ تدقيق الحسابات وذلك بالاستفادة بالخبراء والشركات المختصة¹.

2_ نموذج الاتحاد الأوروبي:

يسعى الاتحاد الأوروبي حاليا إلى اعتماد تشريع موحد يتناول حلول لمشاكل قانونية مختلفة في التجارة الإلكترونية مثل: العقود الإلكترونية وإبرامها والتوقيع الالكتروني.. إلخ، ضمن هذا المسعى أصدرت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية في الاتحاد الأوروبي عام 1997 وثيقة بعنوان مبادرة الاتحاد الأوروبي في التجارة الالكترونية، وقد شملت هذه الوثيقة اقتراحات اعتماد نظام قانون لمقدمي الخدمات الالكترونية في السوق الأوروبية فقد أظهرت هذه الوثيقة أهمية حماية النظام القانوني وأدواتها مثل التوقيع الالكتروني وحماية وسائل الدفع الالكترونية وصحة العقود الالكترونية.

_ صحة العقود الالكترونية: يتطرق مشروع التوجهات إلى متطلبات إبرام العقد الإلكتروني وإعداد الطرق التقنية لتأكد من صحة الإجاب والقبول والاعتراف بقانونيتها من جهة والاعتراف بصحة هذه العقود من جهة أخرى وقد أكدت التعليمات على ضرورة اعتماد نظام أو معيار دولي واحد بهذا الخصوص، والتوسع في اعتماد التوقيع يقود حتما إلى توسيع التجارة الالكترونية بما في ذلك العمليات المصرفية وطرق الدفع الالكترونية، لأن المعيار الدولي يعني الاستقرار والحماية للعمل التجاري ويقلل من مخاطر الاحتيال والمخاطر الأخرى².

ثالثا/ النموذج المقدم من هونغ كونغ:

تمتاز هونكونغ بأحسن أنظمة لشبكة الاتصالات الالكترونية في آسيا، بالإضافة إلى أن هونغ كونغ قد أخرجت إلى حيز الوجود عام 1996 إحدى أكثر وسائل التقدم التكنولوجي في العالم لإجراء عملية الدفع والقيام بالمقاصة للمبالغ الكبيرة (RTGS) ونلاحظ أن اللجنة المسؤولة عن البنية التحتية لهونغ كونغ قد أوجدت تقدما ملحوظا بإعداد أنظمة خاصة تتعلق بإدارة المخاطر في العمليات المالية، وإد عرفنا أن الأعمال الأساسية التي تقوم بها هذه اللجنة هي أعمال الأوراق المالية وتقوم اللجنة بأعمالها الأساسية المتمثلة في الأوراق المالية بالإضافة إلى ما يقع على عاتقها من القيام بالصفقات الالكترونية التي تكون مستخدمة في البنوك الالكترونية. وتعد البنية التحتية الالكترونية هي الأساس في البرامج المعدة لتطوير سوق هونغ كونغ والغاية المرجوة من تأسيسها هي إدارة المخاطر بشكل مميز وتتكون من العناصر التالية:

➤ اتفاقية تقاص واحدة: لمعرفة كيفية إدارة المخاطر بأفضل الطرق لابد من توفير نظام تقاص واحد للإسناد المالية، ويمكن من خلاله استقطاب المستثمرين إلى هونغ كونغ بذلك يكون قد مكن الأسواق

¹ - رشيد بو عافية، الصيرفة الالكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الافاق والتحديات -، مذكرة ماجستير تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة سعد دحلب، الجزائر، ديسمبر 2005، ص 109، 110.

² - مشري فريد، وآخرون، مرجع سابق، ص 10.

المالية من تحقيق عملية التقاوس بأفضل الطرق وأسلمها، وبهذه الطريقة تجد النقد متوفرا في الأسواق وتوجد إدارة حذرة من الوقوع في المخاطر لأنها من أفضل المعايير الدولية.

➤ إجراءات مباشرة بين المستخدمين: الإجراءات المباشرة بين المتعاملين بهذا النظام تتضمن قيم المتعاملين لإتمام الصفقة وإكمال حيثياتها من البداية حتى النهاية بعملية واحدة حتى إجراء التقاوس النهائي، فهذه الطريقة قد تقلل من المصاريف وتوفر على المتعاملين بها مما يساعد على تخفيض سعر الاتصالات والتبادل في الأسواق إلا أن ما يتم تعامل به في الوقت الحاضر، هو انتقال المعلومات في عدة مراحل بعد إدخالها وإعادة إدخالها سواء كانت للمستندات المالية أو غيرها فهذا يرفع قيمة التكلفة مما يساعد على الوقوع بالخطأ ويتيح الفرصة لعمليات الاحتيال أن تحدث بسهولة ويسر ويتميز نظام الإجراءات المباشرة بعدة مميزات، منها: ما يوفره من سرعة في تبادل المعلومات وتحسين طريقها ورفع مستوى التعامل المالي مما يساعد على تقليل المخاطر التي من الممكن أن تنتج عند التقاوس ومخاطر السوق المالي.

➤ سوق الأوراق المالية الالكترونية: العمل على توفير سوق لهذه الأوراق المالية الالكترونية من أجل المساعدة على إلغاء كل المخاطر التي من الممكن أن تحدث بالمستندات الورقية مما يساعد على تخفيض سعر التكلفة في نقل الملكية وطريقة حفظها ويرفع من سوية إجراءات نقل ملكية لأوراق مالية. وفي حالة نقل سوق الأوراق المالية من هونغ كونغ إلى سوق الكتروني يجب على السلطات أن تقوم بالعمليات التالية:

ـ إصدار أوراق الكترونية مالية جديدة.

ـ تحويل الأوراق المالية التقليدية إلى أوراق الكترونية أو الحد على هذا التحويل.

ـ اعتماد نظام يكون لكل الإصدارات التي تصدرها الشركات المقيمة خارج هونغ كونغ إذا كانت الإصدارات قد صدرت بناء على قانون ورقي دون سحب أي وثيقة ورقية للمستثمرين.

ـ اعتماد أموال الكترونية في تجارة الأوراق المالية الالكترونية.

➤ هيكلية تقنية مفتوحة وعملية وتقنية: فالهيكلية من أجل إزالة أي عائق معين، لتساعد على دخول سوق الأوراق المالية بكل يسر وسهولة ويصبح في متناول يد المستثمر أينما وجد، وقد أوصت اللجنة في هذا الموضوع لتكون التقنية موضع التنفيذ اعتماد ما هو متعارف عليه دوليا، فقامت بالبحث في الأنظمة المستخدمة في الوقت الحاضر مثل خطة Paris Bourse التي تجمع بين سوق الأوراق المالية والقانونية معا.

وبناء على ما تقدم نلاحظ أن هونغ كونغ قد أوجدت نماذج لتعامل مع المخاطر الالكترونية بطريقة عالية من التقنية لأنها حققت نجاحا ملموسا في تطوير سوق مالي منظم والكتروني ومع كل هذا إلا أنها لم يحالفها الحظ بالاعتراف دوليا بما قدمته من تطور لهذه النماذج بسبب بسيط جدا هو اعتبار سوقها سوقا ناميا¹.

¹ - جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص 122-127.

خلاصة الفصل :

يتضح لنا من خلال ما تناولنا في هذا الفصل بأن النقود الالكترونية ماهي إلى وسيلة جاءت لتساعد الفرد في قيامه بعملية الشراء والبيع، كما أنها لا تعرف التوقف والصمود فهي دائمة التطور، ولما لا وهي مرتبطة بالأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والتي بدورها لا تعرف الحدود، وبالتالي حتى نكون مواكبين للعصر ونريد ان نعيش في عالم المستقبل فلا بد لنا من استعمالها وتبنيها في حياتنا اليومية، ولن يتسنى لنا هذا حتى نملك بنية تحتية للتجارة الالكترونية.

الفصل الثالث:

الدراسة التطبيقية لدور
وسائل الدفع الإلكتروني
في تنشيط السياحة
الداخلية

تمهيد:

يعتبر قطاع السياحة من اهم القطاعات الاقتصادية في الجزائر، ومع تطور التكنولوجيا، اصبحت وسائل الدفع الالكتروني تلعب دورا حاسما في تعزيز هذا القطاع. حيث تسهل وسائل الدفع الالكتروني على السياح اجراء المعاملات المالية بكل سهولة وأمان، سواء في الحجز والدفع للفنادق والمطاعم، او في شراء التذاكر للمعالم السياحية والرحلات الجوية. بالإضافة الى ذلك، تساهم هذه الوسائل في تعزيز الشفافية والكفاءة في عمليات الدفع، مما يعزز الثقة ويجذب المزيد من السياح الى الجزائر نفهي توفر للسياح تجربة سهلة ومريحة، وتعزز الاقتصاد المحلي وتعمل على تعزيز النمو السياحي. وسنتطرق خلال هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: واقع وسائل الدفع في الجزائر.

المبحث الثاني: المنهجية المتبعة في الدراسة.

المبحث الثالث: عرض نتائج الاستبيان وتحليله.

المبحث الاول: واقع وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر.

يعتبر الدفع الالكتروني من المحفزات الهامة لتطوير التجارة الجزائرية في الجزائر فهي تشهد تحسنا ملحوظا في هذا القطاع برغم من التحديات والمشاكل التي تواجهه لكن توفير وسائل الدفع الالكتروني يمثل خطوة إيجابية نحو التطوير.

المطلب الأول: عصرنة وتحديث نظام الدفع الالكتروني في الجزائر.

أولا/ نظام التسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة:

لقد حدد نظام رقم 04_05 المؤرخ في 13 أكتوبر 2005 نظام التسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة هو نظام لتسوية بين البنوك ويعرف هذا النظام لأنه " نظام يخص أوامر الدفع التي ما بين المصارف باستخدام التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة ولدفع الفوري المحقق من قبل المشاركين في هذا النظام ".

ويعرف أيضا على أنه: " تنفيذ أوامر التحويل المصرفية أو البريدية في وقت حقيقي على أساس اجمالي ودون فترة سماح والقاعدة العامة هي عملية بعملية ويتعلق الأمر بالتحويلات التي يفوق مبلغها واحد مليون دينار جزائري وكذا التحويلات السريعة التي تكون أقل من هذا المبلغ بطلب من العميل".
إن نظام التسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل، وهو نظام داخلي للبنك الجزائري فهو الذي يشرف عليه يديره في إطار وظيفته كبنك للبنوك وأن كل العمليات مع بنك الجزائر والعمليات في ما بين البنوك، تعالج تلقائيا داخل هذا النظام¹.

ثانيا/ نظام المقاصة الخاص بالجمهور العرض:

تم إنشاء نظام المقاصة الالكترونية الذي يدعى نظام الجزائر للمقاصة السفلية ما بين البنوك(ATCI) بموجب النظام رقم 05-06 ويتعلق الامر بنظام ما بين البنوك للمقاصة الالكترونية لصكوك والسندات والتحويلات والقطاعات الاوتوماتيكية السحب والدفع باستعمال البطاقة المصرفية وهو خاص بالتحويلات التي تقل قيمته عن واحد مليون دينار جزائري ويشغل هذا النظام حسب مبدأ المقاصة متعددة الأطراف لأوامر الدفع التي يكون المشاركون في هذا النظام فيتم حساب. الأرصدة المقاصة في RTCI ثم التدفق ويتم تسويتها في النظام ARTS حيث يسير هذا النظام من طرف مركز المقاصة القبلية بين بنوك CTI وهو فرع تابع لبنك الجزائر في شكل شركة أسهم ذات رأس مال مفتوح على البنك، ويتم عمل هذا النظام وفق ثلاث مراحل فالأول يتم تبادل أوامر الدفع بشكل متواصل بين المشاركين المفتوحة في نظام ARTS وقد دخل هذا النظام الخدمة في شهر ماي 2006.

¹ - تومي إبراهيم، تقييم تجربة استخدام نظامي التسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (ARTS) والمقاصة الالكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض(ATSI) في النظام المصرفي الجزائري خلال عقد من الزمن 2006-2015، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، الجزائر، 2017، ص 443.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

ثالثا/ إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقة التلقائية بين البنوك:

هي عبارة عن شركة تأسست سنة 1995 من طرف جمعية البنوك والمؤسسات المالية بمبادرة ثمانية بنوك جزائرية (بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك التنمية المحلية، البنك الخارجي الجزائري، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط _وبنك البركة)، وتعتبر الشركة مشغل الدفع الالكتروني للبطاقة البنكية بين البنوك في الجزائر، فهي الاداة الفنية المرافقة لبرنامج تطوير وتحديث البنوك وتعزيز وسائل الدفع عبر البطاقة البنكية، وهي تعمل على توسيع استخدام وتطوير وسائل الدفع الالكترونية وإنشاء الهياكل التقنية والتنظيمية لضمان التشغيل المشترك بين جميع المتعاملين في الشبكة النقدية في الجزائر.

فهذه الشركة توفر الارضية الملائمة لعمل وسير هذا النظام فهي مسؤولة عن عملية إصدار الشيكات، البطاقات البنكية بمختلف انواعها سواء كانت وطنية او دولية توفير أجهزة الصراف الآلي ATM وأجهزة الدفع الالكتروني TPE الموجودة على مستوى المتاجر والفضاءات التجارية الأخرى كما تضمن توفير الصيانة لهذه الاجهزة والحماية للبطاقات كما تم ايضا إنشاء نظام كشف الهوية البنكية¹.

المطلب الثاني : مراحل تطبيق الدفع الالكتروني وأهمته في الجزائر.

أولا/ مراحل تطبيق الدفع الالكتروني في الجزائر:

تعتبر أول تجربة للبنوك التجارية في مجال استخدام أدوات الدفع، استعمال بطاقات السحب الخاصة بالشباك البنكي GAB والموزع الآلي البنكي DAB وتم ذلك على مراحل :

المرحلة الاولى:

كانت تستعمل بطاقة السحب إلا الشباك الآلي البنكي والموزع الخاص بالبنك المصدر للبطاقة بمعنى لا يستطيع حامل البطاقة السحب من جهاز بنك آخر.

المرحلة الثانية:

خلال هذه المرحلة تم ربط الشبكة البنكية الجزائري من خلال استعمال الشبكة SATIN التي تسمح بإمكانية السحب من أي موزع آلي لنقود سواء كان تابع لمصدر البطاقة أو لبنك آخر، وبذلك حولت SATIN بطاقة السحب العادية إلى بطاقة سحب ما بين البنوك CIB وعملها يشبه عمل المقاصة بالبنك المركزي في تسوية المعاملات المالية بين البنوك.

وقد عملت على استثمار 3,6 مليون أورو سنة 2003 لأجل تقليص دوران النقود السائلة وتعميم استعمال التجار (Permimaux de paiement) ولأجل نفس الغرض تعقد اتفاقية في شهر أفريل 2003 مع مؤسسات فرنسية مختصة في صنع طرفيات البطاقة و SATIM بمبلغ 400000 أورو ولقد مول هذا العقد

¹ - بصري محفوظ , نظام الدفع الالكتروني الجزائري كآلية لتطوير وسائل الدفع الجديدة، مجلة دراسات وابحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 11، العدد 4، البويرة ، 2019، ص 62-63.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

من طرف البنوك المساهمة في SATIM وهي الصندوق الوطني لتعاون الفلاحي (CMNA) وبنك البركة، ولقد تم ربط كل الموزعات الآلية في الجزائر سنة 2003¹.

ثانيا/ أهمية استخدام وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر.

رغم أن أغلب البنوك العالمية بلغت مستويات عالمية في رقمنة المعاملات المصرفية، من خلال تمكين زبائنهم من عمليات سحب واداع الأموال عبر الأنترنت، والهاتف الجوال دون اللجوء إلى الشبايك المصرفية، مازالت البنوك الجزائرية تعتمد على الورق في المعاملات البنكية مما جعل منها أحد أكثر الأنظمة المصرفية تخلفا في العالم حيث انتقد آخر تقرير لوزارة الخارجية الأمريكية المؤسسات المصرفية الجزائرية حينما أكد أن " هذه المؤسسات يسودها نظام فوضه مازال يعتمد على الورق في المعاملات المالية، مشيرا إلى أن مسؤولي البنوك الحكومية ليس مؤهلين ومستواهم ضعيف". وبسبب الطريقة التقليدية التي تطبع عمل البنوك الجزائرية، خاصة الحكومية منها، يفضل غالبية الجزائريين حفظ أموالهم في البيوت بدل البنوك، ويشدد الخبراء على وسائل دفع الكتروني هو الخيار الأفضل لاستقطاب هذه الاموال، إلى جانب الأموال التي تدور خارج الرقابة الحكومية.

فالجزائر تخسر الكثير من عدم استخدام وسائل الدفع الالكتروني، كما أن السوق السوداء والموازية تستقطب أكثر من أربعين مليار دولار تمثل صفقات وعمليات تجارية تتم بعيدا عن رقابة الدولة. وتعميم وسائل الدفع الالكتروني سيستقطب جزءا هاما من هذه الأموال التي لا تستفيد منها الدولة في الاقتصاد.

كما أن استخدام وسائل الدفع الالكتروني يضمن حولا لمشاكل أهمها القضاء على مشكلة الاوراق النقدية المزورة وحماية الزبائن من عمليات السرقة إلى جانب حماية المؤسسات الكبرى من أخطاء الموظفين التي تكلف بعض الشركات خسائر كبيرة كما سيقضي على أزمة السيولة النقدية التي تشهدها الجزائر بشدة في السنوات الخمس الاخيرة. وسيقضي على مشكلة الطوابير التي تشهدها العديد من المؤسسات الحكومية التي يتدافع أمامها الجزائريون لدفع فواتير الكهرباء والماء والغاز وغيرها من الفواتير. علاوة على ذلك الإجابيات التي تتميز بها وسائل الدفع الالكتروني بصفة عامة وهي:

__ تسهيل وتسيير عملية الشراء وتعاملات المالية لحامل أو مستخدم لوسيلة الدفع بإضافة إلى منحه الامان عوضا عن اللجوء إلى حمل النقود المالية، تمنح البائع ضمانا لحقوقه عند إتمام العملية، وبالتالي رفع نسب المبيعات، وتخليص البائع من عبئ ملاحقة الديون ومتابعتها، في ينتقل العبء إلى الشركات المالية المصدرة للبطاقات.

__ تحقق للبنوك والمؤسسات المالية أرباح طائلة من البطاقات مما تفرضه على البطاقة من فوائد ورسوم وغرامات مالية وتنوع منتجاته والحفاظ على وفاء الزبائن وتقليل من التكاليف كما تساهم في تحسين جودة

¹ - بن شلاط مصطفى، واقع الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني، مجلة البشائر الاقتصادية، الجلد 08، العدد 01، الجزائر، 2022، ص

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

الخدمات المصرفية والأداء المالي للبنك بالإضافة إلى أنها تنقص من الضغط على موظفي البنوك وتساهم بالتالي في تحسين أداء وتركيز طاقتهم على خدمات أخرى¹.

المطلب الثالث: بطاقات السحب والدفع في الجزائر وتطورها.

يعد القرض الشعبي الجزائري هو الأول الذي استحدثت بطاقات السحب من وكالته المجهزة بموزع آلي للأوراق النقدية (DAP)، وبعد ذلك عرفت بطاقات السحب تطورا ملحوظا، فاحتل بريد الجزائر المركز الأول في توزيع البطاقات بنسبة 88,66%.

أولا/ البطاقات البنكية:

وتتوفر البنوك الناشطة في القطاع البنكي الجزائري على عدة من البطاقات الوطنية وكذا الدولية الاستعمال ومن ذلك نذكر²:

➤ البطاقة البنكية CIB: بطاقة تصدرها أغلب البنوك الجزائرية عبر شركة SATIM حيث تسمح بتسوية السلع والخدمات من المحلات المجهزة بأجهزة قراءة البطاقات TERMINAUX DE PAIEMENT ELECTRONIQUES وبسحب مبالغ مالية من جميع الموزعات الآلية المرتبطة بشبكة النقد ما بين البنوك الموضوعة من قبل شركة SATIM ويوجد نوعين من البطاقات: البطاقة العادية، والبطاقة الذهبية، صالحتين لمدة عاميين، وقد تم إطلاق الدفع عن طريق البطاقة البنكية CIB رسميا في 4 أكتوبر 2016، إن إطلاق هذه الوسيلة الجديدة لدفع جاء مصحوبا بإطلاق موقع إلكتروني bita katl,dz وهو بوابة مخصصة لحاملي البطاقات والتجار الذين يمكنهم الحصول على معلومات متعلقة بوسائل الدفع CIB الموضوعة تحت تصرفهم من طرف بنوكهم³.

➤ البطاقة البنكية الذهبية: هي بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب النقدي لزبائن محليا، بحيث تعطى لذوي الدخل العالية، أو المتعاملين الاقتصاديين، سواء كانوا أفرادا طبيعيين أو معنويين مع تقديم امتيازات تفضيلية فيما يتعلق بمبلغ السحب والدفع⁴.

➤ البطاقة الذهبية الخاصة ببريد الجزائر: هي بطاقة سحب وكذا دفع إلكترونية مصممة وفقا لبريد الجزائر حسب آخر المعايير الدولية (EMV) المعمول بها، ثم من خلالها إجراء مختلف عمليات الدفع

¹ - حمودة أم الخير، لبوخ نخل، تقييم استخدام وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية -دراسة تحليلية للفترة (1999-2013)، مجلة المنتدى لدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد 03، جوان 2018، ص 421,422.

² - محاد عريوة، محمد خاوي، واقع وسائل وأنظمة الدفع الالكترونية في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 02، العدد 04، 2017، ص 144.

³ - ميموني نسرين، فريد بن طالبي، نظام الدفع الالكتروني في الجزائر واقعه وأثره على الاقتصاد الوطني، مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 10، العدد 01، 2021، ص 19، 20.

⁴ - محاد عريوة، محمد خاوي، المرجع سابق، ص 145.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الإلكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

الإلكتروني في كل أرجاء القطر الجزائري لسحب ودفع الأموال بالعملة الوطنية، تسديد الفواتير، تعبئة الرصيد، تسديد قيمة المشتريات والعمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية¹.

➤ بطاقة ماستر كارد Master Card: وهي بطاقة دولية تسمح بعمليات الدفع والسحب بالخارج وهي كغيرها من البطاقات حيث قامت البنوك الوطنية كغيرها من البنوك الأجنبية المتواجدة في الجزائر بإصدارها أما عن واقع انتشار وتوسع هذه البطاقات من طرف الفرد الجزائري فتشير بعض الإحصائيات التي وردتها مؤسسة SATIM في موقعها الرسمي حيث بينت أنه تم توزيع ما يقارب 2125000 بطاقة².

➤ بطاقة VISA: هي بطاقة تابعة لمنظمة فيزا العالمية والتي تتعاقد مع المصدرين لإصدارها، ويمكن التعامل بها في جميع أنحاء العالم وتحظى بانتشار واسع واستعمال مكثف لتوفر الموزعات وأجهزة القراءة للبطاقة في جميع أنحاء العالم، وفي الجزائر فقد عقدت عدة بنوك كبنك الخليج BDL.AGB وغيرها مع المنظمة العالمية وأصبح بإمكان زبائن هذه البنوك طلب إصدار هذه البطاقة³. ونذكر منها:

_ بطاقة VISA الخاصة ببنك التنمية المحلية BDL هي بطاقة دولية تسمح لكم القيام بعمليات الدفع عن طريق الأنترنت أو عن طريق آليات الدفع الإلكتروني أو حتى سحب الأموال عن طريق موزعات السحب أو الدفع الإلكتروني في الخارج وفي كل أنحاء العالم، حيث يضع بنك التنمية المحلية تحت تصرفكم نوعين من بطاقات الفيزا:

- بطاقة فيزا VISA الكلاسيكية: حيث يقدر سقف استعمالها أورو في الأسبوع.
 - بطاقة فيزا VISA الذهبية (GOLD): ويقدر سقف استعمالها 5000 آلاف أورو في الأسبوع⁴.
- بطاقة الدفع المسبق فيزا الخاصة ببنك خليج الجزائر: هي بطاقة دفع وسحب دولية قابلة لإعادة الشحن من الحساب بعملة اليورو، مما يسمح باستخدامها في ملايين المتاجر حول العالم أو عبر الانترنت⁵.

¹ - زين محمد، تربش محمد، أثر الجاهزية الرقمية على قبول واستخدام أنظمة الدفع الرقمية البطاقة الذهبية نموذجاً، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد 15، العدد 01، الجزائر، 2022، ص 432.

² - رابح شليق، وسائل الدفع الإلكترونية كألية للحد من سيولة الرأهنة في الجزائر، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 07، عدد 01، الجزائر، 2021، ص 449.

³ - ميموني نسرين، فريد بن طالبي، مرجع سبق ذكره، ص 119.

⁴ - الموقع الإلكتروني: <https://www.bdl.dz/arabe/carte-visa.html> لبنك التنمية المحلية، تاريخ الاطلاع عليه 11 ماي 2024، على الساعة 16:00.

⁵ - الموقع الإلكتروني: <https://www.agb.dz/> لبنك خليج الجزائر، تاريخ الاطلاع عليه 11 ماي 2024، على الساعة 16:30.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

ثانيا/ تطور وسائل الدفع في الجزائر:

حيث سنتطرق الى ما يلي :

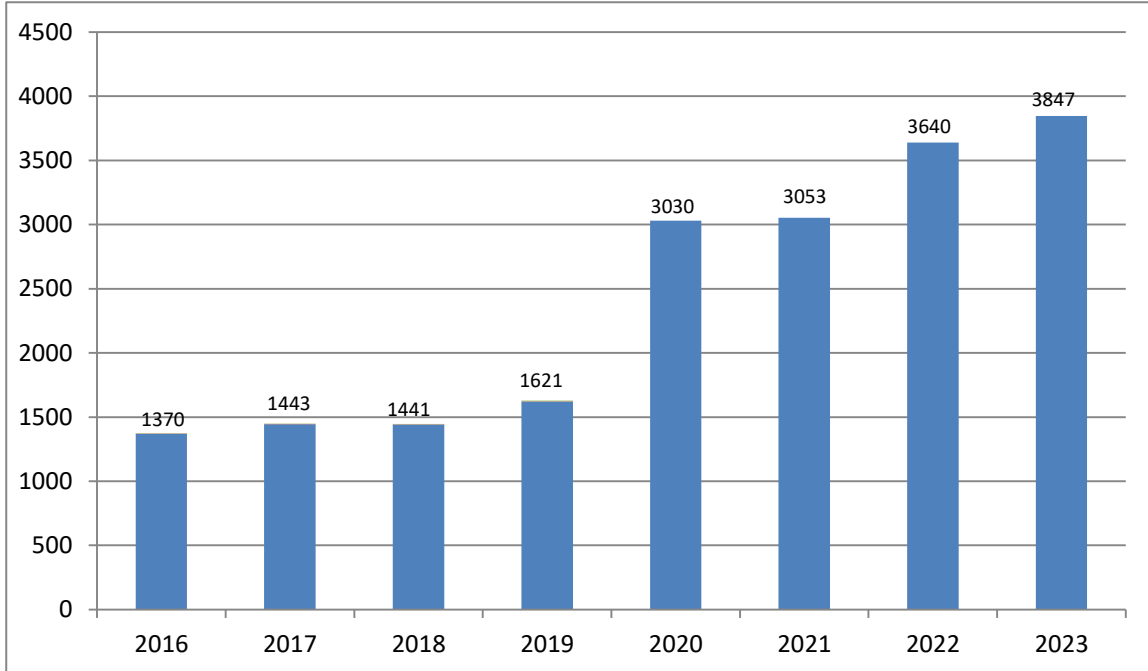
➤ تطور نشاط السحب من اجهزة الصراف الآلي خلال الفترة 2016-2023:

الجدول رقم 02: تطور عدد أجهزة الصراف الآلي العاملة بين البنوك

السنة	إجمالي عدد أجهزة الصراف الآلي العاملة بين البنوك
2016	1370
2017	1443
2018	1441
2019	1621
2020	3030
2021	3053
2022	3640
2023	3847

المصدر: <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

الشكل رقم 02: تطور عدد أجهزة الصراف الآلي.



المصدر: من إعداد الطالبتين باعتماد على: <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

التحليل: من خلال الجدول والشكل أعلاه اللذان يمثلان إجمالي عدد أجهزة الصراف الآلي العاملة بين البنوك نلاحظ أن عدد أجهزة الصراف الآلي قدر سنة 2016 ب 1370 جهاز في حين بلغ سنة ب 3847 جهازا وهذا ما يدل على الاهتمام الكبير للدولة الجزائرية بتطور الدفع الالكتروني عن طريق الزيادة في عدد أجهزة الصراف الآلي.

➤ تطور نشاط الدفع على TPE - الدفع الالكتروني - خلال الفترة 2016 - 2023.

الجدول رقم 03: تطور نشاط الدفع على TPE - الدفع الالكتروني -.

السنة	العدد الإجمالي لعمليات السحب	المبلغ الإجمالي لعمليات السحب (دج)
2016	6868031	98822524500
2017	8310170	126398291000
2018	8833913	136233452000
2019	9929652	164116233000
2020	58428933	1073004953000
2021	87722789	1728937064000
2022	128035361	2182896695000
2023	174415895	3262245367500

المصدر: <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن العدد الإجمالي لمعاملات الدفع في ارتفاع مستمر منذ 2016 إلى غاية سنة 2023 وكذا المبلغ الاجمالي لمعاملات الدفع. حيث شهدت سنة 2020 ارتفاعا كبيرا جدا في قيمة المعاملات حيث بلغ 107304953000 وذلك نتيجة انضمام بريد الجزائري إلى GIE Monétique وتحقيق إمكانية التشغيل البيني في 5 يناير 2020 مع استمرار ارتفاعه في السنوات اللاحقة حيث بلغت أعلى قيمة سنة 2023 تقدر ب 3262245367500.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

المبحث الثاني: المنهجية المتبعة في الدراسة

في هذا المبحث تناولنا وصفا للمنهجية المستخدمة في اجراء الدراسة الخاصة بنا، ويتضمن مجتمع الدراسة، واداة الدراسة، وبناء وتقسيم الاستبيان، كما يتضمن الطرق المتبعة في جمع البيانات والاساليب الاحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

المطلب الاول : مجتمع الدراسة وعينها

المقصود بمجتمع الدراسة كامل افراد او مشاهدات موضوع البحث او الدراسة، والمجتمع الاحصائي يختلف بحسب طبيعة المشكلة المراد معالجتها، ويتمثل مجتمع دراستنا في عينة من السياح الجزائريين. اما العينة فهي جزء مجتمع الدراسة الاصلي، فهي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة عشوائية لإجراء الدراسة عليها. ومن تم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كافة مجتمع الدراسة الاصلي.

الجدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة

الاستبيانات	الموزعة	المسترجعة	الغير المسترجعة
العدد	50	46	4
النسبة	%100	%92	%8

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تم تقديم هذا الاستبيان لعينة من السياح الجزائريين وذلك وفق مقابلات شخصية، وقد واجهت الطالبتين بعض صعوبات الدراسة، فقد كان حجم العينة في بادئ الامر (50) استبانة وعند استرجاعها استلمنا (46) اي 92% من مجموعها وذلك نظرا لعدم تعاون بعض الافراد، حيث بلغت عدد الاستبيانات الغير مسترجعة (4) اي ما يعادل 8% من مجموع الاستبيانات.

المطلب الثاني : اداة الدراسة

مرت عملية تحضير الاستبيان بعدة مراحل وهي :

اولا: طريقة تحضير الاستبيان

قامت الطالبتين بتحضير مجموعة من الاسئلة وصياغتها، وترتيبها وفق اسس عملية لخدمة الهدف من البحث، وعرضها على الاستاذ المشرف لتحكيمها، ثم عرضها على مجموعة من الاساتذة من اهل الاختصاص، ومن ثم مراجعتها وتصحيحها، وبعد ذلك اعادة صياغة قائمة الاسئلة من جديد بناء على الملاحظات السابقة حتى اصبحت في شكلها الحالي، ومن ثم توزيع الاستبيان على افراد مجتمع الدراسة لجمع البيانات اللازمة.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

ثانيا: تقسيم الاستبيان

لقد قمنا بتقسيم الاستبيان إلى قسمين القسم الأول يتناول المعلومات الشخصية لأفراد العينة المدروسة، والقسم الثاني بدوره مقسم إلى قسمين المحور الأول يتناول المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني) اما المحور الثاني يتضمن المتغير التابع (تنشيط السياحة).

1. القسم الأول: يتضمن المعلومات الشخصية للعينة المدروسة حيث يتكون من 6 فقرات تتمثل في: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري، مدة التعامل بالدفع الالكتروني، وذلك بهدف التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية للسياح المحليين.

2. القسم الثاني: يتكون من 30 سؤال وينقسم إلى محورين :

المحور الاول: يتناول ابعاد وسائل الدفع الالكتروني التي تتمثل في الدفع عبر الانترنت، الدفع عبر الهاتف النقال، الدفع عبر البطاقات الالكترونية، البعد الاول يتضمن 9 اسئلة، البعد الثاني يتضمن 8 اسئلة، البعد الثالث يتضمن 6 اسئلة، اي هذا المحور يتضمن 23 سؤال.

المحور الثاني: يتضمن 7 اسئلة حول المتغير التابع (تنشيط السياحة)

كما قمنا باستخدام سلم ليكارت الخماسي في الاجابة عن أسئلة الاستبيان التي قدمناها لعينة الدراسة، كالتالي :

الجدول رقم 05:درجات مقياس سلم ليكارت الخماسي

الإجابة	غير موافق تماما	موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5	

المصدر: سلم ليكارت الخماسي

المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة

بغية تسهيل عملية التحليل وعقب التحصيل النهائي لاستمارات الاستبيان قمنا بتجميع البيانات المحصلة وتفرغها في برنامج SPSS، وباعتماد عليه تم تمثيل تلك الجداول في أشكال تعطي وضوحا أكثر وتسهيل عملية التحليل.

أولا: أساليب الإحصاء الوصفي

ومن بين الأساليب التي اعتمدناها في تحليلها نجد: التوزيعات التكرارية، النسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري.

التوزيعات التكرارية: تم استخدام التوزيعات التكرارية وذلك بهدف معرفة تكرار اجابات افراد العينة لكل عبارة من عبارات الاستبيان.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

النسب المئوية: تم استخدام النسب المئوية لمعرفة نسبة الأفراد الذين اختاروا كل بديل من بدائل الأجوبة عن فقارت الاستبيان.

المتوسط الحسابي: باعتباره احد مقاييس النزعة المركزية تم استعمال المتوسط الحسابي لمعرفة الاتجاه العام لإجابات افراد عينة الدراسة، احتساب المتوسط الحسابي لكل عبارات الاستبيان، وكمؤشر لتحديد الأهمية النسبية لل فقرات الواردة في استبيان.

الانحرافات المعيارية: لمعرفة درجة الفهم حول المتوسط الحسابي ثم احتساب الانحراف المعياري لكل عبارات الاستبيان من اجل تأكيد دقة التحليل.

ثانيا: اساليب الاحصاء الاستدلالي

معامل الثبات الفا كرو نباخ (Crobachs alpaha) :لمعرفة ثبات فقارت الاستبيان

معامل الارتباط (Person): تم استخدامه لقياس درجة الارتباط بين الاسئلة والمجال الرئيسي لها والعلاقة بين متغيرات الدراسة حيث يكون الارتباط قويا عند اقتراب قيمته من الواحد وضعيفة عند اقترابها من الصفر وتكون قيمته موجبة يكون الارتباط طرديا وعندما يكون الارتباط سالبا فهو عكسي.

معامل التحديد: تم استخدامه لمعرفة مستوى تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع.

الانحدار الخطي البسيط: هو دراسة للتوزيع المشترك للمتغيرين التابع والمستقل يستخدم لبيان دور بعض المتغيرات المستقلة في تفسير المتغير التابع.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

المبحث الثالث: عرض نتائج الاستبيان وتحليله.

في هذا المبحث نتناول صدق وثبات الدراسة الخاصة بنا بالاعتماد على عدة معايير ومن ثم عرض نتائج المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بموضوع البحث والمتمثلة في البيانات الشخصية الأفراد من السياح المحليين بالإضافة الى إجراء إحصاءات وصفية لعبارات الاستبيان وكذا اختبار فرضيات لدراسة.

المطلب الاول: اختبار الثبات وصدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان

أولاً: اختبار الثبات لفقرات الاستبيان

يقصد بثبات الاستبيان أن يغطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه مرة ثانية على نفس أفراد العينة وفي نفس الظروف، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان بالطريقة التالية :

طريقة ألفا كرو نباخ:

قبل إجراء التحليل واختبار الفرضيات فإنه لا بد من التأكد من موثوقية أداة القياس المستخدمة، حيث تعكس الموثوقية هنا درجة ثبات أداة القياس، وللتأكد من هذا سوف نعتمد على معامل ألفا كرو نباخ (ALPHA CROBAC) الذي يقيس التجانس الداخلي لكل فقرة من فقرات الاستبيان بحيث تكون فيه قيمة هذا المعامل محصورة بين الصفر والواحد، فكلما كانت ألفا مرتفعة زادت مصداقية وثبات البيانات المستخدمة في الدراسة، وتكون مقبولة ابتداء من 0.65.

والجدول التالي يوضح اختبار معامل ألفا كرو نباخ لعينة الدراسة، وكانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم 06: نتائج المعامل ألفا كرو نباخ

المحور	العنوان	عدد الفقرات	معامل ألفا كرو نباخ
المجموع	فقرات الاستبيان	30	0.938

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول أن نتيجة ألفا كرو نباخ جيدة فقد تحصلنا على نسبة تجاوزت الحد الأدنى المعتمد في مثل هذه الدراسات، مما يعني إمكانية الاعتماد على نتائج الاستبيان في قياس العلاقة بين المتغيرات المدروسة نظرا لقدرته على اعطاء نتائج متوافقة مع إجابات المستجوبين، وبالتالي نقول ان الدراسة تمتاز بثبات جيد، ومنه إمكانية تعميم نتائج الدراسة على مجتمع الدراسة ككل.

الجدول التالية توضح اختبار المعامل ألفا كرو نباخ على المحور الأول وثاني.

الجدول رقم 07: نتائج معامل ألفا كرو نباخ على المحور الاول

المحور	العنوان	عدد الفقرات	معامل ألفا كرو نباخ
الاول	ابعاد وسائل الدفع الالكتروني	23	0.907

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات ألفا كرو نباخ لمجموع عبارات المحور الاول قدرت ب %، وهي نسبة جد مقبولة تعكس بصورة واضحة انسجام العبارات الموضوعة لقياس محور التسويق الداخلي بمختلف أبعاده، وتبين أن العبارات فعلا تقيس ما وضعت لقياسه.

الجدول رقم 08: نتائج المعامل ألفا كرو نباخ على المحور الثاني

المحور	العنوان	عدد الفقرات	معامل ألفا كرو نباخ
الثاني	ابعاد تنشيط السياحة	07	0.925

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن معامل ألفا كرو نباخ لفقرات المحور الثاني المتعلقة بتنشيط السياحة قدر بنسبة % وهذا ما يدل أنه يوجد انسجام وتجانس داخلي ومصادقية بين فقرات هذا المحور.

ثانيا: اختبار الصدق لفقرات الاستبيان

1. الصدق الظاهري (صدق المحكمين): تم عرض أداة الدراسة في صورتها الأولية لتحكيمها من قبل مجموعة من الاساتذة بهدف التأكد من سلامة بناء الأداة من مختلف الجوانب، خاصة من حيث :

- دقة وصحة صياغة الفقرات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور التي تنتمي اليه.
- مدى قابلية الاستمارة لمعالجة مشكل الدراسة.
- اقتراح ما يروونه ضروري من تعديل أو ادراج أو حذف.

وبناء على الملاحظات والتوصيات الواردة من لجنة التحكيم، تم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل للوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة.

2. الصدق البنائي: للتحقق من صدق الاتساق الداخلي نقوم بحساب معامل الارتباط بيرسون لفقرات

الاستبيان والمحور التابع له، وذلك لإثبات مدى صدق الاستبانة لتطبيقها على عينة الدراسة الخاصة ببناء، وفي ما يلي سنوضح مستوى الاتساق الداخلي للمحور الاول (ابعاد الدفع الالكتروني) والمحور الثاني (الالتزام التنظيمي).

الجدول رقم 09:الاتساق الداخلي لفقرات المحور الاول

البعد	الرقم	العبارة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
الدفع عبر الانترنت	01	يوفر بنكك او بريدك من الكترونية على الانترنت لعملائه.	0.595	0.000
	02	توفر هذه المنصة خدمات الدفع الالكتروني.	0.773	0.000
	03	تحدد هذه المنصة حدا اعلى للمدفوعات التي يمكن تسويتها.	0.534	0.000
	04	تستعمل هذه المنصة وتطلع عليها في حالة قرارك	0.624	0.000

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

		بالسياحة الداخلية		
0.000	0.353	تعتقد ان خيارات الدفع متاحة لرحلتك السياحية عبر هذه المنطقة.	05	
0.000	0.760	يتعاقد البنك الذي انت عميل لديه مع البنوك التي في المنطقة التي تريد زيارتها.	06	
0.000	0.712	يمكنك هذا التعاقد من التعامل مع هذه البنوك على منصاتها الالكترونية.	07	
0.000	0.554	توفر منصات البنوك المتعاقد معها خدمات الدفع الالكتروني.	08	
0.000	0.587	تشعر عموما بالأمان على اموالك عند استخدام المنصات الالكترونية في عمليات الدفع في رحلتك السياحية الداخلية.	09	
0.000	0.818	يتعاقد بنكك او بريدك مع شبكات الاتصال للهاتف المحمول.	10	
0.000	0.752	يوفر بنكك او بريدك خدمات الدفع الالكتروني عبر الهاتف النقال محليا.	11	
0.000	0.827	توفر شبكة الاتصالات لهاتفك تطبيقات رقمية لأداء المدفوعات.	12	
0.000	0.800	توفر هذه التطبيقات امكانية الدفع خلال رحلتك السياحية الداخلية.	13	
0.000	0.430	تقوم بالاطلاع ومعرفة خدمات الدفع على الهاتف النقال حين اتخاذ قرار القيام برحلة سياحية داخلية.	14	الدفع عبر الهاتف النقال
0.000	0.881	يمكنك من اجراء عمليات الدفع عبر هاتفك النقال في رحلاتك السياحية الداخلية.	15	
0.000	0.521	يوفر هذا التعاقد مجالا للدفع الالكتروني عبر الهاتف النقال في المنطقة التي زرتها.	16	
0.000	0.492	تحس بالأمان اكثر على اموالك عند تسوية المدفوعات عبر الهاتف النقال في رحلاتك السياحية الداخلية.	17	
0.000	0.805	يوفر بنكك بطاقات دفع خاصة به.	18	الدفع عبر البطاقات
0.000	0.524	يوفر بنكك محافظ وبطاقات دفع رقمية.	19	

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

0.000	0.721	تمتلك بطاقات دفع.	20	الالكترونية
0.000	0.853	تستعمل بطاقات الدفع في رحلاتك السياحية الداخلية.	21	
0.04	0.413	تعزز هذه البطاقات من اتخاذ قرار السياحة الداخلية.	22	
0.000	0.837	تشعر بالأمان اكثر على اموالك.	23	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن اغلب معاملات الارتباط الخاصة بعبارات المحور الأول (وسائل الدفع الالكتروني) هي دالة إحصائية عند مستوي دلالة $\alpha=0.907$ كما ان معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات هذا المحور والدرجة الكلية لجميع عباراته هي قيم موجبة ويشير ذلك الى وجود اتساق داخلي بين كل عبارة من عبارات وسائل الدفع الالكتروني وجميع العبارات التي يضمها هذا البعد.

الجدول رقم 10: الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني (تنشيط السياحة)

البعد	الرقم	العبارة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
تنشيط السياحة	24	ادخال برامج سياحية جديدة مميزة تساعد على توسيع الطلب السياحي.	0.878	0.000
	25	حسب رأيي تساهم تقنيات الاتصال في تحقيق تبادل المعلومات بشكل اكبر مقارنة بالطريقة التقليدية.	0.852	0.000
	26	تحسين جودة الخدمات السياحية يعزز من تجربة السائح ويشجعه على تكرار الزيارة.	0.879	0.000
	27	تطوير الخدمات السياحية يزيد من استيعاب التدفق السياحي.	0.698	0.000
	28	تؤثر وسيلة الدفع في تنشيط السياحة الداخلية بقدر اشياء اخرى.	0.792	0.000
	29	يساعد الترويج الداخلي في المواقع السياحية على تنمية السياحة الداخلية.	0.829	0.000
	30	تقديم عروض وخدمات خاصة يمكن ان يجعل الوجهات السياحية اكثر جاذبية.	0.877	0.000

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان اغلب معاملات الارتباط الخاصة بعبارات المحور الثاني (تنشيط السياحة) هي دالة احصائية عند مستوى دلالة $\alpha= 0.925$ كما ان معامل الارتباط بين كل عبارة من

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

عبارات هذا المحور والدرجة الكلية لجميع عباراته هي قيم موجبة ويشير ذلك الى وجود اتساق داخلي بين كل عبارة من عبارات محور تنشيط السياحة وجميع العبارات التي يتضمنها هذا البعد.

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة

أولاً: عرض وتوزيع النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية

- توزيع عينة الدراسة حسب الجنس:

بعد تفريغ محتوى الاستبيانات نحصل على الجدول الآتي:

الجدول رقم 11: توزيع افراد العينة حسب الجنس

البيان	التكرار	النسبة %
الذكور	30	65.22
الاناث	16	34.78
المجموع	46	100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: من خلال الجدول السابق يتضح انا نسبة مشاركة الذكور أكبر بكثير من نسبة مشاركة الاناث كونهم يمثلون 65.22% اي 30 ذكور بينما الاناث يمثلن 34.78 اي 16 اناث وهذا يدل على تفوق فئة الذكور على فئة الاناث في المجتمع الذي نقوم بدراسته.

توزيع الدراسة حسب الفئة العمرية:

يتم توضيح عينة الدراسة حسب الفئة العمرية في الجدول التالي :

الجدول رقم 12: توزيع عينة الدراسة حسب الفئة

الفئة العمرية	التكرار	النسبة %
من 18 الى 30 سنة	17	37
من 31 الى 40 سنة	20	43.5
من 41 الى 50 سنة	8	17.4
من 51 سنة فأكثر	1	2.2

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد العينة توزع أعمارهم (من 31 الى 40 سنة) و(من 18 الى 30 سنة) بنسبتين على التوالي 43.5% و 37% وهي الفئة العمرية التي تتصف بالحيوية والنشاط ولديهم الرغبة في إظهار كامل قدراتهم وطاقاتهم، تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين (من 41 الى 50 سنة) بنسبة 17.4 % بينما بلغت فئة (من 51 فأكثر) 2.2 % فقط.

توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي:

يبين الجدول التالي التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب مستواهم العلمي على النحو التالي:

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

الجدول رقم 13: توزيع عينة الدراسة حسب الدرجة العلمية

الفئة	التكرار	النسبة %
ثانوي فاقل	7	15.2
جامعي (ليسانس , ماستر)	22	47.8
دراسات عليا (ماجستير, دكتوراه)	17	37
المجموع	46	100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: من خلال الجدول أعلاه يتضح ان لنا أن أكبر نسبة بلغت 47.8% اي ما يعادل 22 فرد من مجموع افراد العينة وقد تمركزت هذه النسبة على فئة الجامعي، وتليها الفئة الثانية دراسات عليا بنسبة 37% ما يعادل 17 فردا، ثم تأتي في الاخير فئة ثانوي فاقل اي ما يعادل 7 افراد.

توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي:

الجدول يوضح لنا التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب وظيفة كل فرد وذلك على النحو التالي :

الجدول رقم 14: توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
موظف	28	60.9
متعاقد	5	10.5
تاجر	2	4.3
بطل	10	21.7
مهنة اخرى	1	2.2
المجموع	46	100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان أعلى نسبة كانت لمستوى موظف حيث قدرت ب 60.9% اي ما يعادل 28 فرد، ثم يليها بطل بنسبة 21.7 % ما يعادل 10 أفراد، ثم متعاقد بنسبة 10.5% ما يعادل 5 افراد، واخيرا مهنة اخرى بنسبة 2.2% اي ما يعادل فرد واحد.

توزيع العينة حسب الدخل الشهري:

الجدول يوضح لنا التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب الدخل الشهري لكل فرد وذلك على النحو التالي :

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

الجدول رقم 15: توزيع عينة الدراسة حسب الدخل الشهري

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
20000 دج فاقل	10	21.7
20001_50000 دج	17	37
50001_100000 دج	6	13
100001 دج فاكثـر	13	28.3
المجموع	46	100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان أعلى نسبة كانت لفئة الدخل 20001_50000 دج حيث قدرت ب 37% اي ما يعادل 17 فرد، ثم تليها الفئة من 100001 دج فاكثـر بنسبة 28.3 % ما يعادل 13 فرد، ثم فئة الدخل من 20000 دج فاقـل بنسبة 21.7 % ما يعادل 10 افراد، واخيرا فئة 50000_100000 دج بنسبة 13% اي ما يعادل 6 افراد.

توزيع العينة حسب مدة التعامل بالدفع الالكتروني :

الجدول يوضح لنا التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب مدة التعامل بالدفع الالكتروني لكل فرد وذلك على النحو التالي :

الجدول رقم 16: توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل بالدفع الالكتروني

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
اقل من سنة	17	37
من سنة الى 5 سنوات	19	41.3
6 سنوات فاكثـر	10	21.7
المجموع	46	100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: من خلال الجدول السابق يتضح ان لنا أن أكبر نسبة للتعامل بالدفع الالكتروني بلغت 41.3 % اي ما يعادل 19 فرد من مجموع افراد العينة وهي الفئة التي من سنة الى 5 سنوات، وتليها الفئة الثانية التي تتعامل اقل من سنة بنسبة 37% ما يعادل 17 فردا، ثم تأتي في الاخير فئة 6 سنوات فاكثـر للتعامل بالدفع الالكتروني بنسبة 21.7% اي ما يعادل 10 افراد.

ثانيا: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بآراء عينة الدراسة

قمنا بتحليل العينة التي تعبر عنها عبارات الاستبيان وذلك بإجراء إحصاءات وصفية له من خلال الاستعانة بالانحراف المعياري والمتوسط الحسابي، والذي من خلاله نجد اتجاه الفرضية باستخدام مقياس ليكارت

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

الخامسي، وذلك بتحديد خمس مجالات يمكن للمتوسط الحسابي أن يقع بينها. ويتم تحديد هذه المجالات كالتالي :

طويل المدى: 4=1-5

متوسط المدى: 0.8= 5/4

وبإضافة العدد 0.8 عند نهاية كل مجال نتحصل على الاتجاه العام لأفراد عينة الدراسة، والجدول الموالي يلخص ذلك.

الجدول رقم 17: مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاه العام للعبارات

الدرجة	غير موفق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
المتوسط الحسابي	[1.8_1]	[2.50_1.8]	[3.40_2.60]	[4.20_3.40]	[5_4.20]

المصدر: من اعداد الطالبتين

عرض وتحليل النتائج المتعلقة بآراء الافراد حول فقرات المحور الأول

تحليل نتائج فقرات البعد الأول الدفع عبر الانترنت من المحور الأول

فيما يلي جدول يوضح النتائج الإحصائية لعبارات البعد الأول كالتالي:

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

الجدول رقم 18 : النتائج الإحصائية لفقرات البعد الأول من المحور الأول

الترتيب	مستوى القبول	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار والنسب المئوية					المقياس	فقرات البعد	الرقم
				موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما			
1	موافق	0.869	4	12	26	5	2	1	التكرار	س1	01
				26.1	56.5	10.9	4.3	2.2	النسبة		
2	موافق	0.994	3.89	12	25	1	8	0	التكرار	س2	02
				26.1	54.3	2.2	17.4	0	النسبة		
3	موافق	0.891	3.70	7	23	12	3	1	التكرار	س3	03
				15.2	50	26.1	6.6	2.2	النسبة		
9	محايد	1.222	2.80	6	6	13	15	6	التكرار	س4	04
				13	13	28.3	32.6	13	النسبة		
5	موافق	1.109	3.43	7	9	9	9	2	التكرار	س5	05
				15.2	19.6	19.6	19.6	4.3	النسبة		
6	محايد	0.892	3.22	3	15	17	11	0	التكرار	س6	06
				6.5	32.6	37	23.9	0	النسبة		
7	محايد	1.081	3.17	5	12	19	6	4	التكرار	س7	07
				10.9	26.1	41.3	13	8.7	النسبة		
4	موافق	0.933	3.59	7	19	15	4	1	التكرار	س8	08
				15.2	41.3	32.6	8.7	2.2	النسبة		
8	محايد	1.262	3.09	4	20	4	12	6	التكرار	س9	09
				8.7	43.5	8.7	26.1	13	النسبة		

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS .

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة حول العبارات المتعلقة ببعد الدفع عبر الانترنت تتراوح ما بين (4 و 2.80) أي انها تتمتع بمستوى قبول بين محايد وموافق، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة الاولى بمتوسط حسابي قدره (4) وانحراف معياري قدره (0.869) أي بمستوى قبول موافق، وهذا يدل على توفير البنوك او البريد منصة الكترونية على الانترنت للعملاء، اما اقل عبارة فهي العبارة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (2.80) وانحراف معياري قدره (1.222)، أي بمستوى قبول محايد، وهذا يدل على ان اغلب الافراد لا يطلعون على هذه المنصة عند قرارهم بالسياحة الداخلية.

تحليل نتائج فقرات البعد الثاني الدفع عبر الهاتف النقال من المحور الأول

فيما يلي جدول يوضح النتائج الإحصائية لعبارات البعد الثاني كالاتي :

الجدول رقم 19: النتائج الإحصائية لفقرات البعد الثاني من المحور الأول.

الرقم	فقرات البعد	المقياس	التكرار والنسب المئوية					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الترتيب
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	س10	التكرار	3	6	7	24	6	3.52	1.090	محايد	2
		النسبة	6.5	13	15.2	52.2	13				
02	س11	التكرار	2	9	6	23	6	3.48	1.090	موافق	3
		النسبة	4.3	19.6	13	50	13				
03	س12	التكرار	0	3	8	28	7	3.85	0.759	موافق	1
		النسبة	0	6.5	17.4	60.9	15.2				
04	س13	التكرار	2	11	5	24	4	3.37	1.082	محايد	6
		النسبة	4.3	32.9	10.9	52.2	8.7				
05	س14	التكرار	2	10	7	25	2	3.33	1.012	محايد	7
		النسبة	4.3	21.7	15.2	54.3	4.3				
06	س15	التكرار	5	10	6	19	6	3.24	1.251	محايد	8
		النسبة	10.9	21.7	13	41.3	13				
07	س16	التكرار	1	7	16	15	7	3.43	1.003	موافق	4
		النسبة	2.2	15.2	34.8	32.6	15.2				
08	س17	التكرار	2	10	9	11	7	3.39	1.125	محايد	5
		النسبة	4.3	21.7	19.6	39.173	15.2				

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS .

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة حول العبارات المتعلقة ببعد الدفع عبر الهاتف النقال تتراوح ما بين (3.85 و 3.24) أي انها تتمتع بمستوى قبول بين محايد وموافق، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (3.85) وانحراف معياري قدره (0.759) أي بمستوى قبول موافق، وهذا يدل على توفير شبكة الاتصالات للهاتف النقال تطبيقات رقمية لأداء المدفوعات، اما اقل عبارة فهي العبارة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (3.24) وانحراف معياري قدره (1.251)، أي بمستوى قبول محايد، وهذا يدل على ان اغلب الافراد لا يمكنهم اجراء عمليات الدفع عبر الهاتف اثناء رحلاتهم السياحية الداخلية.

تحليل نتائج فقرات البعد الثالث الدفع عبر البطاقات الالكترونية من المحور الأول

فيما يلي جدول يوضح النتائج الإحصائية لعبارات البعد الثالث كالاتي :

الجدول رقم 20 : النتائج الإحصائية لفقرات البعد الثالث من المحور الأول

الرقم	فقرات البعد	المقياس	التكرار والنسب المئوية					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الترتيب
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	س18	التكرار	2	3	12	22	7	3.63	0.974	موافق	1
		النسبة	4.3	6.5	26.1	47.8	15.2				
02	س19	التكرار	3	7	24	10	2	3.02	0.906	محايد	6
		النسبة	6.5	15.2	52.2	21.7	4.3				
03	س20	التكرار	0	10	7	24	5	3.52	0.960	موافق	2
		النسبة	0	21.7	15.2	52.2	10.9				
04	س21	التكرار	5	9	13	13	6	3.13	1.204	محايد	5
		النسبة	10.9	19.6	28.3	28.3	13				
05	س22	التكرار	1	8	14	19	4	3.37	0.951	محايد	3
		النسبة	2.2	17.4	30.4	41.3	8.7				
06	س23	التكرار	6	5	11	18	6	3.28	1.23	محايد	4
		النسبة	13	10.9	23.9	39.1	13				

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS .

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة حول العبارات المتعلقة ببعد الدفع عبر البطاقات الالكترونية تتراوح ما بين (3.02 و 3.63) أي انها تتمتع بمستوى قبول بين محايد وموافق، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة الاولى بمتوسط حسابي قدره (3.63) وانحراف معياري قدره (0.974) أي بمستوى قبول موافق، وهذا يدل ان البنوك توفر بطاقات دفع خاصة بها، وجاءت في المرتبة الاخيرة العبارة الثانية بمتوسط حسابي قدره (3.02) وانحراف معياري قدره (0.906)، أي بمستوى قبول محايد.

عرض وتحليل النتائج المتعلقة بآراء الافراد حول فقرات المحور الثاني

فيما يلي جدول يوضح النتائج الاحصائية لعبارات المحور الثاني والذي يتضمن تنشيط السياحة كالتالي:

جدول رقم 21: النتائج الاحصائية لفقرات المحور الثاني

الرقم	فقرات البعد	المقياس	التكرار والنسب المئوية					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الترتيب
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	س24	التكرار	2	6	7	20	11	3.70	1.113	موافق	7
		النسبة	4.3	13	15.2	43.5	23.9				
02	س25	التكرار	4	1	5	24	12	3.85	1.115	موافق	3
		النسبة	8.7	2.2	10.9	52.2	26.1				
03	س26	التكرار	2	3	7	23	11	3.83	1.018	موافق	5
		النسبة	4.3	6.5	15.2	50	23.9				
04	س27	التكرار	1	2	4	25	14	4.07	0.879	موافق	1
		النسبة	2.2	4.3	8.7	54.3	30.4				
05	س28	التكرار	2	1	17	15	11	3.70	1.008	موافق	6
		النسبة	4.3	2.2	37	32.6	23.9				
06	س29	التكرار	2	2	7	21	14	3.93	1.020	موافق	2
		النسبة	4.3	4.3	15.2	45.7	30.4				
07	س30	التكرار	3	3	7	18	15	3.85	1.154	موافق	4
		النسبة	6.5	6.5	15.2	39.1	32.6				

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة حول العبارات المتعلقة بتنشيط السياحة الداخلية تتراوح ما بين (4.07 و 3.70) أي انها تتمتع بمستوى قبول موافق، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (4.07) وانحراف معياري قدره (0.879) أي بمستوى قبول موافق، وهذا يدل على مدى تطوير الخدمات السياحية في زيادة التدفق السياحي، اما اقل عبارة فهي العبارة الخامسة بمتوسط حسابي قدره (3.70) وانحراف معياري قدره (1.008)، أي بمستوى قبول موافق، وهذا يدل على تأثير وسيلة الدفع في تنشيط السياحة الداخلية.

المطلب الثالث: اختبار وتحليل الفرضيات

من خلال هذا المطلب سنقوم باختبار وتحليل فرضيات الدراسة، وذلك لإيجاد العلاقة بين المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني) والمتغير التابع (تنشيط السياحة)، عن طريق مجموعة من الاختبارات، وذلك للتعرف على مدى قبول او رفض الفرضيات عند مستوى (%) المعتمد في الدراسة، وذلك كالتالي :

- نقبل فرضية العدم H_0 في حالة عدم وجود أثر ذو دلالة احصائية لوسائل الدفع الالكتروني بأبعاده المختلفة على تنشيط السياحة الداخلية.
- نرفض فرضية العدم، ونقبل الفرضية البديلة H_1 في حالة وجود تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

والتي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الدفع عبر الانترنت على تنشيط السياحة الداخلية، في عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ولاختبار هذه الفرضية قامت الطالبتين باستخدام تحليلات جذور الانحدار الخطي البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد الدفع عبر الانترنت على المحور الثاني (تنشيط السياحة الداخلية)، عن طريق الجداول التالية :

الجدول رقم 22: نتائج الارتباط بين بعد الدفع عبر الانترنت وتنشيط السياحة الداخلية

النموذج Model	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل المصحح التحديد Adjuste R Square	الخطأ المعياري المقدر Std.Error Of the Estimate
	0,719	0.517	0.506	0.611

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

التحليل: الجدول اعلاه يبين ان معامل الارتباط بين المتغيرين بين بعد الدفع عبر الانترنت و تنشيط السياحة الداخلية و الذي قيمته 71.9% و الذي يبين ان العلاقة بين المتغيرين قوية و طردية، ان R Square والتي تعبر عن نسبة تأثير الدفع عبر الانترنت على تنشيط السياحة الداخلية كانت وبلغ معامل التحديد 51.7% والذي يبين لنا أن المتغير التابع تفسره علاقة الانحدار، وأن الباقي 48.3% لا يدخل في النموذج وذلك بسبب مجموعة من عوامل أخرى.

الجدول رقم 23: اختبار صلاحية وجودة الفرضية الاولى

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	17,607	1	17,607	47,043	0,000
الخطأ	16,468	44	0,374		
المجموع الكلي	34,075	45			

المصدر : من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: يوضح لنا الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد علاقة الاثر بين الدفع عبر الانترنت وتنشيط السياحة الداخلية، الذي يعبر عن نموذج العلاقة بين الدفع عبر الانترنت وتنشيط السياحة الداخلية ان كان خطي ام لا، حيث كانت قيمة (F) هو (47,043) والتي تعبر عن جودة النموذج، ونلاحظ ان مستو الدلالة هو (0.000) اي اقل من (0.05) ومنه يمكن القول انه يمكن الاعتماد على نتائج (F) بما انها ذات دلالة احصائية.

وبناء على النتائج السابقة لا نقبل الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الدفع عبر الهاتف النقال على تنشيط السياحة الداخلية، عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ولاختبار هذه الفرضية قامت الطالبتين باستخدام تحليلات جدور الانحدار الخطي البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد الدفع عبر الهاتف النقال على المحور الثاني (تنشيط السياحة الداخلية)، عن طريق الجداول التالية :

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

الجدول رقم 24: نتائج الارتباط بين بعد الدفع عبر الهاتف النقال وتنشيط السياحة الداخلية

النموذج Model	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ² R-Square	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	الخطأ المعياري المقدر Std. Error Of the Estimate
	0,754	0,569	0,559	0,57800

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: الجدول اعلاه يبين ان معامل الارتباط بين المتغيرين بين بعد الدفع الهاتف النقال و تنشيط السياحة الداخلية و الذي قيمته 75.4% و الذي يبين ان العلاقة بين المتغيرين قوية و طردية، R Square والتي تعبر عن نسبة تأثير الدفع عبر الهاتف النقال على تنشيط السياحة الداخلية وبلغ معامل التحديد 56.9% والذي يبين لنا أن المتغير التابع تفسرها علاقة الانحدار، وأن الباقي 43.1% لا يدخل في النموذج وذلك بسبب مجموعة من عوامل أخرى.

الجدول رقم 25: اختبار صلاحية وجودة الفرضية الثانية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	19,375	1	19,375	57,994	0,000
الخطأ	14,700	44	0,334		
المجموع الكلي	34,075	45			

المصدر : من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: يوضح لنا الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد علاقة الاثر بين الدفع عبر الهاتف النقال وتنشيط السياحة الداخلية، الذي يعبر عن نموذج العلاقة بين الدفع عبر الهاتف النقال وتنشيط السياحة الداخلية ان كان خطي ام لا، حيث كانت قيمة (F) هو (57,994) والتي تعبر عن جودة النموذج، ونلاحظ ان مستوى الدلالة هو (0.000) اي اقل من (0.05) ومنه يمكن القول انه يمكن الاعتماد على نتائج (F) بما انها ذات دلالة احصائية.

وبناء على النتائج السابقة لا نقبل الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الدفع عبر بطاقات الإللكترونية على تنشيط السياحة الداخلية، عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ولاختبار هذه الفرضية قامت الطالبتين باستخدام تحليلات جذور الانحدار الخطي البسيط لمعرفة العلاقة بين بعء الدفع عبر البطاقات الالكترونية على المحور الثاني (تنشيط السياحة الداخلية)، عن طريق الجداول التالية :

الجدول رقم 26: نتائج الارتباط بين بعء الدفع عبر البطاقات الالكترونية وتنشيط السياحة الداخلية

الخطأ المعياري المقدر Std. Error Of the Estimate	معامل التحديد المصحح Adjuste R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0,80915	0,135	0,155	0,393	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: الجدول اعلاه يبين ان معامل الارتباط بين المتغيرين بين بعء الدفع الهاتف النقال و تنشيط السياحة الداخلية و الذي قيمته 39.3% و الذي يبين ان العلاقة بين المتغيرين ضعيفة و طردية، R Square والتي تعبر عن نسبة تأثير الدفع عبر البطاقات الالكترونية على تنشيط السياحة الداخلية وبلغ معامل التحديد 15.5% والذي يبين لنا أن المتغير التابع تفسره علاقة الانحدار، وأن الباقي 84.5% لا يدخل في النموذج وذلك بسبب مجموعة من عوامل أخرى.

الجدول رقم 27: اختبار صلاحية وجود الفرضية الثالثة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	5,267	1	5,267	8,045	0,007
الخطأ	28,808	44	0,655		
المجموع الكلي	34,075	45			

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: يوضح لنا الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد علاقة الاثر بين الدفع عبر البطاقات الالكترونية وتنشيط السياحة الداخلية، الذي يعبر عن نموذج العلاقة بين الدفع عبر

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

البطاقات الالكترونية وتنشيط السياحة الداخلية، حيث كانت قيمة (F) هو (8.045) والتي تعبر عن جودة النموذج، ونلاحظ ان مستوى الدلالة هو (0.007) اي اقل من (0.05) ومنه يمكن القول انه يمكن الاعتماد على نتائج (F) بما انها ذات دلالة احصائية.

وبناء على النتائج السابقة لا نقبل الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة.

رابعاً: اختبار الفرضية الرئيسية

والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الدفع عبر بطاقات الإللكترونية على تنشيط السياحة الداخلية، عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ولاختبار هذه الفرضية قامت الطالبتين باستخدام تحليلات جذور الانحدار الخطي البسيط لمعرفة العلاقة بين بعد الدفع عبر الانترنت على المحور الثاني (تنشيط السياحة الداخلية)، عن طريق الجداول التالية :

الجدول رقم 28: نتائج الارتباط بين وسائل الدفع الالكتروني و تنشيط السياحة

خطأ المعياري المقدر Std.Error Of the Estimate	معامل التحديد المصحح Adjuste R Square	معامل التحديد R^2 R-Square	معامل الارتباط R	النموذج Model
0,61865	0,495	0,506	0,711	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

التحليل: الجدول اعلاه يبين ان معامل الارتباط بين المتغيرين بين المتغير المستقل وسائل الدفع الالكتروني والمتغير التابع تنشيط السياحة الداخلية و الذي قيمته 71.1% و الذي يبين ان العلاقة بين المتغيرين قوية و طردية، R Square والتي تعبر عن نسبة تأثير وسائل الدفع الالكتروني على تنشيط السياحة الداخلية وبلغ معامل التحديد 50.6% والذي يبين لنا أن المتغير التابع تفسره علاقة الانحدار، وأن الباقي 49.4% لا يدخل في النموذج وذلك بسبب مجموعة من عوامل أخرى.

الجدول رقم 29: اختبار صلاحية وجود الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	17,235	1	17,235	45,031	0,000
الخطأ	16,840	44	0,383		
المجموع الكلي	34,075	45			

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لدور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية

التحليل: يوضح لنا الجدول اعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لتحديد علاقة الاثر بين الدفع عبر البطاقات الالكترونية وتنشيط السياحة الداخلية، الذي يعبر عن نموذج العلاقة بين الدفع عبر البطاقات الالكترونية وتنشيط السياحة الداخلية، حيث كانت قيمة (F) هو (45.031) والتي تعبر عن جودة النموذج، ونلاحظ ان مستوى الدلالة هو (0.000) اي اقل من (0.05) ومنه يمكن القول انه يمكن الاعتماد على نتائج (F) بما انها ذات دلالة احصائية.

وبناء على النتائج السابقة لا نقبل الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة.

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل دور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية بالاعتماد على الاستبيان كأداة، وهو عبارة عن إسقاط الجانب النظري لبحثنا من خلال دراسة ميدانية في البحث، وتوزيعه على عينة من السياح المحليين، و من ثم قمنا بمعالجة البيانات و تحليل النتائج المتحصل عليها باستخدام برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، حيث توصلنا الى إثبات صحة او رفض الفرضيات المطروحة، و المتمثلة في تأثير ابعاد وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية، و لقد اظهرت نتائج الاختبارات رفض الفرضية الرئيسية، اي ان وسائل الدفع الالكتروني تؤثر على تنشيط السياحة الداخلية.



خاتمة

تناولت دراستنا موضوع دور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية حيث يمكن القول أنه تماشيا مع الاتجاهات العالمية الحديثة، برز موضوع الدفع الالكتروني كأحد أهم الوسائل لتنشيط السياحة، وذلك من خلال توفير وسائل دفع مريحة وامنة للسياح، مما يزيد من فرص الحجز والاستفادة من الخدمات السياحية بسهولة، كما تعزز هذه الوسائل النمو الاقتصادي للمناطق السياحية وتسهم في تعزيز القطاع السياحي بشكل عام.

ويمكن القول ان وسائل الدفع الالكتروني لعبت دورا هاما في تنشيط السياحة الداخلية حيث ساعدت على تحسين الكفاءة والامان في عمليات الدفع والتحويل، وزيادة الوصول الى السياح، وتسهيل عمليات الدفع عبر الانترنت، ويبدو ان هذه الاتجاهات ستستمر في المستقبل، حيث لابد من تعزيز الاعتماد على الدفع الالكتروني في جميع القطاعات الاقتصادية، وتحسين البنية التحتية الرقمية وتشجيع الابتكار في مجال الدفع الالكتروني.

أولاً: نتائج الدراسة.

1 نتائج الجانب النظري: توصلنا من خلال الفصلين النظريين الى مجموعة من النتائج و تتمثل

فيما يلي:

- ✓ السياحة هي السفر بهدف الترفيه او الاكتشاف، وتشمل توفير الخدمات المتعلقة بالسفر.
- ✓ تلعب السياحة دورا هاما في الحفاظ على المواقع التاريخية و الطبيعية.
- ✓ من اهم معوقات السياحة عدم وجود استراتيجية واضحة للسياحة الداخلية على الرغم من اهميتها.
- ✓ الدفع الالكتروني هو العملية التقنية التي تضمن تحويل الاموال عن طريق الوسائط الالكترونية.
- ✓ اهم ما يميز وسائل الدفع الالكتروني سرعة التنفيذ و سهولة الاستخدام و امان المعاملات.

2 نتائج الجانب التطبيقي:

- ✓ من خلال اختبار الفا كرونباخ تبين لنا ان اداة الدراسة تمتاز بثبات عالي، و منه امكانية تقسيم نتائج الدراسة على مجتمع الدراسة ككل.
- ✓ من خلال قياس معدل الارتباط بيرسون تبين لنا ان اغلب فقرات الاستبانة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية 5% و هذا يدل على وجود اتساق داخلي بين فقرات الاستبانة و الدرجة الكلية للمحور التابع.
- ✓ كما اشارت النتائج الى ان وسائل الدفع الالكتروني لها تأثير على تنشيط السياحة الداخلية.

ثانياً: توصيات الدراسة.

- ✓ العمل على تعزيز استخدام أحدث الوسائل التكنولوجية لممارسة معاملات الدفع.
- ✓ يجب تطوير تقنيات التكنولوجيا بما يكفل انسياب الخدمات الرقمية بكفاءة عالية.
- ✓ التجديد المستمر لخدمات الدفع الالكتروني وتحسينها لضمان تميزها وتحقيق الميزة من خلالها.
- ✓ يجب العمل على التحكم في التكنولوجيا وحماية شبكة الأنترنت من الاختيال وضمان سرية جميع وسائل الدفع الالكتروني.
- ✓ ضرورة الارتقاء بمستوى أداء وسائل الدفع الالكتروني عن طريق الدفع عبر الانترنت، الدفع عبر الهاتف النقال و الدفع عبر البطاقات الالكترونية وترسيخ بعض المفاهيم المتطورة لدى السياح المحليين والتي تتعلق بمواكبة التكنولوجيا الحديثة.

ثالثاً: آفاق الدراسة.

أثناء دراستنا لموضوع دور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية بدت فيه جوانب مهمة ومسائل بحثية تستدعي من الباحثين الاقتصاديين التطرق لدراساتها وتحليلها وفي هذا السياق يمكن توسيع هذا البحث مستقبلاً وإنجاز بحوث مكملية لمختلف جوانب موضوعنا، لذلك تبادر في أذهاننا بعض المواضيع التي نراها جديرة لأن تكون إشكاليات أبحاث أخرى من بينها:

- ✓ اثر الوعي بوسائل الدفع الالكتروني على استهلاك الخدمات السياحية.
- ✓ اثر رقمنة بطاقات الدفع الالكتروني على الاداء المالي للبنوك.



قائمة المراجع

- 01_ ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية (مفاهيم واستراتيجية التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008.
- 02_ أحمد عارف العساف، أ. محمود حسين الوادي، التخطيط والتنمية الاقتصادية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى 2011.
- 03_ أحمد محمود، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2009
أكرم حداد، مشهور هذلول، النقود والمصارف -مدخل تحليلي ونظري-، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2008.
- 04_ آلان وارنج، إيان جليندون، إدارة المخاطر الأمور الحرجة للنجاح، والبقاء على قيد الحياة القرن الحادي والعشرين، دار المليح لنشر المملكة العربية السعودية.
- 05_ باطلي غنية، وسائل الدفع الالكترونية ، دار هما للطبع والنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، الجزائر ، 2018.
- 06_ جلال عايد الشورة ، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن، الطبعة الأولى، 2009.
- 07_ جمال حلاوة، مدخل إلى علم التنمية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
- 08_ جمال قاسم حسن ،محمود عبد السلام ،التجارة الالكترونية ،صندوق النقد العربي ،سلسلة كتيبات تعريفية ،العدد(20)،موجه للفئة العمرية الشابة في الوطن العربي ، 2021.
- 09_ حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، التأمين وإدارة الخطر (النظرية والتطبيق) دار وائل لنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2010.
- 10_ خالد أمين عبد الله، حسين سعيد سعيغان، العمليات المصرفية الاسلامية، الطرق المحاسبية الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، الاردن، عمان، 2011.
- 11_ خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الاردن، 2010.
- 12_ زيد منير عبوي، مبادئ السياحة الحديثة، دار المعترف للنشر والتوزيع الأردني، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2016.
- 13_ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية "المفاهيم والاستراتيجيات"، الدار الجامعية، مصر، 2001.
- 14_ شقيري نوري موسى، وآخرون، إدارة المخاطر، دار المسيرة لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012.
- 15_ عبد الناصر براني أبو شهد، إدارة المخاطر في المصارف الاسلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013.

- 16_ علاء فرج الطاهر, التخطيط الاقتصادي, دار الراجية للنشر والتوزيع, الطبعة الأولى, الأردن, 2011.
- 17_ فرج عباس خير الله, إدارة المخاطر المالية, دار أمجد لنشر والتوزيع, الأردن, 2005.
- 18_ ماهر عبد الخالق السيسي, مبادئ السياحة, مجموعة النيل العربية, القاهرة, الطبعة الأولى, 2001.
- 19_ مدحت القرشي, التنمية الاقتصادية, جامعة البلقاء, دار وائل للنشر والتوزيع, الطبعة الأولى, 2007.
- 20_ نعيم الظاهر, سراب إلياس, مبادئ السياحة, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى.

المذكرات :

- 21_ بن ربيع ريمة, الشيك الإلكتروني, مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال, كلية الحقوق والعلوم السياسية وجامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريش - 2021-2022.
- 22_ تباني امل, مريم سعدة, وافع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر, مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص مالية وتجارة دولية وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة 8ماي 1945-قائمة- 2019-2020.
- 23_ جابلة إلهام, رباعية جهاد, دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية, دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالة- مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في شعبة العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي, جامعة 08 ماي 1945, قائمة.
- 24_ دحية رباب, أثر التطور التكنولوجي على أنظمة ووسائل الدفع مع الإشارة إلى حالة الجزائر - دراسة تحليلية -, أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية تخصص مالية بنوك وتأمينات, جامعة الجزائر 3, 2019/2020.
- 25_ رشيد بوعافية, الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الافاق والتحديات -, مذكرة ماجستير تخصص نقود مالية وبنوك, جامعة سعد دحلب, الجزائر, ديسمبر 2005.
- 26_ سايس ابتسام, نيلي صفاء, وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية, مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي, تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-, 2019-2020.
- 27_ سعداوي عبد القادر, زروقة ياسين, وسائل الدفع الإلكترونية السفتجة الإلكترونية نموذجاً, مذكرة ماستر أكاديمي في قانون الاعمال وجامعة محمد بوضياف -المسيلة, 2020-2021.
- 28_ عميش سميرة, دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة, خلال الفترة (1995 - 2015), أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة فرحات عباس - سطيف 1 - 2014-2015.

- 29_ إبراهيم محي شهاب والصك كوسيلة من وسائل الدفع التقليدية والالكترونية ,مجلة الجامعة العراقية ,كلية بلاد الرافدين ,العدد(59ج2).
- 30_ أحمد علي مصطفى حجازي، السياحة وملامح التغيير بالقرية المصرية (دراسة حالة ميدانية بقرية تونس- محافظة الغيوم-)، المجلة العربية لعلم الاجتماع، العدد (32)، يونيو 2023.
- 31_ أكرم محمد أحمد الحاج، السياحة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية -دراسة حالة لبعض الدول العربية بالتركيز على المملكة العربية السعودية وقطر-، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية والقانونية، العدد 13، المجلد 2، أكتوبر 2018.
- 32_ بودية راضية، سبيحي سمير، مخاطر الدفع الالكتروني، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة لونييسي علي البليدة 2، الجزائر، المجلد 11، العدد 02، 2022.
- 33_ بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث لدراسات القانونية والسياسية، المجلد 07، العدد 01، جوان 2022.
- 34_ رابح حمدي باشا، وهيبة عبد الرحيم، تطور طرق الدفع في التجارة الالكترونية ، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة.
- 35_ روضة جديدي، عثمان حياة، أثر القروض الخارجية على النمو الإقتصادي دراسة قياسية لحالة الجزائر وتونس للفترة (1990- 2017)، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 5، العدد 2، 08- 06- 2022.
- 36_ زايد محمد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الالكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية المجلد 03، العدد 02، 2021.
- 37_ عبد القادر برانيس، صناعة السياحة ودورها في التنمية المستدامة للدول،مجلة الاستراتيجية و التنمية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم ، المجلد 1، العدد1، 2011.
- 38_ عبد الله بلوناس، كزعلي أسماء، المدخل التقليدي والمدخل الحديث في إدارة مخاطر منظمات الأعمال، المجلة الدولية للأداء الاقتصادي جامعة أحمد بوقرة بومرداس، مخبر أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ضل الحركة الاقتصادية الدولية، العدد الأول، جوان 2018.
- 39_ عقون محسن، ماهية التنمية وأبعادها، مجلة الحقيقة،جامعة ادرار، العدد الأول، 2002.
- 40_ عمراني مصطفى، جريمة تزوير البطاقات البنكية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة جيلالي الياس سيدي بلعباس، العدد السابع.
- 41_ فخر الدين حدد، علي بالموشي، مفيد عبد اللاوي، البطاقات الائتمانية بين الحكم الشرعي والواقع المصرفي- المصارف الجزائرية نموذجاً- مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية جامعة حمة لخضر بالوادي المجلد 14، العدد 01، 2021.

- 42_ قطاف عقبة, بومعروف فاطمة الزهراء, الواقع المحاسبي لوسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة: الشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية (نفطال -بسكرة-), مجلة ميلاف للبحوث والدراسات, المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة, المجلد 07 العدد 01, جوان 2021
- 43_ كردي نبيلة, السفتجة الالكترونية, مجلة النبراس للدراسات القانونية, المجلد الثاني, العدد الثاني, مارس 2017
- 44_ كردي نبيلة, الشيك الالكتروني, مجلة العلوم الاجتماعية والسياسية, العدد الثالث عشر,
- 45_ كريمة شايب باشة, آليات الحماية من مخاطر الدفع الالكتروني في التشريع الجزائري, المجلة الجزائرية لسياسات العامة, جامع البليدة, الجزائر, المجلد 07, العدد 02, 2008.
- 46_ محمد ناصر اسماعيل, امل حسن علوان, تغريد جليل, البطاقة الذكية وأثرها في التقليل من بعض المخاطر المصرفية دراسة استطلاعية لعينة من زبائن مصرف الرافدين-فرع الخضراء, مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد السابع والثلاثون, 2013.
- 47_ محمد الامين مومني, الشيك الالكتروني المفهوم والاهمية, المجلة الجزائرية لقانون الأعمال والعدد الاول, جوان 2020.
- 48_ محمد دمان دبيح, النقود الالكترونية: ماهياتها' ومزاياها' مخاطرها, مجلة الشريعة والاقتصاد جامعة الامير عبد القادر, العلوم الاسلامية قسنطينة, المجلد 10, العدد 01, 2021.
- 49_ مصطفى يونسى, و اخرون, واقع القطاع السياحي في الجزائر, مجلة افاق علوم الادارة و الاقتصاد, جامعة محمد بو ضياف, المسيلة, المجلد 4, العدد 01, 2020.
- 49_ معمري بن عيسى, التنمية: تطور مفهومها وأهم نظرياتها وعقبات تحقيقها في الدول النامية, جامعة الأغواط, مجلة أبحاث, العدد 5 أفريل 2018.
- 50_ نزيهة غزالي, السفتجة الالكترونية وقواعد قانون الصرف في التشريع الجزائري, مجلة العلوم الاجتماعية, العدد 25 ديسمبر 2017.
- 51_ نعيمة مولفرعة, إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكتروني, مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية, جامعة التكوين المتواصل - مركز تيارت- العدد 06.
- 52_ هادف حيزية, نجاح وسائل الدفع الالكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الالكترونية: استعراض لتجارب بعض الدول الأوروبية, كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة المدية.
- 53_ وشاش فؤاد, د- سماعيني نسبية, مساهمة السياحة في تفعيل ابعاد التنمية المستدامة, مجلة المقار للدراسات الاقتصادية, الطبعة الاولى, العدد 4 جوان 2019.
- 54_ يونسى مصطفى, دور أهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية" حالة الجزائر" جامعة الجلفة, الجزائر, المجلد 5, العدد 13, 2013.

الملتقيات العلمية:

- 55_ زواش زهير, روايح عبد الباقي, بطاقات الدفع البنكية ودورها في تسريع المعاملات المصرفية, مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي (ضرورة الانتقال وتحديات الحماية), المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة, يومي 23- 24 أفريل 2018.
- 56_ مشري فريد, وآخرون , الحماية القانونية لوسائل الدفع الالكترونية, الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي ضرورة الانتقال وتحديات الحماية المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف, 23 و 24 أفريل 2018.

المواد القانونية :

- 57_ القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية, الجريدة الرسمية, العدد 28.
- المادة 69 من الأمر 11/03 المؤرخ في 26-8-2003 المتعلق بالنقد والقرض, الجريدة الرسمية, العدد 52.

المواقع الالكترونية:

- 58_ سعد العبيد ,النقود الالكترونية ,بحث منشور على موقع موسوعة الاقتصاد والتمويل الاسلامي , تاريخ التصفح :26-04-2024. www.iefpedia.com
- 59_ عائشة بوثلجة,الصيرفة الالكترونية ,مطبوعة جامعية موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر تخصص مالية وبنوك ,جامعة حسيبة بن بو علي الشلف ,2020-2021. [www. Univ- chlef. DZ](http://www.Univ-chlef.DZ)

الملاحق

الملحق 01:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف - ملية -
قسم: العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي
استبيان حول:

دور وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط السياحة الداخلية
دراسة عينة من السياح الجزائريين

تحية طيبة وبعد.....

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي وذلك بعنوان: " دور وسائل الدفع في تنشيط السياحة في الخارج _ دراسة عينة من سياح الجزائريين _" لهذا يرجى الإجابة على جميع العبارات التي تضمنها الاستبيان، علما أن المعلومات التي تحصل عليها لن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي فقط.

ونفضلوا بقبول فائق الشكر والتقدير...

إعداد الطلبة:

إشراف الأستاذ:

_ سعيدة برباش.

د. وليد لطيف.

_ نهاد بن زبوشي.

السنة الجامعية: 2024 / 2023

الملاحق

القسم الأول: المعلومات الشخصية والمهنية

يرجى وضع علامة (x) في الخانة المناسبة:

1. الجنس:

☐ ذكر ☐ انثى

2. العمر:

☐ من 18 إلى 30 سنة ☐ من 31 إلى 40

☐ من 41 سنة إلى 50 سنة ☐ من 51 فأكثر

3. المستوى التعليمي:

☐ ثانوي فأقل ☐ جامعي (ليسانس، ماستر)

☐ دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه)

4. المهنة:

☐ موظف ☐ متعاقد ☐ تاجر ☐ بطل ☐ مهنة أخرى

5. الدخل الشهري:

☐ 20000 دج فأقل ☐ 20001-50000 دج

☐ 50001-100000 دج ☐ 100001 دج فأكثر

6. مدة التعامل بالدفع الالكتروني:

☐ أقل من سنة ☐ من سنة إلى 05 سنوات ☐ 06 سنوات فأكثر

القسم الثاني: محاور الدراسة.

المحور الأول: أبعاد وسائل الدفع الالكتروني.

الرقم	العبرة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
	البعد الأول: الدفع عبر الأنترنت					
01	يوفر بنكك أو بريدك منصة الكترونية على الأنترنت لعملائه.					
02	توفر هذه المنصة خدمات الدفع الالكتروني.					
03	تحدد هذه المنصة حدا أعلى للمدفوعات التي يمكن تسويتها.					
04	تستعمل هذه المنصة وتطلع عليها في حالة قرارك بالسياحة الداخلية.					
05	تعتقد أن خيارات الدفع متاحة لرحلتك السياحية عبر هذه المنطقة.					
06	يتعاقد البنك الذي أنت عميل لديه مع البنوك التي في المنطقة التي تريد زيارتها.					
07	يمكنك هذا التعاقد من التعامل مع هذه البنوك على منصاتها الالكترونية.					
08	توفر منصات البنوك المتعاقد معها خدمات الدفع الالكتروني.					
09	تشعر عموما بالأمان على أموالك عند استخدام المنصات الالكترونية في عمليات الدفع في رحلتك السياحية الداخلية.					
	البعد الثاني: الدفع عبر الهاتف النقال					
10	يتعاقد بنكك أو بريدك مع شبكات الاتصال للهاتف المحمول.					

الملاحق

					11	يوفر بنكك أو بريدك خدمات الدفع الالكتروني عبر الهاتف النقل محليا.
					12	توفر شبكة الاتصالات لهاتفك تطبيقات رقمية لأداء المدفوعات.
					13	توفر هذه التطبيقات امكانية الدفع خلال رحلتك السياحية الداخلية.
					14	تقوم بالاطلاع ومعرفة خدمات الدفع على الهاتف النقل حين اتخاذ قرار القيام برحلة سياحية الداخلية.
					15	يمكنك من إجراء عمليات الدفع عبر الهاتف النقل في رحلاتك السياحية الداخلية.
					16	يوفر هذا التعاقد مجالا للدفع الالكتروني عبر الهاتف النقل في المنطقة التي زرتها.
					17	تحس بالأمان أكثر على أموالك عند تسوية المدفوعات عبر الهاتف النقل من رحلاتك السياحية الداخلية.
						البعد الثالث: البطاقات الالكترونية
					18	يوفر بنكك بطاقات دفع خاصة به.
					19	يوفر بنكك محافظ وبطاقات دفع رقمية.
					20	تمتلك بطاقات دفع.
					21	تستعمل بطاقات الدفع في رحلاتك السياحية الداخلية.
					22	تعزز هذه البطاقات من اتخاذ قرار السياحة الداخلية.
					23	تشعر بالأمان أكثر على أموالك.

المحور الثاني: أبعاد تنشيط السياحة.

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
24	إدخال برامج سياحية جديدة مميزة تساعد على توسع الطلب السياحي.					
25	حسب رأيي تساهم تقنيات الاتصال في تحقيق تبادل المعلومات بشكل أكبر مقارنة بالطريقة التقليدية.					
26	تحسين جودة الخدمات السياحية يعزز من تجربة السائح و يشجعه على تكرار الزيارة.					
27	تطوير الخدمات السياحية يزيد من استيعاب التدفق السياحي.					
28	تؤثر وسيلة الدفع في تنشيط السياحة الداخلية بقدر أشياء أخرى.					
29	يساعد الترويج الداخلي في المواقع السياحية على تنمية السياحة الداخلية.					
30	تقديم عروض و خدمات خاصة يمكن ان يجعل الوجهات السياحية اكثر جاذبية.					

الملحق 02:

قائمة المحكمين

الرقم	اسم المحكم	الجامعة
01	معاذ ميمون	المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف
02	زيد جابر	المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف
03	امال قبائلي	المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف