

معوقات تقبل خدمة الدفع الإلكتروني من شركة كاش لس لدى الأطراف المستفيدة

مشروع أعد لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

الإدارة التنفيذية

إعداد الطالب

محمد محمد حافظ الشايب
(.....)

إشراف

د. حيان ديب
(.....)

2019 / 2018

العام الدراسي:

إهداء

إلى من وضع المولى - جل جلاله - الجنة تحت قدميها، ووقرها في كتابه العزيز..

(أمي الحبيبة)

إلى من كان وما يزال خير مثال لرب الأسرة، والذي لم يتهاون يوماً في توفير سبيل الخير والسعادة لي..

(أبي الموقر)

إلى من شاركتني السعادة والحزن.. وشاطرتني لحظات النجاح والفشل..

وقاسمتني لذة الفرح ومرارة الألم..

(زوجتي الغالية)

إلى العيون التي أستمد منها القوة والاستمرار.. أعذب ما في عمري..

(أطفالي الأعزاء)

شكر وتقدير

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتور حيان ديب المحترم على كل ما قدمه لي من توجيهات

ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراسة البحث من جوانبه المختلفة

محمد الشايب

فهرس المحتويات

4	الفصل الأول
4	الإطار العام للبحث
4	مقدمة
4	تعريف نظام ووسائل الدفع الإلكتروني
4	نظام الدفع الإلكتروني عالمياً
5	نظام الدفع الإلكتروني في سورية
6	مشكلة البحث
10	أهداف البحث
10	أهمية البحث
11	الأبحاث والدراسات السابقة
12	الفصل الثاني
12	الإطار النظري لخدمة الدفع الإلكتروني
12	عوامل نجاح خدمة الدفع الإلكتروني
15	الفصل الثالث
15	الإطار العملي لخدمة الدفع الإلكتروني
15	مقدمة عن شركة كاش لس
15	الخدمات المقدمة من قبل شركة كاش لس
15	دراسة استكشافية
18	تصميم الاستبيان وتحديد مجتمع وعينة الدراسة
18	مجتمع وعينة الدراسة ونتائج الاستبيان المخصص للأفراد
34	مجتمع وعينة الدراسة ونتائج الاستبيان المخصص لمحلات التجزئة
49	مقارنة بين نتائج الاستبيانين
49	التوصيات
51	الاستبيانات
59	المصادر

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

مقدمة

ظهرت ثورة الإنترنت والحاسب الآلي في مطلع التسعينيات من القرن الماضي، الأمر الذي ساهم في تطوير قطاع الخدمات المصرفية وانطلاق خدمات جديدة أبرزها المصارف الإلكترونية بمسمياتها المختلفة وتبعاً لخدماتها والجهات المختلفة المستفيدة من هذه المصارف. (1)

وتم استحداث وسائل دفع جديدة لتتلاءم أكثر مع متطلبات المصارف الإلكترونية ومع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية حول العالم وازدياد الحاجة إلى تسريع المعاملات التجارية والمالية بين المتعاملين سواء كانوا أشخاص طبيعيين أم اعتباريين. (2)

تعريف نظام ووسائل الدفع الإلكتروني (3)

يعرف نظام الدفع الإلكتروني على أنه نظام يقوم بالربط بين المصارف وشركات الدفع الإلكتروني التي تعمل من خلال الإنترنت. وهذا النظام يقوم بالتحقق من صحة عمليات الدفع المنفذة ويتضمن أنظمة مراقبة لتقصي المشكلات وفعالية الأمن المعلوماتي.

كما يمكن تعريفه على أنه النظام الذي يمكن المتعاملين من خلاله من تنفيذ عمليات الدفع والتحويل إلكترونياً بدلاً من استخدام النقود المعدنية والورقية والشيكات الورقية.

أما وسائل الدفع الإلكترونية فتمثل أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني التي تنفذ من خلالها عمليات الدفع الإلكتروني، ومن أبرز هذه الوسائل، البطاقات الإلكترونية، الصرافات الآلية وأجهزة الخليوي.

نظام الدفع الإلكتروني عالمياً (4)

تعتبر مرحلة الستينيات من القرن الماضي بداية تحول دول العالم نحو مجتمع غير نقدي، حيث أقنعت المصارف العاملين لديها باستخدام التحويلات المصرفية الرقمية لتلقي الأجور، وفي بداية تسعينيات

(1) فريدة قلقول، "أهمية أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف"، 2012 - 2013، ص 4
(2) فريدة قلقول، "أهمية أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف"، 2012 - 2013، ص 37
(3) فريدة قلقول، "أهمية أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف"، 2012 - 2013، ص 37
(4) موقع بنوك مصر، "بعد تطبيقه في مصر.. تاريخ الدفع الإلكتروني عالمياً والدول الأكثر نشاطاً فيه"، 01/مايو/2019

القرن الماضي، بدأت المصارف بالدفع بقوة نحو بطاقات الدفع الإلكترونية، حيث بدأت هذه المصارف برفض رسوم على الشيكات.

تعد السويد من أبرز دول العالم التي تحولت إلى نظام الدفع الإلكتروني وقد تصبح قريباً أول مجتمع غير نقدي في العالم، حيث لا تتجاوز المدفوعات التي تتضمن معاملات نقدية 13% فقط من إجمالي المدفوعات، وتسمح القوانين لمحلات التجزئة⁽¹⁾ والشركات برفض الدفعات النقدية، وتوقف سائقو الحافلات السويدية والبائعون في الشوارع عن قبول الأوراق النقدية، وتوقفت البنوك أيضاً عن صرف المبالغ نقدياً وقامت بإزالة أجهزة الصراف الآلي الخاصة بها.

كما شهدت الصين أعلى نمو في المدفوعات غير النقدية، حيث أصدرت «تينسنت» الصينية تطبيق المراسلة الإلكترونية «وي شات» في عام 2011، ويتضمن هذا التطبيق رموزاً للاستجابة السريعة يمكن استخدامها لتبادل معلومات الاتصال بين المستخدمين، وأيضاً محفظة إلكترونية يمكن أن تستخدم لإجراء عمليات الدفع.

أما على مستوى دول منطقة الشرق الأوسط، فقد جاءت الإمارات في مقدمة دول المنطقة، سواء من حيث القيمة النقدية للمشتريات التي تمت إلكترونياً أم من حيث معدل نمو عمليات الدفع إلكترونياً، تليها السعودية ومصر.

نظام الدفع الإلكتروني في سورية

حاولت العديد من الشركات والمصارف العاملة في سوريا تقديم خدمة الدفع الإلكترونية من خلال دفع الفواتير. ومن أبرز هذه الشركات، شركة "تسديد" المملوكة بنسبة 25% للشركة السورية للاتصالات، حيث عملت هذه الشركة كبوابة للدفع الإلكتروني لفواتير الشركة السورية للاتصالات بالتعاون مع المصرف العقاري والتجاري. وقامت أيضاً بإصدار بطاقات Vouchers للتسديد بسعر وصل إلى 5,000 ل.س، وقد اشترط مصرف سورية المركزي تغطية البطاقات الصادرة عنها بحساب مجمد لدى المصرف يساوي قيمتها.⁽²⁾

(1) يقصد بمحلات التجزئة كافة أنواع المحلات التي يشتري منها المستهلك العادي أو يستفيد من خدماتها مثل محلات السوبرماركت والصيدليات والمطاعم والنوادي والفنادق وغيرها.

(2) مركز دمشق للأبحاث والدراسات، "الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال"، 25/تموز/2017، ص 50

كما قامت العديد من المصارف العاملة في سورية (الخاصة منها والعامّة) بتقديم خدمة دفع الفواتير عبر صرافاتها الآلية، أو من خلال خدمة الإنترنت البنكي ضمن مواقع الويب العائدة لهذه المصارف.⁽¹⁾ وفي السنوات الأخيرة حاولت بعض هذه المصارف من تطوير خدماتها المصرفية الإلكترونية لتصبح عن طريق تطبيقات الخليوي الخاصة بهذه المصارف، أو من خلال تقنية USSD التي تسمح للشخص بتنفيذ الخدمة من خلال الاتصال عبر جهازه الخليوي برقم مسبوق بالرمز * مثل خدمة "تم" لدى بنك البركة سورية.

ورغم ما تقدم ذكره من محاولات فلا يمكن القول بأن الأهداف الموضوعية سواء من الحكومة السورية أم من المصارف السورية بنشر خدمة الدفع الإلكتروني لدى أوسع شريحة ممكنة من أفراد المجتمع السوري، قد تم تحقيقها أو حتى الاقتراب من تحقيقها، حيث لا زالت هذه الخدمة غير منتشرة بين أوساط المجتمع السوري بكافة شرائحه وفئاته، على الرغم من توفر ثقافة الدفع الإلكتروني لدى الأغلبية في المجتمع السوري، ورغم الانتشار الواسع لثقافة استخدام الإنترنت وأجهزة الخليوي الذكية على مدى العشرين سنة المنصرمة.

فقد أثرت الحرب التي مرت بها سورية، بالإضافة إلى العقوبات الاقتصادية التي طالت المجتمع السوري والعديد من الفعاليات الاقتصادية السورية على محاولات توسيع خدمة الدفع الإلكتروني بين أفراد المجتمع السوري، وذلك نتيجة تراجع الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف العاملة في سورية، والتخريب الذي طال البنى التحتية مثل الكهرباء والاتصالات وشبكة الصرافات.

مشكلة البحث

تم إسناد مسؤولية تطوير نظام الدفع الإلكتروني بموجب المرسوم التشريعي /21/ لعام 2011 إلى مصرف سورية المركزي، كما تم منحه الحق بمنح التراخيص اللازمة لتأسيس شركات الدفع الإلكتروني بموجب هذا المرسوم بالإضافة إلى قرار رئيس مجلس الوزراء رقم 7497 الصادر بتاريخ 2017/6/7. ومنذ ذلك الحين، يسعى مصرف سورية المركزي لإعادة تنشيط خدمة الدفع الإلكتروني وتوسيع قاعدة المشتركين بهذه الخدمة من الزبائن، من خلال الحسابات المصرفية في المصارف السورية الخاصة منها والعامّة.

(1) مركز دمشق للأبحاث والدراسات، "الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال"، 25/تموز/2017، ص 51

لذلك قام المصرف المركزي بإسناد مسؤولية تركيب منظومات الدفع الإلكتروني والتسويق لخدمة الدفع الإلكتروني إلى الشركات المزودة لهذه الخدمة، تحت إشراف ورقابة المصارف السورية العاملة. ومن هنا تأسست شركة كاش لس بهدف تركيب وإدارة منظومة الدفع الإلكتروني والتسويق لهذه الخدمة بالتعاون وبإشراف المصارف السورية العاملة.

لكن من خلال المناقشات بين أعضاء فريق العمل المؤسس لشركة كاش لس، ظهرت معوقات هامة من وجهة نظرهم، من الضروري حلها من خلال التعاون مع الجهات المعنية أو تخفيض أثرها، وذلك لضمان إمكانية نجاح انتشار هذا القطاع الحيوي بين كافة أطراف المجتمع السورية، وأهم هذه المعوقات: 1- التغيير المستمر في القرارات الناظمة لخدمة الدفع الإلكتروني والصادرة من قبل مصرف سورية المركزي، حيث حصلت شركة كاش لس على الترخيص اللازم لتزويد خدمة الدفع الإلكتروني، وذلك خلال شهر آب من العام 2018، ثم أصدر المصرف المركزي قراراً في نفس الشهر بتجميد التراخيص الممنوحة لتزويد خدمة الدفع الإلكتروني حتى إشعار آخر. ليعاود إصدار قرارات جديدة في العام التالي تحتوي على قواعد ناظمة لهذا القطاع جديدة ومختلفة تماماً عن القواعد الناظمة السابقة.

2- تراجع مستوى الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف السورية العاملة، وأبرز هذه الخدمات:

a. الفترة الطويلة والمطلوبة لإنجاز المعاملات المصرفية من فتح حسابات مصرفية وإيداع وسحب وغيرها.

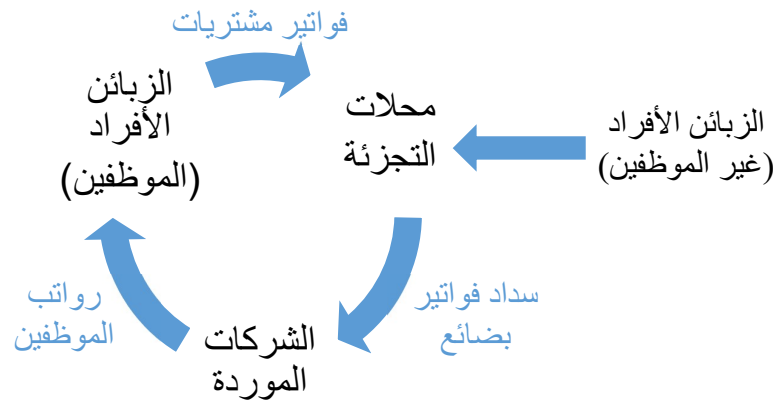
b. توقف الصرافات الآلية لأغلب المصارف السورية العاملة مؤخراً.

c. القرارات الحكومية المؤثرة على رأي المجتمع السوري في الخدمات المصرفية، مثل قرار مصرف سورية المركزي بتحديد سقف المبالغ المسموح بسحبها يومياً من الحسابات المصرفية.

3- مدى تخوف أغلب شرائح المجتمع السوري سواءً أفراد أو محلات تجارية أو شركات من تعرض أرقام نشاطهم التجاري للرقابة من قبل الدوائر الضريبية.

وقبل الدخول في التحديات التي يراها فريق عمل شركة كاش لس لتحقيق الأهداف التي تأسست الشركة من أجلها، لا بد من معرفة الدورة التجارية لعملية الدفع الإلكتروني والتي تشكل الرؤية الاستراتيجية للشركة لتحقيق أهدافها.

شكل (1) - الدورة التجارية لعملية الدفع الإلكتروني



حيث نلاحظ من الدورة أعلاه قيام الشركات المورد ببيع بضائعها لدى محلات التجزئة، وتقوم هذه المحلات بسداد قيمة البضائع المشتراة من الشركات المورد من خلال إحدى وسائل الدفع الإلكتروني، ثم تقوم الشركات المورد بتحويل رواتب موظفيها إلى حساباتهم المصرفية ليقوموا بدورهم بالشراء من محلات التجزئة من خلال إحدى وسائل الدفع الإلكتروني، كما يستطيع الزبائن الأفراد من غير الموظفين الدخول في الدورة التجارية والدفع من خلال إحدى وسائل الدفع الإلكتروني إذا كانوا يمتلكون حسابات مصرفية. مع التأكيد بأن المقصود بمحلات التجزئة كافة أنواع المحلات التي يشتري منها المستهلك العادي أو يستفيد من خدماتها مثل محلات السوبرماركت والصيدليات والمطاعم والنوادي والفنادق وغيرها.

ولضمان انضمام عدد كبير من الزبائن لمنظومة الدفع الإلكتروني لشركة كاش لس، لا بد من توفير شبكة كبيرة من محلات التجزئة كي يستطيع الزبائن الأفراد صرف أموالهم داخل هذه الشبكة.

وإن اشتراط ارتباط منظومة الدفع الإلكتروني مع عمل المصارف بموجب القوانين الصادرة من الجهات الحكومية، قد يؤثر سلباً على قرار كل من محلات التجزئة والزبائن الأفراد في التعامل مع منظومة الدفع الإلكتروني لشركة كاش لس، وذلك للأسباب التي تم ذكرها سابقاً مثل ضعف خدمات المصارف من جهة والخوف من شفافية الأرقام التي قد تطلع عليها الجهات الحكومية مثل الدوائر الضريبية من جهة أخرى والتجارب السيئة التي مرت بها سابقاً معظم محلات التجزئة مع المصارف السورية.

أما فيما يتعلق بالشركات الكبيرة والموردة لمحلات التجزئة ومن خلال التواصل الشفهي مع معظمهم أثناء البدء بتأسيس الشركة، فلم تكن لديهم نفس التحفظات الموجودة لدى الأطراف السابقة سواء من الناحية

الضريبية نتيجة عرض حساباتهم بجميع الأحوال على الدوائر الضريبية أم من ناحية تعاملهم مع المصارف نتيجة اضطرارهم للتعامل مع المصارف بهدف تسيير معاملاتهم المالية مثل إيداع وسحب وتحويل مبالغ ضخمة من الأموال أو ممارسة عملية الاستيراد والتصدير عبر هذه المصارف. على عكس محلات التجزئة والزبائن الأفراد الذين يستطيعون ممارسة نشاطهم التجاري دون الحاجة لعرض هذا النشاط على الدوائر الضريبية، كما أن فئة لا بأس بها من محلات التجزئة والزبائن الأفراد ليسوا بحاجة للتعامل مع المصارف لصغر حجم تداولاتهم المالية اليومية مقارنة مع الشركات الكبيرة.

لذلك فقد ظهرت التساؤلات التالية التي من الضروري معرفة أثرها على قرار كل من الأفراد ومحلات

التجزئة في الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني لدى شركة كاش لس على النحو التالي:

1- هل ستؤثر القرارات الحكومية المرتبطة بالضرائب أو بعمل المصارف مثل حدود السحب اليومي

على قرار الأفراد أو محلات التجزئة في الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني لدى شركة كاش لس؟

2- هل ستؤثر مشاركة المصارف العاملة في سوريا بعملية الدفع الإلكتروني من خلال الحسابات

المصرفية على قرار الأفراد أو محلات التجزئة في الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني لدى شركة

كاش لس؟

3- هل يستطيع عامل الأمان من جميع مخاوف المشتركين المرتبطة بسرقة النقود أو تزوير العملة

والذي ستوفره شركة كاش لس أن يؤثر إيجاباً على قرار الأفراد أو محلات التجزئة في الاشتراك

بخدمة الدفع الإلكتروني لدى شركة كاش لس؟

4- ما أثر توفير شبكة واسعة من الشركات الموردة لمحلات التجزئة، وبالمقابل توفير شبكة واسعة من

محلات التجزئة بالنسبة للأفراد على قرار الأفراد أو محلات التجزئة في الاشتراك بخدمة الدفع

الإلكتروني لدى شركة كاش لس؟

5- هل يستطيع عامل جودة الخدمة والذي ستوفره شركة كاش لس أن يؤثر إيجاباً على قرار الأفراد أو

محلات التجزئة في الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني لدى شركة كاش لس؟

6- هل يستطيع عامل التسعير المناسب لخدمات شركة كاش لس أن يؤثر إيجاباً على قرار الأفراد أو

محلات التجزئة في الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني لدى الشركة؟

أهداف البحث

- تهدف الدراسة إلى وضع استراتيجية واضحة لإنشاء شبكة كبيرة من الشركات وتجار التجزئة ومن ثم الزبائن الأفراد داخل منظومة الدفع الإلكتروني لدى شركة كاش لس. وذلك من خلال دراسة وتحليل العوامل التي قد تكون مؤثرة على قرار الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني أو عدم قبول الاشتراك سواء بالنسبة للزبون العادي أو المالك لمحل التجزئة، وتم تحديد العوامل التالية التي سيتم دراسة وتحليل أثرها:
- عامل الأمان مثل الأمان من السرقة وتزوير العملة وموثوقية المعلومات المرتبطة بعمليات الدفع الإلكتروني المنفذة.
 - شبكة واسعة من الشركات الموردة ومحلات التجزئة
 - خدمة المصارف المرتبطة بسهولة فتح الحسابات المصرفية وبساطة الإجراءات المصرفية الأخرى.
 - القرارات الحكومية المرتبطة بالضرائب وسقف السحب المسموح به من الحسابات المصرفية
 - تكلفة وأجور الاشتراك والاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني
 - جودة تقديم خدمة الدفع الإلكتروني مثل خدمة الزبائن وسهولة إجراءات تنفيذ عملية الدفع الإلكتروني وتوفير المعلومات الضرورية لكل من الزبون العادي ومحل التجزئة.

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث من خلال تحديد العوامل التي قد تساعد على تسريع إنشاء أكبر شبكة ممكنة من الشركات الموردة ومحلات التجزئة لدى شركة كاش لس وتوسيع قاعدة المستفيدين من خدمة الدفع الإلكتروني لديها، وذلك من خلال فهم سلوك واستجابة الشركات والمحلات والأفراد لكل عامل من العوامل المؤثرة على قرارهم سواء من ناحية إيجابية أو سلبية.

الأبحاث والدراسات السابقة

1- أهمية أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

BADR - أم البواقي - (فريدة قلقول 2012 - 2013)

الهدف من هذا البحث في الجزائر معرفة مدى فعالية استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف، والتعرف إلى وسائل الدفع الإلكتروني لإمكانية مقارنتها مع وسائل الدفع التقليدية.

2- الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال - مركز دمشق للأبحاث والدراسات 2017

تبين هذه الدراسة أين وصل الدفع النقال في العالم وكيف يستخدم في الدول النامية والمتقدمة، وتوضح هذه الدراسة الخدمات والتقنيات وأنظمة الدفع المحلية والدولية ونماذج العمل والبنية التشغيلية والتنظيمية ودراسات من المنظمات الدولية المعنية بهذه الموضوع. كما تتقصى الدراسة البيئة السورية والمؤسسات المعنية والتجارب السابقة والقائمة بهدف تلمس إمكانية تطبيق الدفع النقال في سورية.

3- تقرير المدفوعات العالمية 2019 World Payments Report - معهد

Capgemini للأبحاث

يشرح هذا التقرير واقع المدفوعات غير النقدية واتجاهاته في العالم.

الفصل الثاني

الإطار النظري لخدمة الدفع الإلكتروني

عوامل نجاح خدمة الدفع الإلكتروني

لكي نستطيع إقناع كافة الأطراف المعنية بالاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، بدءاً من الشركات الموردة وانتهاءً بالمشاركين الأفراد، لا بد من تحديد العوامل التي قد تكون مؤثرة على قرار المشاركة في خدمة الدفع الإلكتروني، ومن ثم تصميم مزيج تسويقي منسجم مع هذه العوامل وقادر على تجاوز التحديات التي قد تؤثر على قرار الدخول بهذه الخدمة.

1- عامل الأمان:

يعتبر عامل الأمان من أهم العوامل المؤثرة على قرار الدخول في خدمة الدفع الإلكتروني، إن لم يكن أهمها على الإطلاق. فكلما استطاعت المصارف وشركات الدفع الإلكتروني أن تمنح الأطراف الفاعلة في دورة الدفع الإلكتروني من شركات ومحلات تجزئة وأفراد الشعور بالأمان عند استخدامهم خدمة الدفع الإلكتروني، وبأن أموالهم وبياناتهم لن تتعرض للسرقة، سيعزز ذلك قرارهم بالدخول في خدمة الدفع الإلكتروني.

من جهة أخرى، فإن انعدام الأمان عند استعمال الأوراق النقدية، نتيجة ارتفاع معدلات الجريمة المرتبطة بتزوير الأوراق النقدية أو السرقات، سيحفز الرغبة بالدخول في خدمة الدفع الإلكتروني، لتجنب مخاطر استخدام الأوراق النقدية.

2- شبكة الشركات الموردة ومحلات التجزئة:

من المنطقي القول بأن توفر شبكة واسعة من محلات التجزئة مثل محلات السوبرماركت والصيدليات والمكتبات والمطاعم والفنادق والنوادي وغيرها، سيعزز من موافقة الأفراد على الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني، لأنه سيسهل من إنفاق النقود ضمن هذه الشبكة الواسعة.

لكن المشكلة تكمن بقبول أصحاب هذه المحلات الاشتراك بالخدمة، لا سيما عند معرفتهم بأن الدخول بخدمة الدفع الإلكتروني سيكون من خلال الحسابات المصرفية، وبالتالي سيتعين عليهم الذهاب إلى المصارف لسحب أموال مبيعاتهم التي حصلوا عليها من خلال الدفع الإلكتروني، الأمر الذي قد يجعلهم يرفضون الدخول بهذه الخدمة لتوفير عناء التعامل مع المصارف.

أما في حال توفر شبكة واسعة من الشركات الموردة، فسيكون بمقدور محلات التجزئة عندئذ استخدام أموال مبيعاتهم من الدفع الإلكتروني، في شراء بضائعهم من الشركات الموردة لهم من خلال خدمة الدفع الإلكتروني أيضاً، بدلاً من تكبدهم عناء الذهاب إلى المصارف لسحب أموالهم. مما سيثجع أصحاب محلات التجزئة بالتالي للاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني.

3- مشاركة المصارف في خدمة الدفع الإلكتروني

إن مشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني قد تؤثر على قرار الموافقة أو الرفض للاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني. فإذا استطاعت المصارف تسهيل إجراءات فتح الحسابات المصرفية وتقديم خدمات مصرفية مشجعة لكافة الأطراف، سيعزز ذلك قرار الموافقة على الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني.

4- القرارات الحكومية

تعد القرارات الحكومية من العوامل الهامة والمؤثرة في قرار الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني. وسأخص بالذكر هنا القرارات الحكومية المرتبطة بالضرائب والقرارات المرتبطة بعمل المصارف. فكما هو معروف، تلعب الضرائب في أي دولة دوراً هاماً في التأثير على قرار الاستثمار في هذه الدولة أو الامتناع عن الاستثمار. كذلك الأمر في حالة الدفع الإلكتروني. ففي حال كانت نسبة الضرائب المفروضة على الشركات ومحلات التجزئة مرتفعة، فإن معظمهم سيرفض فكرة الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني لتجنب معرفة الحكومة لمبيعاتهم الفعلية.

لكن من وجهة نظر أخرى، فإن متوسط حجم التداول النقدي عبر الدفع الإلكتروني في العالم لا يزال أقل من التداول النقدي التقليدي⁽¹⁾، وبالتالي فمن الممكن إقناع الشركات ومحلات التجزئة باستخدام المبيعات المصرح بها للدوائر الضريبية من خلال الدفع الإلكتروني.

أيضاً فإن الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني يعتبر بمثابة تأكيد على صحة أرقام مبيعات الشركات ومحلات التجزئة عند عرضها للدوائر الضريبية، على اعتبار أن هذه الأرقام تخضع لمصادقة المصارف والمصرف المركزي.

كما أن القرارات الحكومية المرتبطة بعمل المصارف قد تؤثر أيضاً على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني. ومن الأمثلة على هذه القرارات، ما يخص حدود السحب اليومي من المصارف سواءً للشركات أو محلات التجزئة أو الأفراد. ففي حال كانت حدود السحب اليومي منخفضة، فإن ذلك قد يؤثر سلباً على قرار إيداع الأموال في المصارف وبالتالي على الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني، فكما ذكرت سابقاً يعتبر متوسط حجم التداول النقدي عبر الدفع الإلكتروني في العالم لا يزال منخفضاً نسبياً قياساً مع التداول النقدي التقليدي⁽¹⁾، وبالتالي سيبقى المجتمع بحاجة للتداول النقدي التقليدي، على الأقل خلال السنوات الأولى من تطبيق الدفع الإلكتروني على مستوى الدولة، وقد يتأثر سلباً بمثل هذه القرارات.

5- تكلفة وأجور الاشتراك والاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني

إن ارتفاع أو انخفاض تكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني قد تؤثر سلباً أو إيجاباً على قرار الاشتراك، لذا من الضروري أن تكون التكلفة متناسبة مع مقدار تلبية حاجات المشتركين في الخدمة.

6- جودة تقديم خدمة الدفع الإلكتروني

إن الحديث عن جودة تقديم خدمة الدفع الإلكتروني ليس بالأمر السهل، فهو متشعب ويتناول كل التفاصيل المرتبطة بتقديم الخدمة، بدءاً من إجراءات الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، مروراً بتنفيذ عملية الدفع الإلكتروني، وانتهاءً بتقديم المساعدة المطلوبة للمشارك وإجابة كافة استفساراته عند الحاجة بكفاءة وفعالية تتناسب مع تطلعاته وتوقعاته، إن لم تكن أفضل.

الفصل الثالث

الإطار العملي لخدمة الدفع الإلكتروني

مقدمة عن شركة كاش لس

تأسست شركة كاش لس في العام 2017 بهدف تقديم خدمة الدفع الإلكتروني. وحصلت على الترخيص من مصرف سورية المركزي في شهر آب من العام 2018، ثم أصدر المصرف المركزي قراراً في نفس الشهر بتجميد كافة التراخيص الممنوحة للشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني بما فيهم شركة كاش لس، وذلك بهدف إعادة النظر في القرارات الناظمة لقطاع الدفع الإلكتروني. وفي العام 2019، صادقت رئاسة مجلس الوزراء السوري على القرار رقم / 52 / المتضمن شروط الترخيص لتأسيس شركات سورية للعمل في مجال الدفع الإلكتروني⁽¹⁾، والقرار / 53 / المتضمن البنية الوطنية للدفع الإلكتروني في سورية المقترحة من مصرف سورية المركزي⁽²⁾، بالإضافة إلى قرار مجلس النقد والتسليف رقم / 96 / لعام 2019 المتضمن تعليمات الخدمات المصرفية الإلكترونية والذي يعتبر الإطار القانوني والتنظيمي المرجعي للدفع الإلكتروني في سورية⁽³⁾. ومنذ ذلك الوقت، تعمل شركة كاش لس على توفيق أوضاعها بحسب المتطلبات الجديدة للقرارات الصادرة بهدف الحصول على الترخيص النهائي لتقديم خدمة الدفع الإلكتروني.

الخدمات المقدمة من قبل شركة كاش لس

تهدف شركة كاش لس بتزويد خدمة الدفع الإلكتروني وذلك من خلال عدة وسائل دفع الكتروني مثل البطاقات الإلكترونية، أو عبر أجهزة الصراف الآلي (ATM) وأجهزة الدفع الذاتي (Kiosk)، أو من خلال أجهزة الخليوي. مع التركيز على وسيلة الدفع الأخيرة وهي من خلال أجهزة الخليوي، كونها تعتبر أقل تكلفة بالنسبة لجميع الأطراف.

دراسة استكشافية

قبل البدء بطرح الاستبيانات المطلوبة على كل من محلات التجزئة والأفراد، تم إجراء مقابلات فردية ومباشرة مع عينة منتقاة من أربع محلات سوبرماركت وثلاث صيدليات، وكان اختيار هذه العينة مرتبط بعده اعتبارات أهمها:

- متوسط مستوى الدخل لدى السكان المحيطين بهذه العينة، حيث من المتوقع أن يتراوح مستوى الدخل لدى هؤلاء السكان من مستوى الدخل المتوسط إلى المرتفع.

(1) المصدر رئاسة مجلس الوزراء <http://www.pministry.gov.sy>

(2) المصدر رئاسة مجلس الوزراء <http://www.pministry.gov.sy>

(3) المصدر رئاسة مجلس الوزراء <http://www.pministry.gov.sy>

- حجم نشاط هذه العينة، حيث تم اختيار محلات السوبرماركت الموجودة ضمن مراكز التسوق الكبيرة والمحلات ذات حجم النشاط المتوسط.

كان الهدف من هذه المقابلات معرفة رأي أفراد هذه العينة حول العوامل التي تم تحديدها على أنها قد تكون مؤثره في قرار الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني، وأهمها بحسب وجهة نظر فريق عمل شركة كاش لس هي القرارات الحكومية المرتبطة خاصة بالضرائب، بالإضافة إلى مشاركة المصارف بخدمة الدفع الإلكتروني. وتراوحت مدة المقابلة بين 15 - 45 دقيقة استناداً لانشغال أصحاب هذه المحلات والصيدليات بأعمالهم وتلبية زبائنهم ومدى رغبتهم بالمشاركة بهذه المقابلة وتحمسهم لفكرة الدفع الإلكتروني.

بدأت المقابلة بمقدمة عن التوجه الحكومي في الفترة الأخيرة بإدخال قطاع الدفع الإلكتروني إلى المجتمع السوري بإشراف ورقابة من مصرف سورية المركزي، وعن دور كل من المصارف والشركات في تقديم خدمة الدفع الإلكتروني، ثم البدء بتوجيه السؤال التالي (ما هو رأيك بشكل عام عن فكرة دخول خدمة الدفع الإلكتروني إلى المجتمع السوري)، ومن خلال طبيعة الجواب على هذا السؤال تبدأ المناقشة عن محاسن ومساوئ هذه الخدمة بحسب الوضع الحالي الاقتصادي والاجتماعي في سوريا، ودراسة مدى تحمسهم لهذه الخدمة ومخاوفهم من مساوئها في نفس الوقت، مع إدخال العوامل التي تم تحديدها مسبقاً ضمن المناقشات لمعرفة طبيعة استجابتهم لهذه العوامل.

وأظهرت نتائج المقابلات النقاط التالية:

- أغلب أفراد العينة كانوا مقتنعين بضرورة توفر هذه الخدمة في السوق السورية، نتيجة الظروف الاقتصادية والاجتماعية الموجودة حالياً في المجتمع السوري، بدءاً من التضخم المستمر والاضطرار إلى حمل مبالغ كبيرة من النقود لسداد مشترياتهم، وصولاً إلى تراجع مستوى الأمان نتيجة الوضع الاقتصادي الحالي، حيث كانوا متفقين في رأيهم بأن الدفع الإلكتروني تعتبر وسيلة أكثر أماناً من عمليات الدفع التقليدية. وهنا نستنتج أن عامل الأمان قد يكون مؤثراً بشكل إيجابي على قرار المشاركة في خدمة الدفع الإلكتروني إذا استطاعت شركة كاش لس أن توفره لمستخدميها.
- في حين أبدى الآخرون عدم تحمسهم لهذه الخدمة نتيجة قناعتهم بعدم قدرة الحكومة على تقديم الخدمة بحسب توقعاتهم، وذلك استناداً للتجارب السابقة فيما يخص الدفع الإلكتروني المطبقة سابقاً في السوق السورية، وأبرزها بحسب رأيهم مشروع البطاقة الذكية المطبق حالياً، بالرغم من اختلاف خصائص هذا المشروع بوضعه الحالي عن مشروع خدمة الدفع الإلكتروني. وترى هذه الفئة أن مشاركتهم بخدمة الدفع الإلكتروني (إذا قرروا المشاركة بها) ستكون بعد إدخال هذه الخدمة إلى السوق السورية ودراسة مدى نجاحها لدى محلات التجزئة الأخرى.

- المخاوف الفعلية لدى أغلب أفراد العينة مرتبطة بمدى جودة الخدمة وسرعة تنفيذ عملية الدفع الإلكتروني، خصوصاً من خلال تجارب معظم هذه المحلات مع خدمة الدفع الإلكتروني المقدمة سابقاً من قبل المصارف السورية، فقد وقع أصحاب هذه المحلات بتجارب سيئة مع زبائنهم نتيجة حصول أخطاء وتأخير أثناء عمليات الدفع الإلكتروني.
- وعند طرح عامل التسعير وتكلفة الحصول على خدمة الدفع الإلكتروني، لم يعارض أحد من أصحاب المحلات على فكرة وجود تكلفة للمشاركة بهذه الخدمة، شريطة أن تكون التكلفة منطقية، دون تحديد رقم لهذه التكلفة.
- كما أبدى جميع أفراد العينة تأييدهم بضرورة وجود شبكة واسعة من الشركات الموردة لهم، ليتمكنوا بدورهم من سداد قيمة بضائعهم من خلال الدفع الإلكتروني.
- إلا أن التخوفات الأساسية التي كانت لدى فريق عمل شركة كاش لس والمرتبطة بتحفظ محلات التجزئة على الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني، نتيجة احتمال تخوفهم من رقابة الدوائر الضريبية، أو التحفظات المرتبطة بمشاركة المصارف في خدمة الدفع الإلكتروني نتيجة تراجع مستوى الخدمات المصرفية في الآونة الأخيرة، كلها أثبتت أنها ليست عاملاً أساسياً باتخاذ قرار الاشتراك في هذه الخدمة. فقد أبدى أغلب أفراد العينة استعدادهم للاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني في ظل القوانين الضريبية الحالية، بالرغم من تحفظاتهم على النظام الضريبي المطبق حالياً، إلا أنها من وجهة نظرهم ليست عاملاً أساسياً في قرارهم الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني. وهم لا يمانعون أيضاً بالاشتراك بهذه الخدمة من خلال حساباتهم المصرفية، أو أن يقوموا بفتح حسابات مصرفية لهذا الغرض، مع التأكيد على ضرورة تسهيل وتسريع الخدمات المصرفية المرتبطة بهذه الخدمة.

ونستطيع القول بأن الدراسة الاستكشافية كانت مفيدة للغاية في التأكد من أثر العوامل التي تم تحديدها مسبقاً، وإذا كانت هناك عوامل أخرى لم تؤخذ بالحسبان سابقاً، ومدى أهمية جميع هذه العوامل في اتخاذ القرار بالاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني. حيث تبين أن جودة تقديم خدمة الدفع الإلكتروني له أثر أساسي على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، أكثر من أثر الضرائب أو أثر مشاركة المصارف بخدمة الدفع الإلكتروني من خلال الحسابات المصرفية. مع التأكيد على أثر وأهمية عامل الأمان لدى المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني.

تصميم الاستبيان وتحديد مجتمع وعينة الدراسة

استناداً لنتائج المقابلات التي تم إجراؤها أثناء مرحلة الدراسة الاستكشافية، فقد تم تنظيم استبيانين، أحدهما مخصص لمحات التجزئة والآخر للأفراد. وتناول الاستبيانان العوامل التالية للنقاش:

- 1- عامل الأمان
- 2- شبكة منافذ الدفع
- 3- دور المصارف في الاشتراك
- 4- القرارات الحكومية المرتبطة بالضرائب وعمل المصارف
- 5- تكلفة الاشتراك في الخدمة
- 6- جودة الخدمة

وقد تم تصميم الاستبيان بحسب النقاط التالية:

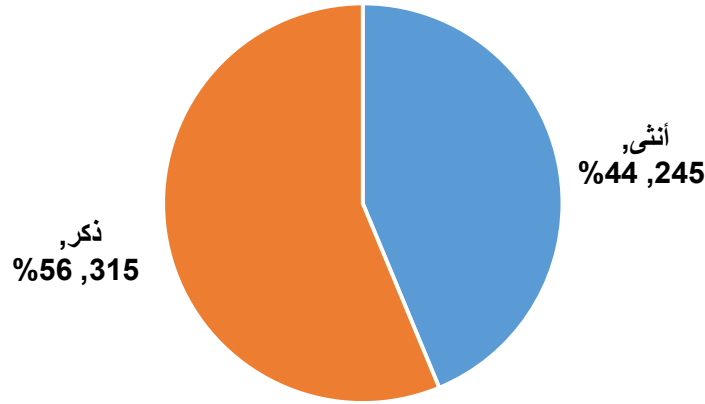
- البدء بمقدمة تتحدث عن الهدف من الاستبيان.
- ثم طرح أسئلة عامة عن المشارك بالاستبيان مثل الجنس والعمر ومكان الإقامة والمؤهل العلمي وتم إدخال سؤال عمّا إذا كان المشارك بالاستبيان لديه حساب مصرفي أو لا. مع الانتباه إلى الابتعاد عن أسئلة تتعلق بمعلومات شخصية قد تكون حساسة بالنسبة للمشارك.
- ثم الانتقال إلى رأي المشارك بالعوامل المؤثرة بقرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني من خلال عبارات تتحدث عن هذه العوامل وباستخدام مقياس ليكرت Likert المكون من 5 نقاط متدرجة من موافق بشدة إلى غير موافق بشدة. وقد تتحدث عبارة واحدة أو عدة عبارات عن عامل واحد.
- التأكيد على التحدث في بداية الاستبيان عن النقاط الإيجابية المشجعة على اتخاذ قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، مثل عامل الأمان وتوفر شبكة واسعة من الشركات الموردة ومحات التجزئة، ثم الانتقال إلى العوامل التي قد تشكل تحفظات لدى المشترك عند اتخاذ قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، مثل القرارات الحكومية المتعلقة بالضرائب.
- إنهاء الاستبيان بعبارات تدرس مدى رغبة المشترك بأن يكون من أوائل المشتركين بهذه الخدمة، والدافع لهذه الرغبة إذا كان نابعاً من قناعة المشترك بأهمية وإيجابيات هذه الخدمة، أو للاستفادة من العروض التشجيعية المقدمة من الشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني.

مجتمع وعينة الدراسة ونتائج الاستبيان المخصص للأفراد

تم توزيع الاستبيان المتعلق بالأفراد عبر الانترنت من خلال وسيلة التواصل الاجتماعي (Facebook) وكان الاختيار عشوائياً مع التركيز على مجموعات داخل سوريا وتتضمن أعداد كبيرة من الأشخاص يزيدون عن 10 - 100 ألف عضو في المجموعة الواحدة، فكانت النتيجة بعد عدة محاولات

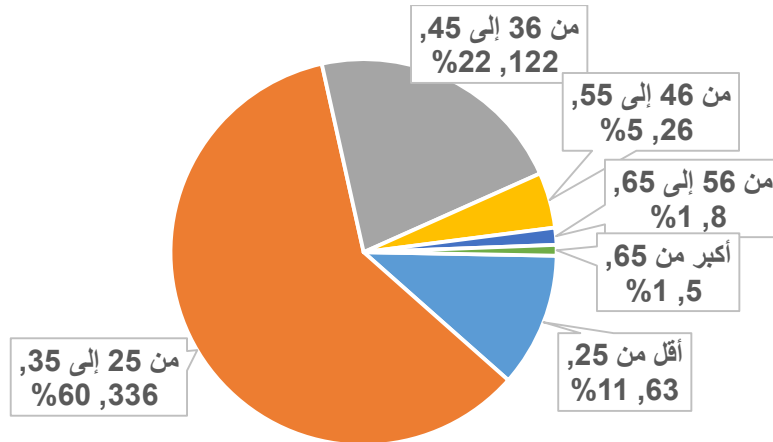
وإعادة المحاولة في بعض المجموعات هي الحصول على مشاركات من حوالي 110 شخص فقط. ثم تم توزيع الاستبيان إلكترونياً بين موظفي شركة سيريتل، وكانت النتيجة الحصول على مشاركات من 460 موظف، ليصبح إجمالي عدد المشاركين الأفراد في الاستبيان هو 560 مشارك. وتوضح الرسوم البيانية التالية توزيع المشاركين من حيث الجنس، العمر، مكان الإقامة، المؤهل العلمي، وفيما لو لديهم حساب مصرفي شخصي أو لا.

1- توزيع الأفراد المشاركين من حيث الجنس:



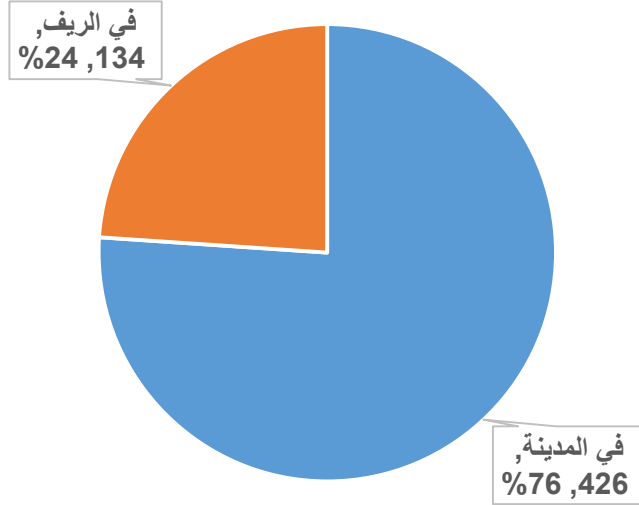
يبين الرسم البياني أعلاه أن الذكور المشاركين في الاستبيان يشكلون نسبة 56% وهي أعلى من نسبة المشاركات من الإناث والتي بلغت 44% من إجمالي عدد المشاركين.

2- توزيع الأفراد المشاركين من حيث العمر:



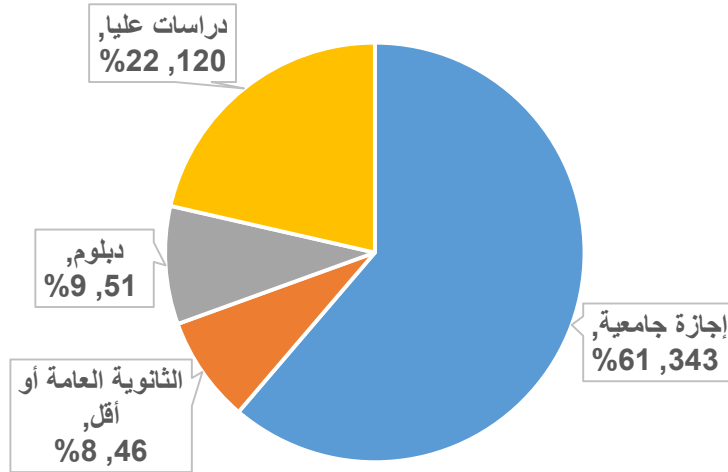
يبين الرسم البياني أعلاه أن المشاركين من الفئة العمرية ما بين 25 إلى 35 شكلوا أكبر نسبة مشاركة بين الفئات العمرية الأخرى حيث بلغت 60%، ثم المشاركين من الفئة العمرية ما بين 36 إلى 45 بنسبة 22%. أي أن حوالي 82% من الذين استجابوا للمشاركة في الاستبيان هم من الفئات العمرية الشابة.

3- توزيع الأفراد المشاركين من حيث مكان الإقامة:



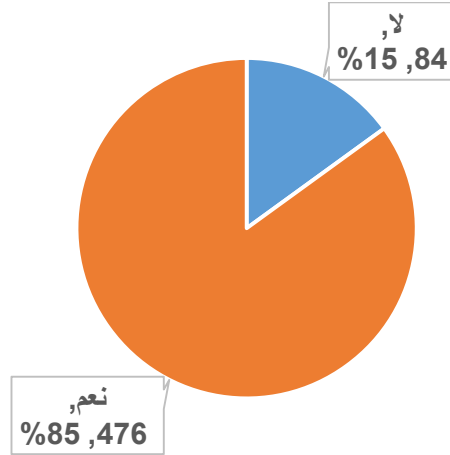
يبين الرسم البياني أعلاه أن نسبة الأفراد المشاركين في الاستبيان والمقيمين في المدينة والبالغه 76% كانوا أعلى من نسبة المشاركين المقيمين في الريف والتي بلغت 24%.

4- توزيع الأفراد المشاركين من حيث المؤهل العلمي:



يبين الرسم البياني أعلاه أن نسبة المشاركين في الاستبيان من حملة الإجازة الجامعية هم أعلى نسبة وهي 61% ثم حملة الدراسات الجامعية بنسبة مشاركة بلغت 22%. أي أن حوالي 83% ممن استجابوا للمشاركة في الاستبيان هم من طبقة المتعلمين والحاصلين على إجازات جامعية وما فوق.

5- توزيع الأفراد المشاركين من حيث امتلاك حساب مصرفي:



يبين الرسم البياني أعلاه أن 85% من المشاركين في الاستبيان لديهم حسابات مصرفية شخصية فيما 15% من المشاركين في الاستبيان ليس لديهم حسابات مصرفية شخصية. وهذا مؤشر يؤخذ بالاعتبار فيما بعد عند الحصول على الإجابات المتعلقة بعامل دور ومشاركة المصارف في الدفع الإلكتروني.

وتبين النتائج التالية رأي المشاركين من الأفراد في العوامل التي تم اعتبارها بأنها مؤثرة في قرار الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني، وذلك من خلال استخدام اختبار T-Test للعينة الواحدة في برنامج المتغير في النظام الإحصائي SPSS، حيث تم تسمية متغير لكل عبارة.

1- عامل الأمان:

تم استخدام العبارات التالية والتي تعبر عن عامل الأمان بالنسبة للأفراد:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
6	يعتبر عامل الأمان أهم عنصر لدي عند اختياري لطريقة سداد مشترياتي	Security_Fc
8	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستكون أكثر دقة بالنسبة لعد النقود عند سداد مشترياتي	Cash_Count
9	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستكون مرجع موثوق في حال حصول خلاف مع البائع	Dispute
10	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستريحني من مخاطر النقود المزورة	Fake_Money

Theft	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، كونها ستريحني من مخاطر سرقة أموالني	11
-------	---	----

One-Sample Statistics

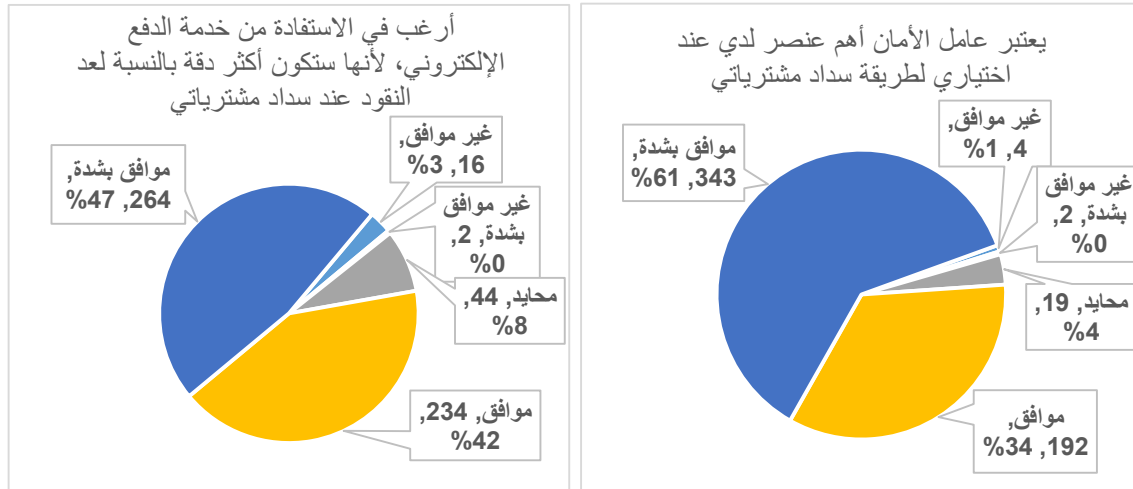
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Security_Fc	560	4.55	.634	.027
Cash_Count	560	4.33	.769	.033
Dispute	560	4.35	.749	.032
Fake_Money	560	4.40	.733	.031
Theft	560	4.30	.810	.034

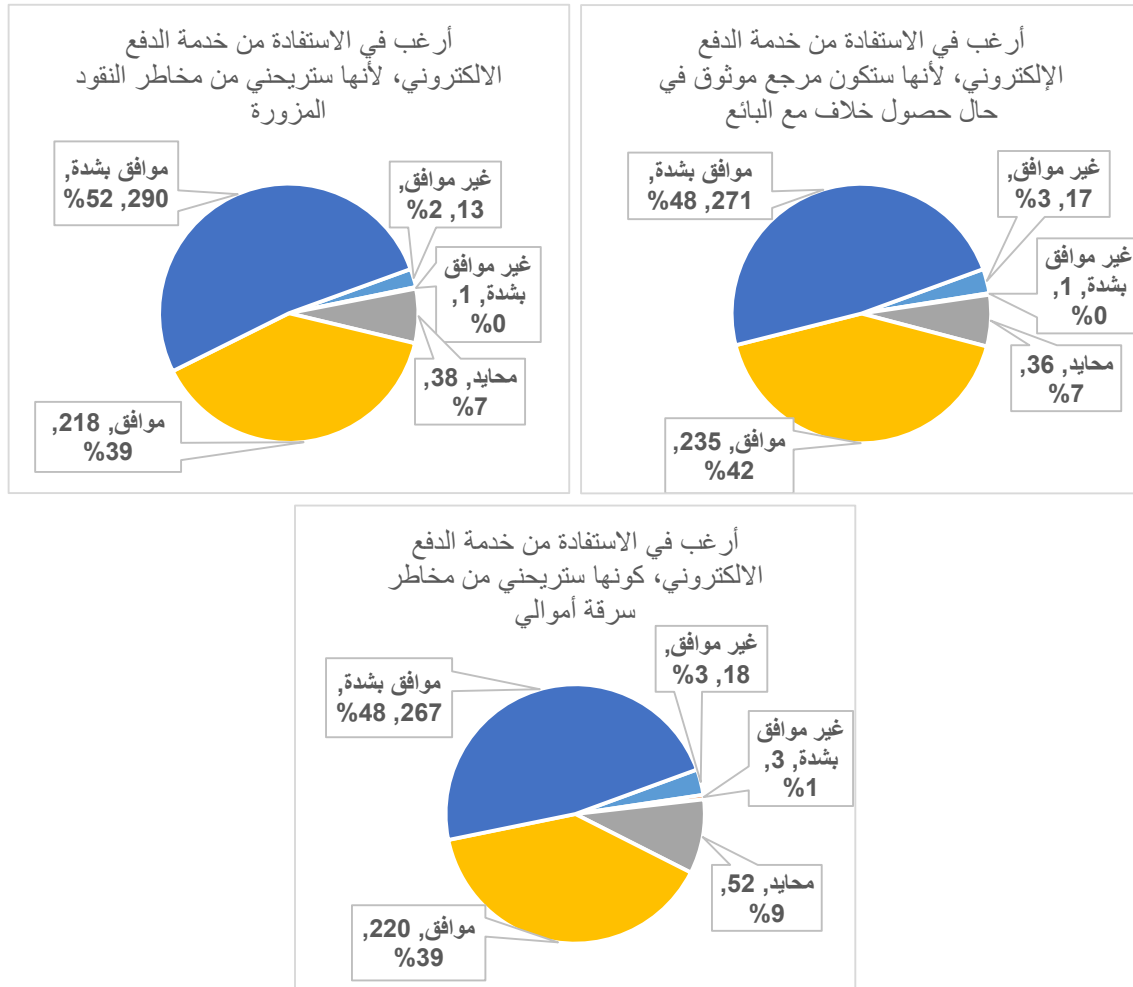
One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Security_Fc	58.027	559	.000	1.554	1.50	1.61
Cash_Count	40.757	559	.000	1.325	1.26	1.39
Dispute	42.739	559	.000	1.354	1.29	1.42
Fake_Money	45.151	559	.000	1.398	1.34	1.46
Theft	38.103	559	.000	1.304	1.24	1.37

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Cash_Count / Security_Fc) هي على التوالي 4.33 / 4.35 / 4.40 / 4.30. وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يؤيدون أن عامل الأمان هو أهم عنصر عند اختيارهم لطريقة سداد مشترياتهم.

كما تبين الرسوم البيانية التالية نسب استجابة المشاركين للعبارة المرتبطة بعامل الأمان:





تشير الرسوم البيانية أعلاه أن نسب الموافقة على العبارات المرتبطة بعامل الأمان تتراوح بين 87% إلى 95%، وهذه النتيجة متوقعة لأنه من الطبيعي أن يحرص أي شخص على ممتلكاته النقدية وأن يبحث عن أكثر وسيلة آمنة للحفاظ عليها.

2- شبكة محلات التجزئة:

تم استخدام العبارة التالية عن توفر شبكة واسعة من محلات التجزئة:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
7	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي شبكة واسعة من المتاجر لسداد مشترياتي.	Network

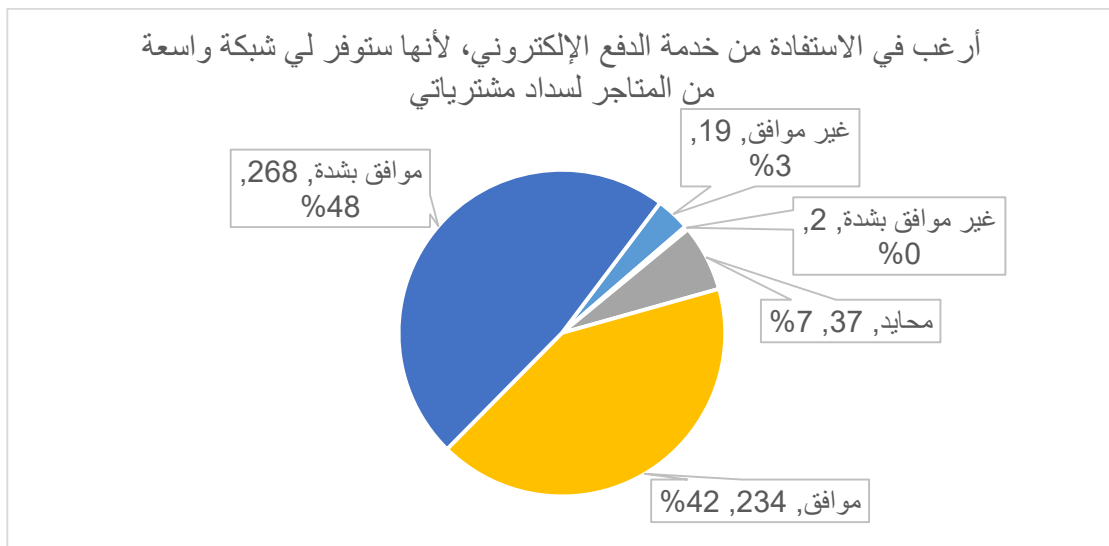
One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Network	560	4.33	.776	.033

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Network	40.682	559	.000	1.334	1.27	1.40

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean هي 4.33 أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يؤيدون فكرة توفر شبكة واسعة من محلات التجزئة. وللتأكد من النتيجة أعلاه نستعرض الرسم البياني أدناه لمعرفة مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارة المرتبطة بتوفر شبكة محلات التجزئة:



يبين الرسم البياني أعلاه أن 90% يوافقون على ضرورة توفر شبكة واسعة من المتاجر لسداد مشترياتهم، وهو أمر طبيعي ونتيجة متوقعة أيضاً، حيث من الضروري أن يجد المشترك بخدمة الدفع الإلكتروني شبكة واسعة ومتنوعة من كافة أنواع محلات التجزئة ليتسنى له تسديد مشترياته باستخدام الدفع الإلكتروني، وإلا لن يستطيع أن ينفق نقوده الموجودة بحسابه المصرفي وسيضطر للعودة إلى وسائل الدفع التقليدية.

3- مشاركة المصارف في خدمة الدفع الإلكتروني:

تم استخدام العبارتين التاليتين عن أثر مشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني على قرار الأفراد من خلال فتح حسابات مصرفية شخصية أو استخدام حساباتهم المصرفية الحالية إذا كان لديهم حسابات مصرفية شخصية:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
13	لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت عملية فتح الحساب المصرفي مريحة	Banks_Open_BA
14	لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت الإجراءات المصرفية مريحة	Bank_Facilitates

One-Sample Statistics

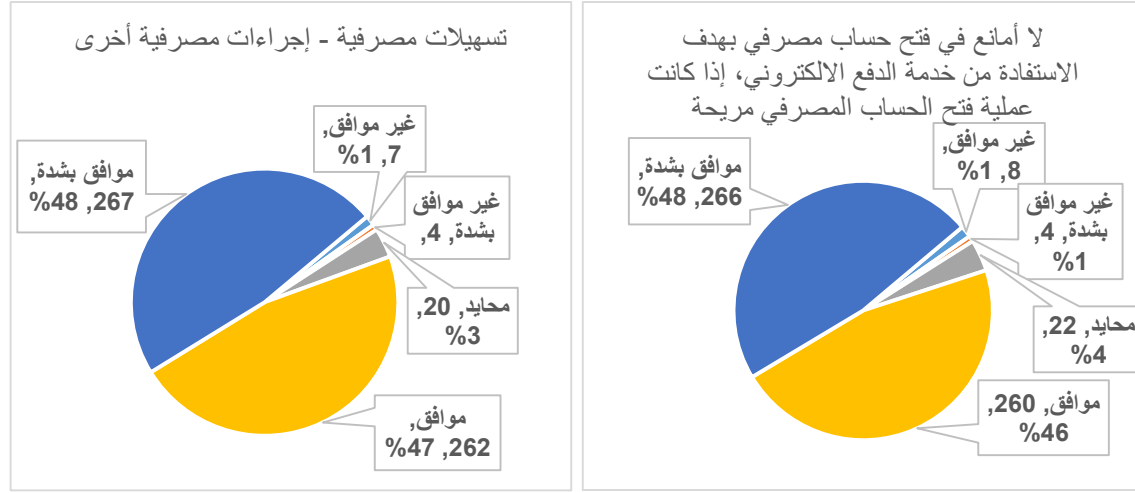
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Banks_Open_BA	560	4.39	.698	.030
Bank_Facilitates	560	4.39	.687	.029

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Banks_Open_BA	46.951	559	.000	1.386	1.33	1.44
Bank_Facilitates	48.044	559	.000	1.395	1.34	1.45

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Banks_Open_BA / Banks_Facilitates) هي نفسها 4.39 وهي أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين لا يمانعون مشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني من خلال فتح حسابات مصرفية أو استخدام حساباتهم المصرفية.

وللتأكد من النتيجة أعلاه تبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارتين المرتبطتين بمشاركة المصارف:



تبين الرسوم البيانية أعلاه أن 94% - 95% يوافقون على فتح حسابات مصرفية ومشاركة المصارف بعملية الدفع الإلكتروني، ولكن مع اشتراط توفير تسهيلات مصرفية لفتح الحسابات المصرفية وهو أمر مفيد للمصارف أن يتعاونوا مع شركات الدفع الإلكتروني في تقديم التسهيلات لفتح الحسابات المصرفية، وذلك لتجنب حالات الازدحام في الفروع المصرفية، مما قد يؤثر سلباً على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني.

ولمعرفة أي من الأفراد الذين لديهم حساب مصرفي أو ليس لديهم، أكثر قبولاً بمشاركة المصارف، تم استخدام اختبار T-Test للعينات المستقلة وظهرت النتائج التالية:

Group Statistics					
	Bank Account	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Banks_Open_BA	يملك حساب مصرفي	476	4.41	.628	.029
	ليس لديه حساب مصرفي	84	4.25	1.005	.110
Bank_Facilitates	يملك حساب مصرفي	476	4.42	.612	.028
	ليس لديه حساب مصرفي	84	4.24	1.001	.109

يبين الجدول أعلاه أن الوسط الحسابي Mean لمن يمتلكون حساب مصرفي بالنسبة للمتغيرين (Banks_Facilitates / Banks_Open_BA) هي على التوالي 4.41 / 4.42 وهي أعلى من الوسط الحسابي Mean لمن ليس لديهم حساب مصرفي بالنسبة لنفس المتغيرين البالغة على التوالي 4.25 / 4.24، وبالتالي فإن من لديهم حساب مصرفي هم أكثر قبولاً لمشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني ممن ليس لديهم حساب مصرفي. ومن الممكن تفسير ذلك من خلال التجربة المصرفية لمن يمتلكون حسابات مصرفية، الأمر الذي يشجعهم أكثر على الاعتماد على المصارف في مشترياتهم. كما يمكن تفسير ذلك من خلال ربط هذا العامل بعامل الأمان، فقد يشعر المشترك بأمان أكثر إذا كانت نقوده موجودة بحساب مصرفي لدى أحد المصارف العاملة في سوريا أكثر مما لو كانت موجودة لدى شركات الدفع الإلكتروني التي تعتبر جديدة وبحاجة لمرور فترة من الزمن لاكتساب ثقة عملائها. أما المصارف العاملة في سوريا، فنستطيع القول بأنها حصلت على ثقة عملائها بالنسبة لعامل الأمان، وذلك بعد مرور فترة طويلة من تأسيسها في سوريا، بغض النظر عن العوامل الأخرى المرتبطة بمستوى تقديم خدماتها المصرفية.

4- القرارات الحكومية:

تم استخدام العبارتين التاليتين عن أهمية أي قرار حكومي في المستقبل بخصوص الضرائب أو فيما يخص عمل المصارف مثل حدود السحب اليومي من الحسابات المصرفية، وذلك على قرار الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
15	تعتبر القرارات الحكومية المتعلقة بالضرائب أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي	Taxes
16	تعتبر القرارات المتعلقة بتحديد سقف المبالغ المسموح بسحبها يومياً من الحسابات المصرفية، أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي	Withdraw_Limits

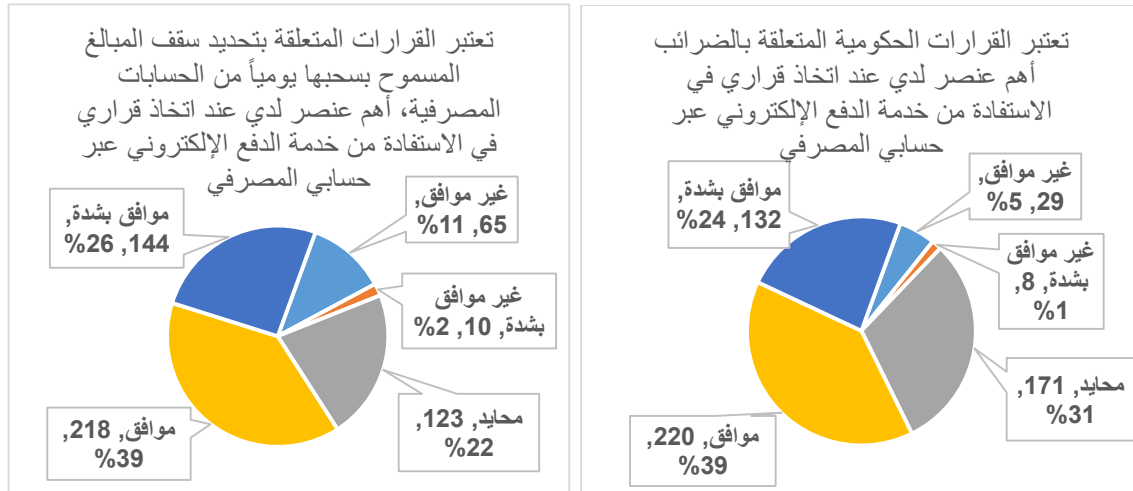
One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Taxes	560	3.78	.912	.039
Withdraw_Limits	560	3.75	1.021	.043

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Taxes	20.343	559	.000	.784	.71	.86
Withdraw Limits	17.428	559	.000	.752	.67	.84

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Withdraw_Limits / Taxes) هي على التوالي 3.78 / 3.75 وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يعتبرون أن أي قرارات حكومية مستقبلية تخص الضرائب أو حساباتهم المصرفية هي عامل مهم ومؤثر في قرارهم الاستمرار في المشاركة بخدمة الدفع الإلكتروني. كما تبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارتين المرتبطتين بالقرارات الحكومية:



تبين الرسوم البيانية أعلاه أن 63% - 65% يوافقون على أهمية أثر القرارات الحكومية المرتبطة بالضرائب أو بسقف المبالغ المسموح بسحبها من الحسابات المصرفية على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني. في حين بقي 22% - 31% محايداً بالنسبة لهذه القرارات. إلا أن نسب الموافقة على هذه العبارات تعتبر أقل بكثير من نسب الموافقة والمرتبطة بعبارات العوامل السابقة، في حين ارتفعت نسب الحياد لهذه العبارات مقارنة مع نسب الحياد المرتبطة بعبارات العوامل السابقة. ولتفسير ذلك، فإن الأفراد عادة أقل تأثراً بالضرائب، لأن تأثير النظام الضريبي في سورية على الأفراد غير مباشر، فالقرارات الضريبية تستهدف النشاطات التجارية أكثر من النشاط الشخصي. أما القرارات المتعلقة بسقف المبالغ المسموح بسحبها من الحسابات المصرفية، فمن الممكن تخفيض أثرها من خلال توفير الشراء عبر الدفع الإلكتروني.

إلا أن هذا لا يعني عدم تأثر الأفراد بالقرارات الحكومية بالمطلق، لكن من خلال نتائج الاستجابة للعبارة المرتبطة بالقرارات الحكومية نجد أن أثر عامل القرارات الحكومية على الأفراد يبقى أقل أهمية من أثر العوامل الأخرى التي استعرضناها سابقاً مثل عامل الأمان.

5- تكلفة الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني:

تم استخدام العبارة التالية عن أهمية تكلفة الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني في قرار الاشتراك بالخدمة:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
18	تعتبر تكلفة الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة	Price_Fc

One-Sample Statistics

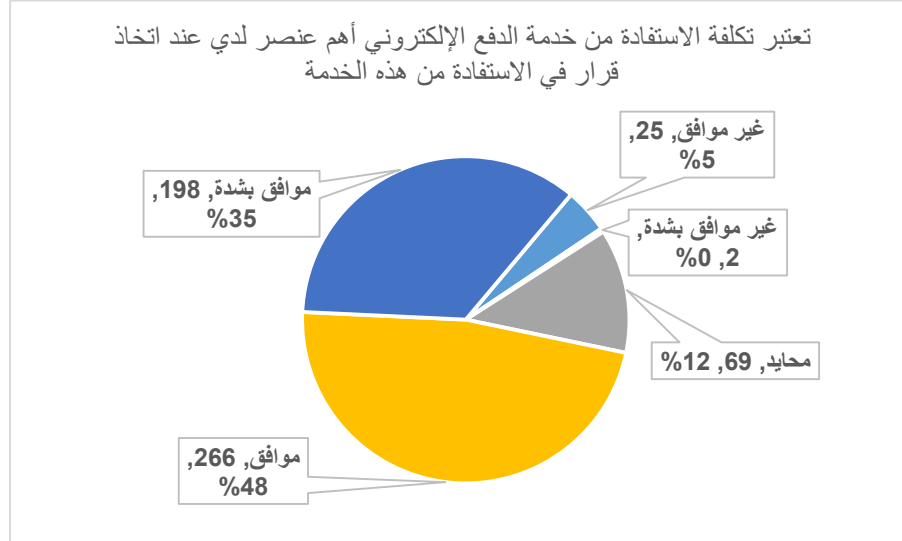
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Price_Fc	560	4.13	.820	.035

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Price_Fc	32.638	559	.000	1.130	1.06	1.20

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean هي 4.13 أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يعتبرون أن تكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني هو أهم عامل في اتخاذ قرار المشاركة.

كما يبين الرسم البياني التالي مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارة المرتبطة بتكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني:



يبين الرسم البياني أعلاه أن 83% يوافقون على أن تكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني أهم عامل لديهم عند اتخاذهم القرار بالمشاركة في خدمة الدفع الإلكتروني. وهذا أمر من الممكن تبريره برغبة طبيعية لدى أي شخص بمقارنة تكلفة الاستفادة من أي خدمة مع مقدار إشباع هذه الخدمة لحاجاته، قبل اتخاذه القرار بالاشتراك بهذه الخدمة.

6- جودة تقديم خدمة الدفع الإلكتروني:

تم استخدام العبارتين التاليتين عن أهمية جودة عملية الدفع الإلكتروني على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
17	تعتبر سهولة إجراءات عملية الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة	E_Process
19	تعتبر جودة خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة	Quality_Fc

One-Sample Statistics

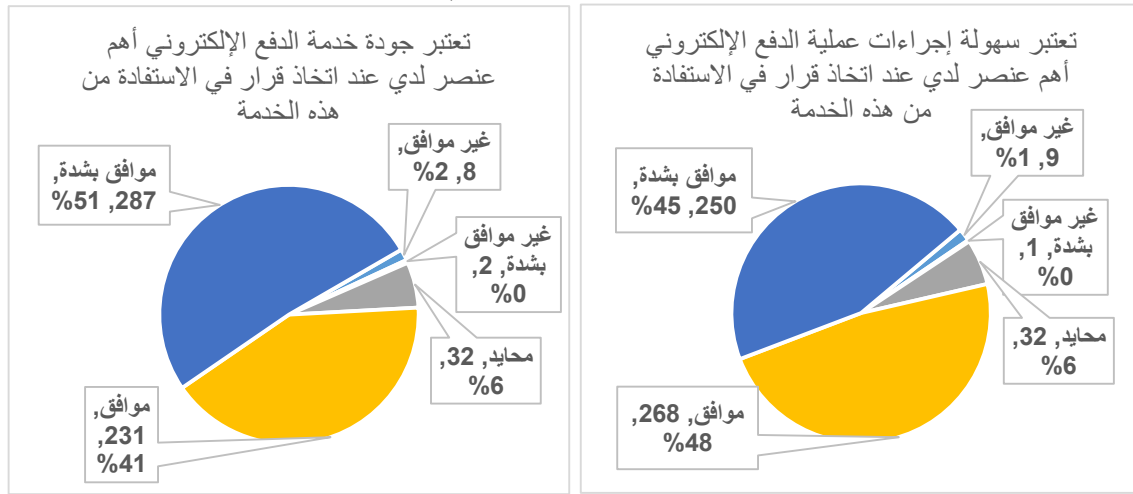
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
E_Process	560	4.35	.679	.029
Quality_Fc	560	4.42	.698	.029

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
E_Process	47.114	559	.000	1.352	1.30	1.41
Quality_Fc	48.035	559	.000	1.416	1.36	1.47

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Quality_Fc / E_Process) هي على التوالي 4.35 / 4.42 وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يعتبرون أن جودة عملية الدفع الإلكتروني وسهولة إجراءات العملية تعتبر أهم عنصر لديهم عند اتخاذهم قرار المشاركة.

كما تبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارتين المرتبطتين بالجودة:



تشير الرسوم البيانية أعلاه أن نسب الموافقة على العبارات المرتبطة بعامل الجودة تتراوح بين 92% إلى 93%، وهذه النتيجة تعزز من نتيجة المقابلات في المرحلة الاستكشافية، وتؤكد أن عامل الجودة المرتبط بسهولة وبساطة إجراءات عملية الدفع الإلكتروني يعتبر من أهم العوامل المؤثرة على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني إلى جانب عامل الأمان وتوفير شبكة واسعة من محلات التجزئة.

7- أسئلة عن عوامل أخرى قد تكون مؤثرة في قرار المشاركة في خدمة الدفع الإلكتروني:

تم إضافة عبارات أخرى للأفراد قد تكون مؤثرة على قرارهم في المشاركة بخدمة الدفع الإلكتروني، مثل إمكانية الاستفادة من المعلومات التي ستكون متاحة لهم عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني لمعرفة تفاصيل مدفوعاتهم عبر الدفع الإلكتروني، ومدى رغبتهم في أن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني:

المتغير في النظام الإحصائي SPSS	السؤال	رقم السؤال
Information	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي معلومات تفيد في معرفة كل شيء عن عملياتي النقدية المنفذة من خلال الدفع الإلكتروني	12
Early_Positive	أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني بسبب قناعاتي بالنقاط الإيجابية التي سأستفيد منها عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، والتي تم ذكرها سابقاً	21
Early_Offers	أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني، لأستفيد من العروض التشجيعية المقدمة من الشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني	22

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Information	560	4.41	.710	.030
Early_Positive	560	4.12	.918	.039
Early_Offers	560	4.17	.865	.037

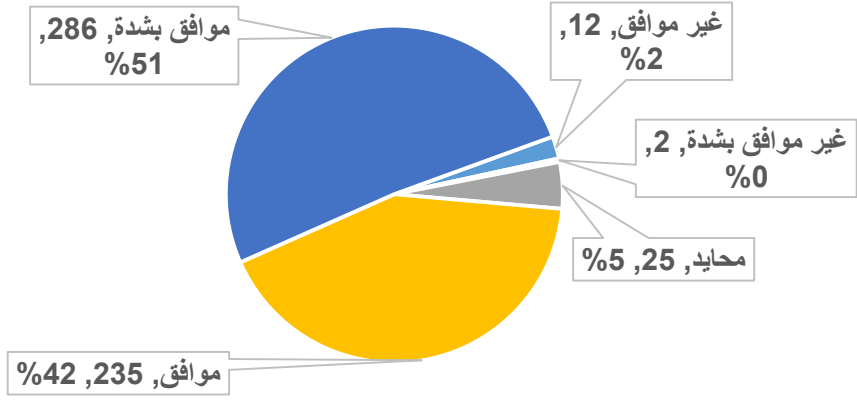
One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Information	47.085	559	.000	1.412	1.35	1.47
Early_Positive	28.865	559	.000	1.120	1.04	1.20
Early_Offers	32.099	559	.000	1.173	1.10	1.25

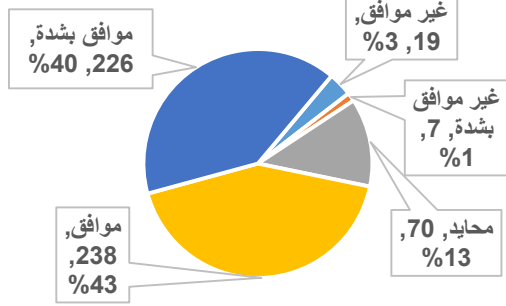
تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Early_Positive / Information) هي على التوالي 4.41 / 4.12 / 4.17 وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يرغبون الاستفادة من المعلومات التي ستكون متاحة لهم لمعرفة تفاصيل مدفوعاتهم عبر الدفع الإلكتروني، كما أن أغليتهم لديهم الرغبة في أن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني.

وتبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارات المرتبطة بعامل توفير المعلومات ومدى رغبتهم بأن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني:

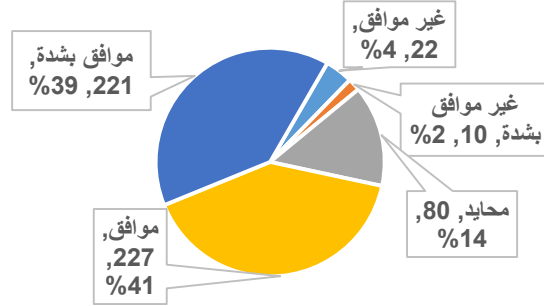
أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي معلومات تفيد في معرفة كل شيء عن عملياتي النقدية المنفذة من خلال الدفع الإلكتروني



أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني، لأستفيد من العروض التشجيعية المقدمة من الشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني



أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني بسبب قناعاتي بالنقاط الإيجابية التي سأستفيد منها عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، والتي تم ذكرها سابقاً



تشير الرسوم البيانية أعلاه إلى أن 93% يوافقون على أهمية توفر المعلومات المتعلقة بمدفوعاتهم النقدية من خلال الدفع الإلكتروني، ومن الممكن تفسير ذلك من خلال ربطه بعامل الأمان حيث سيرغب المشترك بالتأكد من أن المبالغ المقنطرة من رصيده هي نفسها المبالغ التي وافق على تسديدها أثناء تنفيذ عمليات الدفع. بالإضافة إلى احتمال رغبته بدراسة وتحليل مبالغ مدفوعاته، على اعتبار بأن هذه الميزة قد لا تكون متوفرة لدى المشترك في حال سداد مشترياته من خلال وسائل الدفع التقليدية إذا لم يقوم بنفسه بتسجيل هذه المشتريات.

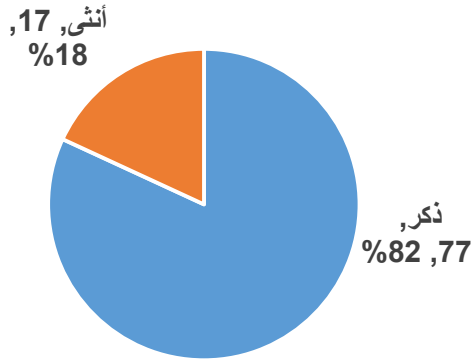
من ناحية أخرى، تشير الرسوم البيانية أعلاه إلى أن 80% - 83% يرغبون بأن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني، سواء نتيجة قناعتهم بضرورة هذه الخدمة في السوق السورية أو للحصول على العروض التشجيعية للاشتراك بهذه الخدمة، وهذا مؤشر جيد يدل على مدى تقبل الأفراد لفكرة وجود خدمة الدفع الإلكتروني كبديل عن وسائل الدفع التقليدية.

مجتمع وعينة الدراسة ونتائج الاستبيان المخصص لمحلات التجزئة

تم توزيع الاستبيان المتعلق بمحلات التجزئة من خلال استقصاء في أماكن العمل وبمساعدة من قبل مندوبين مبيعات في عدة شركات ومستودع أدوية.

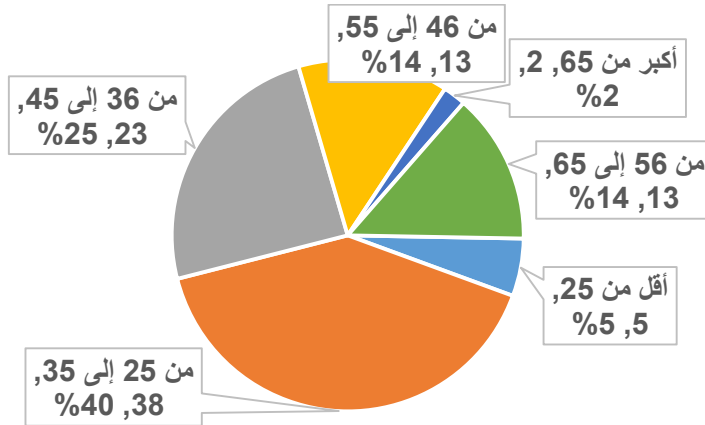
في البداية تم تجربة توزيع الاستبيان في مناطق ريف دمشق، ولكن استجابة المحلات للاشتراك في الاستبيان كانت ضعيفة مع رفض أغلبهم فكرة الدفع الإلكتروني لاعتبارات من قبلهم مرتبطة بالوضع الاقتصادي الحالي في سوريا. لذلك تم التوجه إلى مناطق في داخل مدينة دمشق. وبالرغم من التحفظات التي واجهت المندوبين في بعض المحلات، إلا أننا استطعنا الحصول على مشاركة من 94 محل تجزئة موزعين بين محلات سوبرماركت وصيدليات ومطاعم. وتوضح الرسوم البيانية التالية توزيع أصحاب المحلات المشاركة من حيث الجنس، العمر، وطبيعة النشاط التجاري، وفيما لو لديهم حساب مصرفي مرتبط بنشاطهم التجاري أو لا.

1- توزيع أصحاب المحلات المشاركة من حيث الجنس:



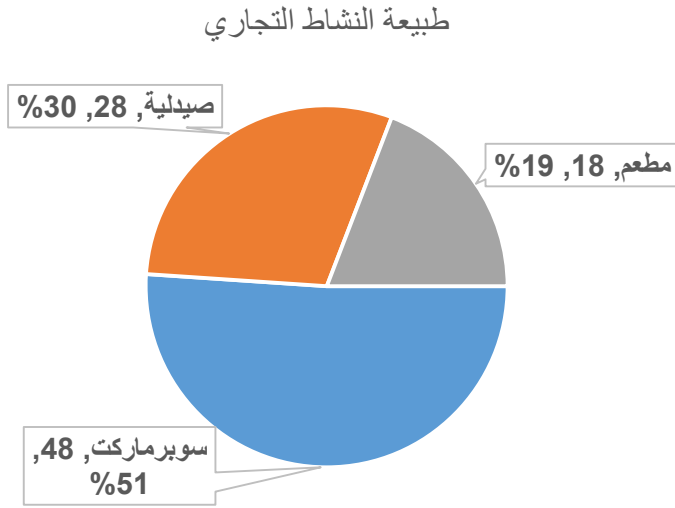
يبين الرسم البياني أعلاه أن أصحاب محلات التجزئة من الذكور المشاركين في الاستبيان يشكلون نسبة 82% وهي أعلى من نسبة المشاركات من الإناث والتي بلغت 18% من إجمالي عدد المشاركين.

2- توزيع أصحاب محلات التجزئة المشاركين من حيث العمر:



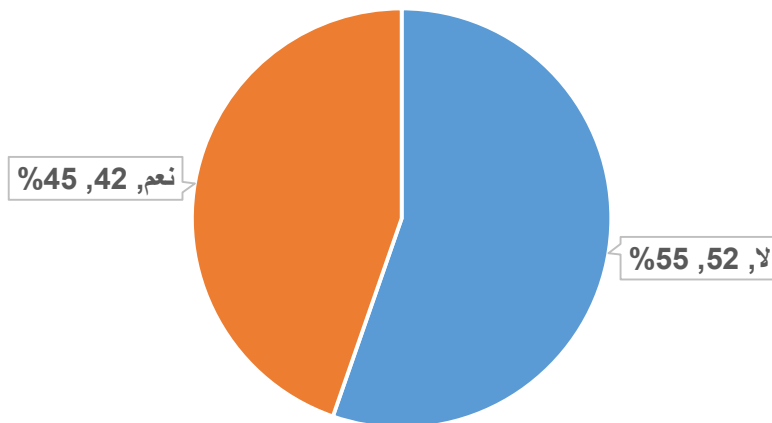
يبين الرسم البياني أعلاه أن المشاركين من الفئة العمرية ما بين 25 إلى 35 شكلوا أكبر نسبة مشاركة بين الفئات العمرية الأخرى حيث بلغت 40%، ثم المشاركين من الفئة العمرية ما بين 36 إلى 45 بنسبة 25%. أي أن حوالي 65% من الذين استجابوا للمشاركة في الاستبيان هم من الفئات العمرية الشابة.

3- توزيع محلات التجزئة المشاركة من حيث طبيعة النشاط التجاري:



يبين الرسم البياني أعلاه أن نسبة محلات السوبرماركت المشاركة في الاستبيان هي الأكبر حيث بلغت 51%، تلتها الصيدليات بنسبة مشاركة بلغت 30% وأخيراً المطاعم بنسبة 19%.

4- توزيع أصحاب محلات التجزئة المشاركين من حيث امتلاك حساب مصرفي تجاري:



يبين الرسم البياني أعلاه أن 55% من المشاركين في الاستبيان ليس لديهم حسابات مصرفية لصالح نشاطاتهم التجارية فيما 45% لديهم حسابات مصرفية.

وتبين النتائج التالية رأي أصحاب محلات التجزئة في العوامل التي تم تحديدها سابقاً بأنها قد تكون مؤثرة في قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، وذلك من خلال استخدام اختبار T-Test للعينة الواحدة في برنامج المتغير في النظام الإحصائي SPSS، حيث تم تسمية متغير لكل عبارة.

1- عامل الأمان:

تم استخدام العبارات التالية والتي تعبر عن عامل الأمان بالنسبة لمحلات التجزئة:

المتغير في النظام الإحصائي SPSS	السؤال	رقم السؤال
Security_Fc	يعتبر عامل الأمان أهم عنصر لدي عند اختياري لطريقة سداد زبائني	6
Cash_Count	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستكون أكثر دقة بالنسبة لعد النقود عند تنفيذ أي عملية تجارية	8
Dispute	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستكون مرجع موثوق في حال حصول خلاف مع الطرف الآخر بالنسبة للمبلغ	9
Fake_Money	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستريحني من مخاطر النقود المزورة	10
Theft	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، كونها ستريحني من مخاطر سرقة أموالني	11

One-Sample Statistics

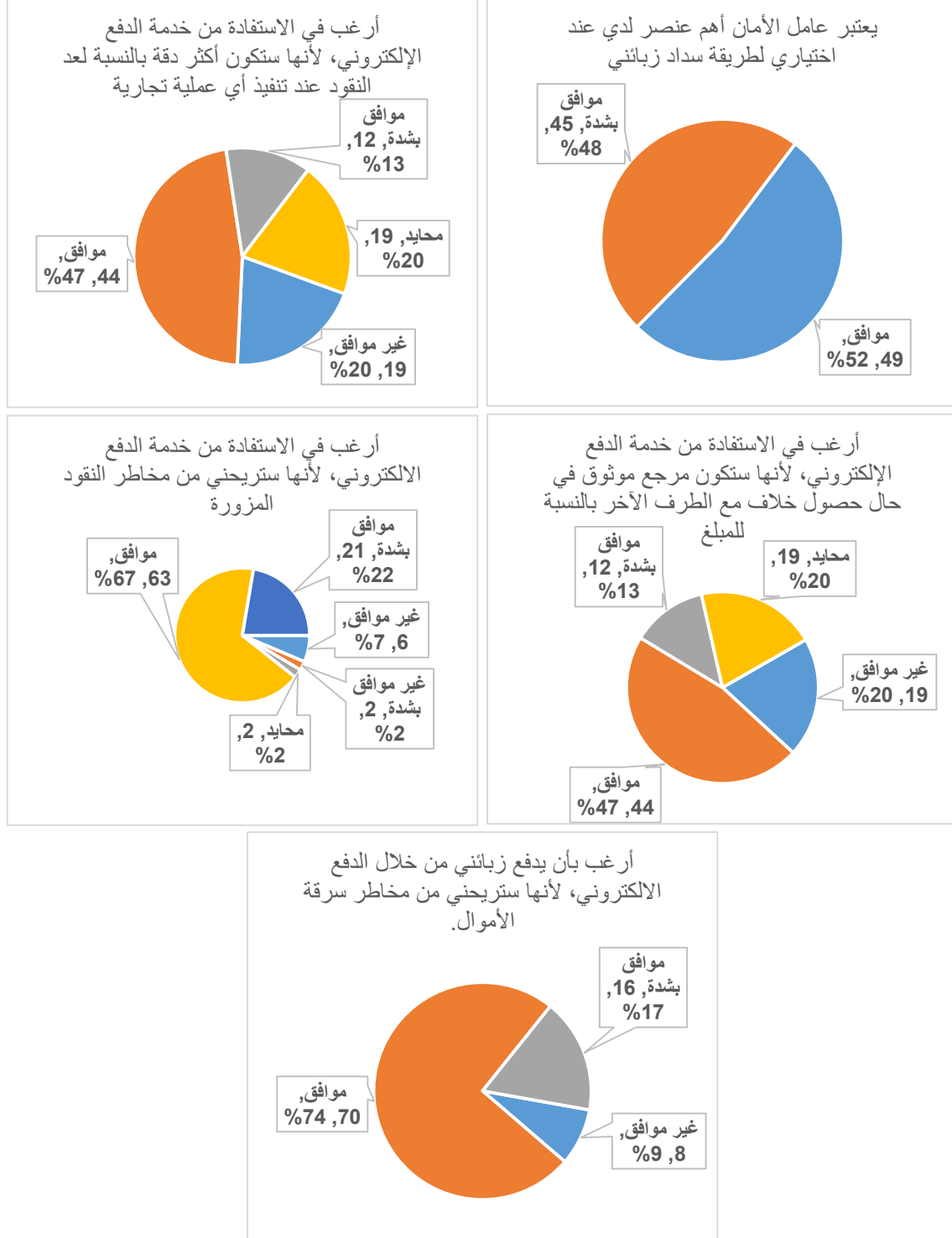
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Security_Fc	94	4.48	.502	.052
Cash_Count	94	3.52	.959	.099
Dispute	94	3.41	1.072	.111
Fake_Money	94	4.01	.836	.086
Theft	94	4.00	.718	.074

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Security_Fc	86.461	93	.000	4.479	4.38	4.58
Cash_Count	35.615	93	.000	3.521	3.32	3.72
Dispute	30.893	93	.000	3.415	3.20	3.63
Fake_Money	46.516	93	.000	4.011	3.84	4.18
Theft	53.981	93	.000	4.000	3.85	4.15

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Cash_Count / Security_Fc) هي على التوالي 4.00 / 4.01 / 3.41 / 3.52 / 4.48 وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يؤيدون أن عامل الأمان هو أهم عنصر عند اختيارهم لطريقة سداد مشترياتهم.

كما تبين الرسوم البيانية التالية نسب استجابة المشاركين للعبارات المرتبطة بعامل الأمان:



إن الرسوم البيانية المتعلقة بعبارة عامل الأمان بالإضافة إلى العبارات المتعلقة بسرقة الأموال والعملة المزورة أشارت إلى نسب موافقة تتراوح بين 87% إلى 100%، وهذه النتيجة متوقعة لأنه من الطبيعي أن يحرص أي شخص على ممتلكاته النقدية وأن يبحث عن أكثر وسيلة آمنة للحفاظ عليها. لكن فيما يخص العبارة المتعلقة بحل الخلافات مع الطرف الآخر من خلال استخدام الدفع الإلكتروني كمرجع موثوق، والعبارة المتعلقة بدقة مبالغ النقود المسددة من خلال الدفع الإلكتروني، فقد انخفضت نسب الموافقة على هاتين العبارتين إلى 60%، فيما بلغت نسبة الحياد لهاتين العبارتين 20%، وربما يعود تفسير هذه النسبة إلى انخفاض قناعة محلات التجزئة بفعالية خدمة الدفع الإلكتروني في حل الخلافات وبدقة عملية عد النقود باستخدام الدفع الإلكتروني مقارنة مع وسائل الدفع التقليدية. ومن الممكن تعزيز هذه القناعة لاحقاً عند تجربة استخدام خدمة الدفع الإلكتروني.

2- شبكة الشركات الموردة ومحلات التجزئة:

تم استخدام العبارة التالية عن توفر شبكة واسعة من الشركات الموردة لمحلات التجزئة:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
7	أفضل الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني لأنها ستريحني في عمليات الشراء من الشركات الموردة لي.	Network

One-Sample Statistics

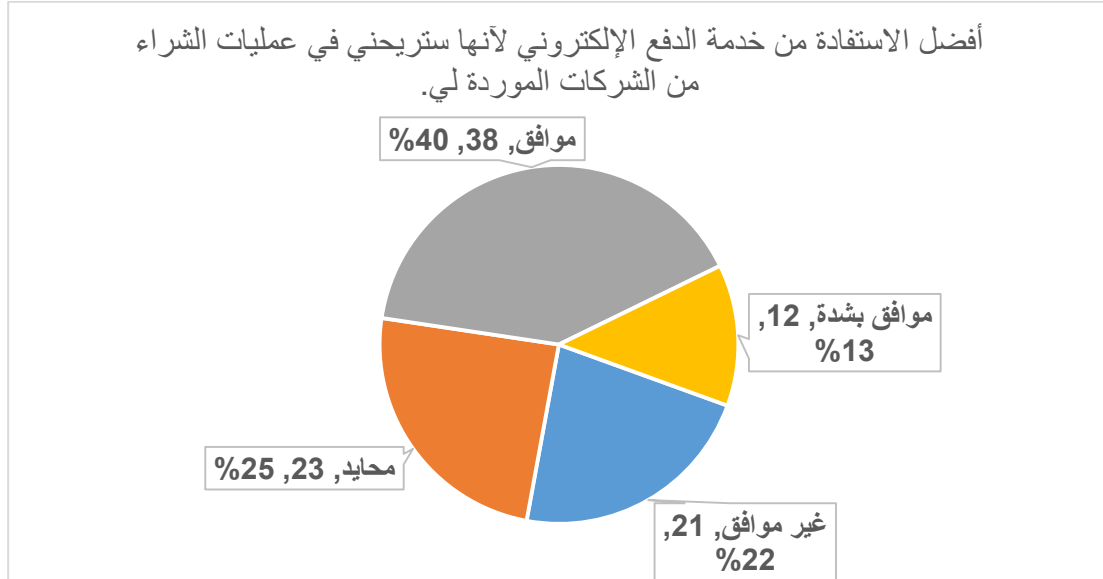
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Network	94	3.44	.979	.101

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Network	4.320	93	.000	.436	.24	.64

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean هي 3.44 أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يؤيدون فكرة الشراء من الشركات الموردة لهذه المحلات باستخدام الدفع الإلكتروني. وللتأكد من النتيجة أعلاه نستعرض الرسم البياني أدناه لمعرفة مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارة المرتبطة بتوفر شبكة الشركات الموردة:

أفضل الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني لأنها ستريحني في عمليات الشراء من الشركات الموردة لي.



يبين الرسم البياني أعلاه أن 53% يوافقون على ضرورة توفر شبكة واسعة من الشركات الموردة لسداد مشترياتهم، في حين 25% كانوا حياديين في رأيهم. على الرغم من أن المجموعة المنتقاة في المرحلة الاستكشافية أجابوا بمدى إيجابية توفر هذه الشبكة من الشركات الموردة على قرار اشتراكهم بخدمة الدفع الإلكتروني. وتفسير ذلك قد يعود إلى أنهم يعتبرون توفر هذه الشبكة أمر غير ضروري عند اتخاذهم قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، أو اعتبار بأن توفر هذه الشبكة يعتبر من المسلمات، وبالتالي لا داعي لاعتبارها من العوامل الهامة عند اتخاذ قرار الاشتراك بالخدمة.

3- مشاركة المصارف في خدمة الدفع الإلكتروني:

تم استخدام العبارتين التاليتين عن أثر مشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني على قرار محلات التجزئة من خلال فتح حسابات مصرفية لمحلاتهم أو استخدام حساباتهم المصرفية الحالية إذا كان لديهم حسابات مصرفية تجارية لمحلاتهم:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
13	لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت عملية فتح الحساب المصرفي مريحة	Banks_Open_BA
14	لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت الإجراءات المصرفية مريحة	Bank_Facilitates

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Banks_Open_BA	94	4.10	.623	.064
Banks_Facilitates	94	4.09	.650	.067

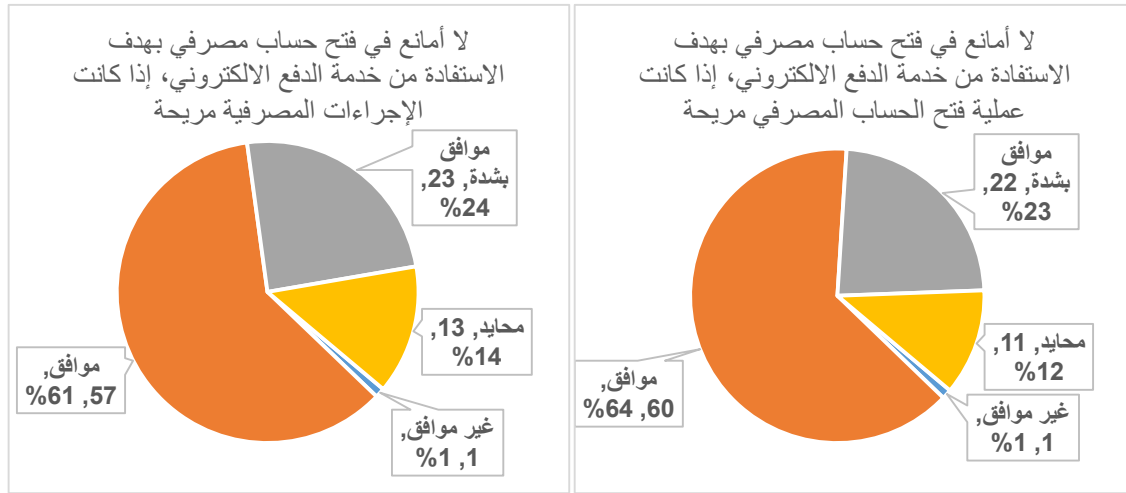
One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Banks_Open_BA	17.042	93	.000	1.096	.97	1.22
Banks_Facilitates	16.180	93	.000	1.085	.95	1.22

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Banks_Open_BA / Banks_Facilitates) هي على التوالي 4.10 / 4.09 وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين لا يمانعون مشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني من خلال فتح حسابات مصرفية أو استخدام حساباتهم المصرفية.

وللتأكد من النتيجة أعلاه تبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارتين

المرتبطتين بمشاركة المصارف:



تبين الرسوم البيانية أعلاه أن 85% - 87% يوافقون على فتح حسابات مصرفية ومشاركة المصارف بعملية الدفع الإلكتروني، ولكن مع اشتراط توفير تسهيلات مصرفية لفتح الحسابات المصرفية.

ولمعرفة أي من المحلات التجزئة الذين لديهم حساب مصرفي أو ليس لديهم، أكثر قبولاً بمشاركة

المصارف، تم استخدام اختبار T-Test للعينات المستقلة وظهرت النتائج التالية:

Group Statistics

	Bank Account	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Banks_Open_BA	يملك حساب مصرفي	42	4.21	.645	.100
	ليس لديه حساب مصرفي	52	4.00	.594	.082
Banks_Facilitates	يملك حساب مصرفي	42	4.21	.682	.105
	ليس لديه حساب مصرفي	52	3.98	.610	.085

يبين الجدول أعلاه أن الوسط الحسابي Mean لمن يمتلكون حساب مصرفي بالنسبة للمتغيرين (Banks_Facilitates / Banks_Open_BA) هي على التوالي 4.21 / 4.21 وهي أعلى من الوسط الحسابي Mean لمن ليس لديهم حساب مصرفي بالنسبة لنفس المتغيرين البالغة على التوالي 4.00 / 3.98، وبالتالي فإن من لديهم حساب مصرفي هم أكثر قبولاً لمشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني ممن ليس لديهم حساب مصرفي. ومن الممكن تفسير ذلك من خلال التجربة المصرفية لمن يمتلكون حسابات مصرفية، الأمر الذي يشجعهم أكثر على الاعتماد على المصارف في عملياتهم التجارية. كما يمكن تفسير ذلك من خلال ربط هذا العامل بعامل الأمان، فقد يشعر المشترك بأمان أكثر إذا كانت نقوده موجودة بحساب مصرفي لدى أحد المصارف العاملة في سوريا أكثر مما لو كانت موجودة لدى شركات الدفع الإلكتروني التي تعتبر جديدة وبحاجة لمرور فترة من الزمن لاكتساب ثقة عملائها. أما المصارف العاملة في سوريا، فنستطيع القول بأنها حصلت على ثقة عملائها بالنسبة لعامل الأمان، وذلك بعد مرور فترة طويلة من تأسيسها في سوريا، بغض النظر عن العوامل الأخرى المرتبطة بمستوى تقديم خدماتها المصرفية.

4- القرارات الحكومية:

تم استخدام العبارتين التاليتين عن أهمية أي قرار حكومي في المستقبل بخصوص الضرائب أو فيما يخص عمل المصارف مثل حدود السحب اليومي من الحسابات المصرفية، وذلك على قرار الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
15	لا أمان في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، على ضوء القرارات الحكومية الحالية فيما يخص قانون الضرائب.	Current_Tax
17	تعتبر القرارات الحكومية المتعلقة بالضرائب أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي	Government_Tax

Government_Withdraws	تعتبر القرارات المتعلقة بتحديد سقف المبالغ المسموح بسحبها يومياً من الحسابات المصرفية، أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي	18
----------------------	---	----

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Current_Tax	94	3.23	1.041	.107
Government_Tax	94	3.56	.770	.079
Government_Withdraws	94	3.53	.839	.086

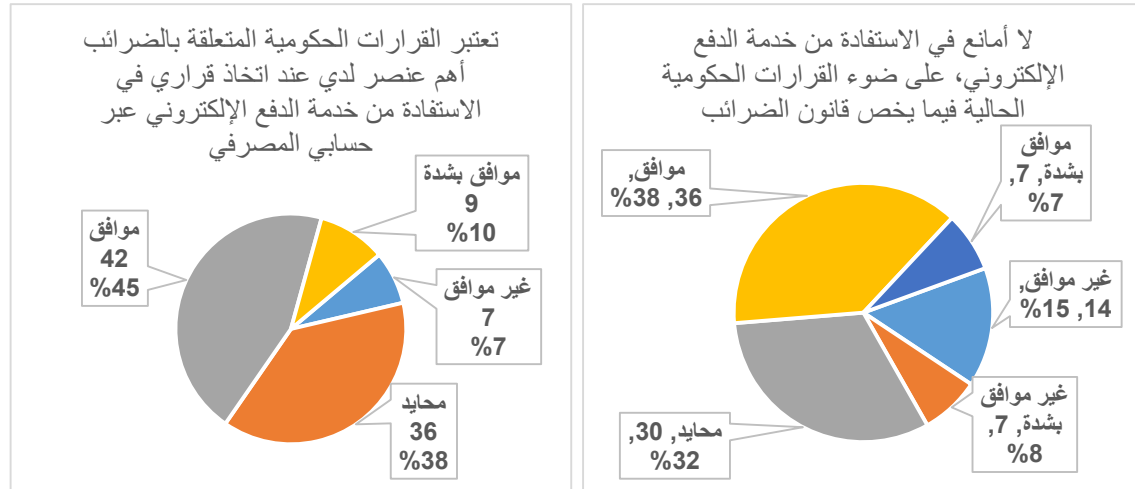
One-Sample Test

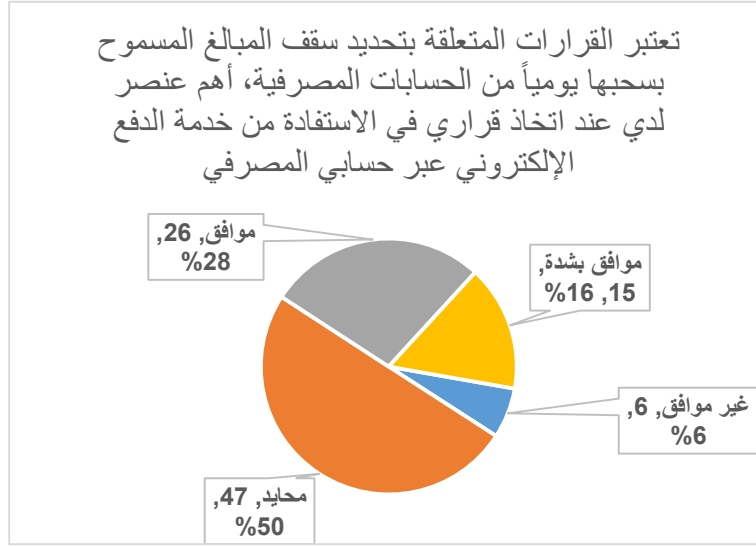
	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Current_Tax	2.179	93	.032	.234	.02	.45
Government_Tax	7.101	93	.000	.564	.41	.72
Government_Withdraws	6.150	93	.000	.532	.36	.70

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Current_Tax / Government_Tax / Government_Withdraws) هي على التوالي 3.23 / 3.56 / 3.53 وجميعها أكبر من وسط الحساب $Test Value = 3$ ، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين لا يمانعون الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني في ظل القوانين الحالية المتعلقة بالضرائب، لكنهم يعتبرون أن أي قرارات حكومية مستقبلية تخص الضرائب أو حساباتهم المصرفية هي عامل مهم ومؤثر في قرارهم الاستمرار في المشاركة بخدمة الدفع الإلكتروني.

كما تبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارتين المرتبطتين بالقرارات

الحكومية:





تبين الرسوم البيانية أعلاه أن 44% - 52% يوافقون على أهمية أثر القرارات الحكومية المرتبطة بالضرائب أو بسقف المبالغ المسموح بسحبها من الحسابات المصرفية على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني. في حين تراوحت نسبة الحياد 32% - 50% بالنسبة لهذه القرارات. وتعزز هذه النسب من نتيجة المقابلات التي جرت أثناء المرحلة الاستكشافية، حيث تبين أن أثر القرارات الحكومية المتعلقة بالضرائب أو بسقف المبالغ المسموح بسحبها من الحسابات المصرفية يعد أقل أهمية من أثر العوامل الأخرى التي استعرضناها سابقاً مثل عامل الأمان.

5- تكلفة الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني:

تم استخدام العبارة التالية عن أهمية تكلفة الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني في قرار الاشتراك بالخدمة:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
19	تعتبر تكلفة الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة	Price_Fc

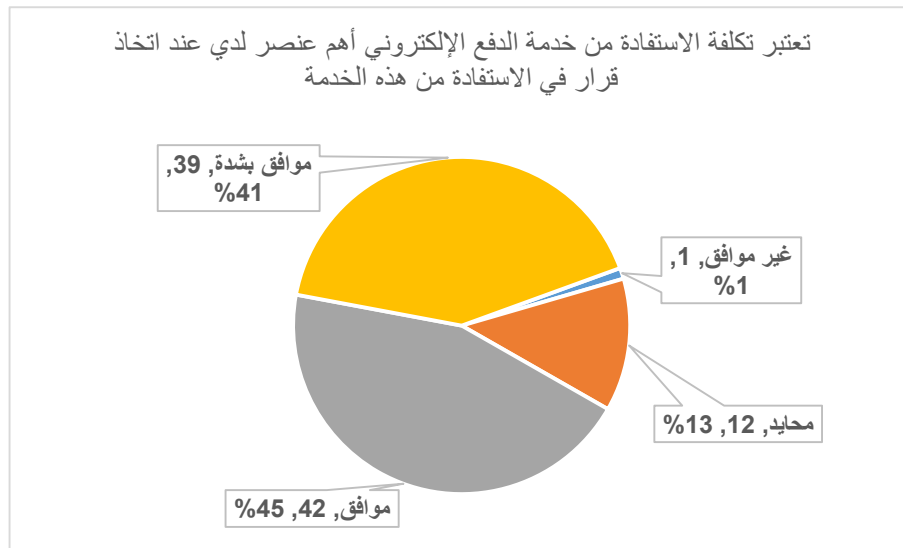
One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Price_Fc	94	4.27	.721	.074

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Price Fc	17.022	93	.000	1.266	1.12	1.41

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean هي 4.27 أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يعتبرون أن تكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني هو أهم عامل في اتخاذ قرار المشاركة. كما يبين الرسم البياني التالي مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارة المرتبطة بتكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني:



يبين الرسم البياني أعلاه أن 84% يوافقون على أن تكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني أهم عامل لديهم عند اتخاذهم القرار بالمشاركة في خدمة الدفع الإلكتروني. وهذا أمر من الممكن تبريره من الناحية التجارية لرغبتهم بدراسة أثر تكلفة الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني على أرباحهم التجارية.

6- جودة تقديم خدمة الدفع الإلكتروني:

تم استخدام العبارتين التاليتين عن أهمية جودة عملية الدفع الإلكتروني على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني:

المتغير في النظام الإحصائي SPSS	السؤال	رقم السؤال
E_Process	تعتبر سهولة إجراءات عملية الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة	16
Quality_Fc	تعتبر جودة خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة	20

One-Sample Statistics

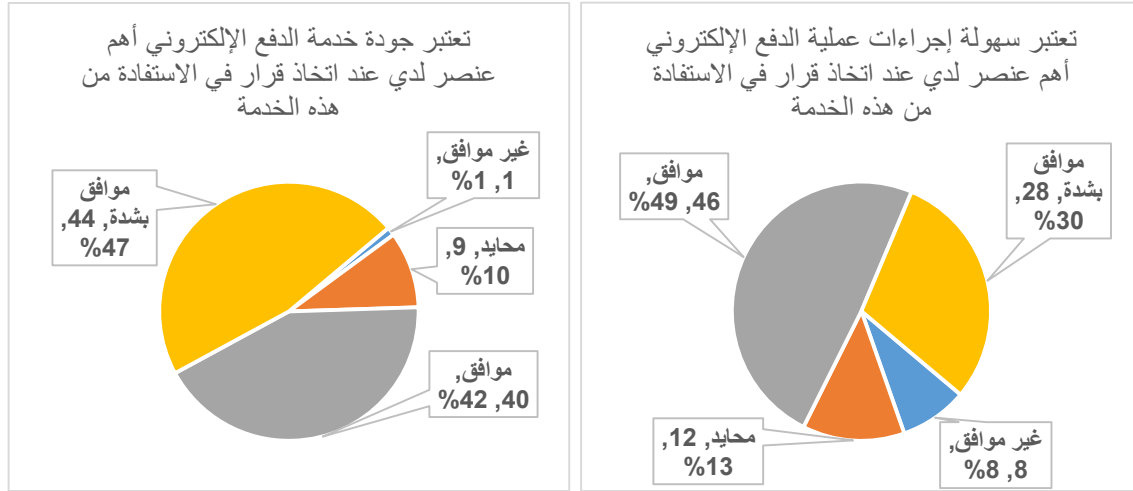
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
E_Process	94	4.00	.880	.091
Quality_Fc	94	4.35	.699	.072

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
E_Process	11.019	93	.000	1.000	.82	1.18
Quality_Fc	18.745	93	.000	1.351	1.21	1.49

تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Quality_Fc / E_Process) هي على التوالي 4.35 / 4.00 وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يعتبرون أن جودة عملية الدفع الإلكتروني وسهولة إجراءات العملية تعتبر أهم عنصر لديهم عند اتخاذهم قرار المشاركة.

كما تبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارتين المرتبطتين بالجودة:



تشير الرسوم البيانية أعلاه أن نسب الموافقة على العبارات المرتبطة بعامل الجودة تتراوح بين 79% إلى 86%، وهذه النتيجة تعزز من نتيجة المقابلات في المرحلة الاستكشافية، وتؤكد أن عامل الجودة المرتبط بسهولة وبساطة إجراءات عملية الدفع الإلكتروني يعتبر من أهم العوامل المؤثرة على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني إلى جانب عامل الأمان.

7- أسئلة عن عوامل أخرى قد تكون مؤثرة في قرار المشاركة في خدمة الدفع الإلكتروني:

تم إضافة عبارات أخرى لمحات التجزئة قد تكون مؤثرة على قرارهم في المشاركة بخدمة الدفع الإلكتروني، مثل إمكانية الاستفادة من المعلومات التي ستكون متاحة لهم عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني لتقديم عروض لزيائهم، ومدى رغبتهم في أن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني:

رقم السؤال	السؤال	المتغير في النظام الإحصائي SPSS
12	أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي معلومات تفيد في تقديم عروض لزيائني الأكثر شراءً.	Retailers_Offers
21	أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني بسبب قناعاتي بالنقاط الإيجابية التي سأستفيد منها عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، والتي تم ذكرها سابقاً	Early_Positive

Early_Offers	أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني، لأستفيد من العروض التشجيعية المقدمة من الشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني	22
--------------	--	----

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Retailers_Offers	94	3.30	1.014	.105
Early_Positive	94	3.55	.863	.089
Early_Offers	94	3.60	.872	.090

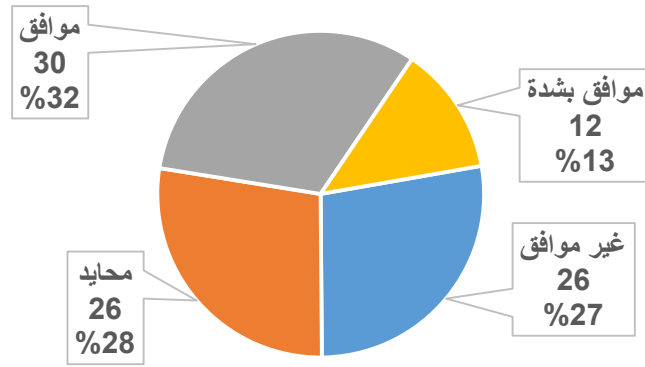
One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Retailers_Offers	2.848	93	.005	.298	.09	.51
Early_Positive	6.216	93	.000	.553	.38	.73
Early_Offers	6.627	93	.000	.596	.42	.77

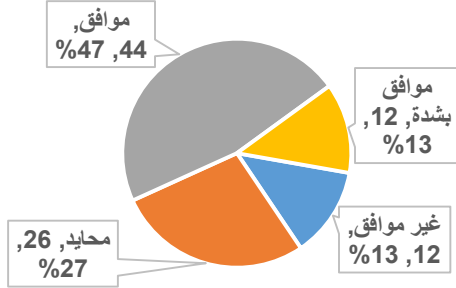
تظهر نتيجة الاختبار أن الوسط الحسابي Mean للمتغيرات (Retailers_Offers / Early_Positive / Early_Offers) هي على التوالي 3.30 / 3.55 / 3.60 وجميعها أكبر من وسط الحساب Test Value = 3، وبالتالي فإن أغلبية المشاركين يرغبون الاستفادة من المعلومات التي ستكون متاحة لهم في تقديم عروض لزيائهم، كما أن أغليبتهم لديهم الرغبة في أن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني.

وتبين الرسوم البيانية التالية مدى موافقة المشاركين في الاستبيان للعبارات المرتبطة بعامل توفير المعلومات ومدى رغبتهم بأن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني:

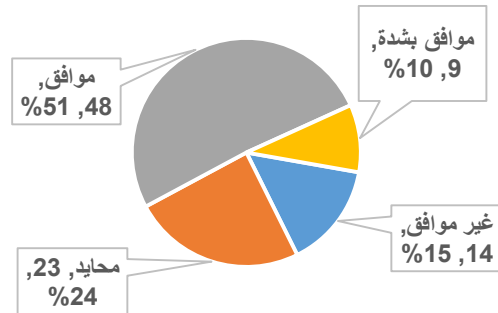
أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي معلومات تنفيذ في تقديم عروض لربائني الأكثر شراءً



أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني، لأستفيد من العروض التشجيعية المقدمة من الشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني



أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني بسبب قناعاتي بالنقاط الإيجابية التي سأستفيد منها عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، والتي تم ذكرها سابقاً



تشير الرسوم البيانية أعلاه إلى أن 45% يوافقون على أهمية توفر المعلومات للاستفادة منها في عروضهم، في حين 28% كانوا حياديين تجاه هذه العبارة، مما يجعلنا نستنتج عدم اهتمام محلات التجزئة كثيراً بعامل المعلومات.

من ناحية أخرى، تشير الرسوم البيانية أعلاه إلى أن 60% - 61% يرغبون بأن يكونوا من أوائل المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني، سواءً نتيجة قناعتهم بضرورة هذه الخدمة في السوق السورية أو للحصول على العروض التشجيعية للاشتراك بهذه الخدمة، وهذا مؤشر جيد يدل على مدى تقبل محلات التجزئة لفكرة وجود خدمة الدفع الإلكتروني كبديل عن وسائل الدفع التقليدية.

مقارنة بين نتائج الاستبيانين

نستطيع أن نستخلص النقاط التالية عند مقارنة نتائج الاستبيانين:

- 1- من الملاحظ عند قراءة نسب الموافقة على العبارات المستخدمة في الاستبيانين أن الأفراد أكثر اهتماماً عموماً بخدمة الدفع الإلكتروني من محلات التجزئة.
- 2- اشترك الأفراد ومحلات التجزئة بأن عامل الأمان وجودة الخدمة يعتبران أهم عاملان مؤثران في قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني مقارنة مع العوامل الأخرى. فيما اختلفت العوامل الأخرى في أثرها على قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني بين الأفراد ومحلات التجزئة.

التوصيات

لدى دراسة النتائج السابقة التي ظهرت من مشاركة محلات التجزئة والأفراد في الإجابة على الاستبيانات الموزعة عليهم، نستطيع أن نستخلص ضرورة الانتباه للنقاط التالية عند البدء بالترويج لخدمة الدفع الإلكتروني:

- 1- استناداً لقراءة نسب الموافقة على العبارات المتعلقة بعامل الأمان، وبعد أن وجدنا بأن عامل الأمان يعتبر أهم عامل مؤثر في قرار الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني بالنسبة لكل من الأفراد ومحلات التجزئة، فلا بد من التركيز على منح الشعور بالأمان للمشاركين في خدمة الدفع الإلكتروني لدى شركة كاش لس، من خلال إجراءات تضمن عدم وجود أخطاء أو احتمال تلاعب في حسابات أو معلومات المشتركين. وستمنح مشاركة المصارف في عملية الدفع الإلكتروني بإشراف ورقابة المصرف المركزي شعوراً إضافياً بالأمان لدى المشتركين.
- 2- أيضاً التركيز على عامل الجودة على اعتباره عاملاً مهماً ويعادل أثر عامل الأمان في أهميته بالنسبة للأفراد ومحلات التجزئة معاً، وذلك من خلال الخطوات التالية:

- a. تصميم إجراءات تخص تنفيذ عملية الدفع الإلكتروني تكون مبسطة وسهلة الفهم وسريعة، ليتجنب المشترك فترة انتظار عندما يقوم بعملية الدفع، خاصة في أماكن وأوقات الازدحام في محلات التجزئة. وإلا فقد لا يرغب المشترك بالاستمرار في الاشتراك بهذه الخدمة إذا كان سيضطر أن يقف لفترة من الزمن عند كل عملية دفع أو إذا وجد أن عملية الدفع ستكون معقدة وسيطلب منه القيام بعدة خطوات لتنفيذها.
- b. تحقيق التعاون الفعال بين شركة كاش لس والمصارف لتقديم خدمة زبائن فعالة للمشاركين، خاصة في المراحل الأولى من اشتراكهم، حيث من المتوقع أن يكون هناك استفسارات في الفترة الأولى من اشتراكهم نظراً لعدم وجود خبرة سابقة في عملية الدفع الإلكتروني عند معظم المشتركين الذين لم يستخدموا هذه الخدمة سابقاً. لذلك يجب أن يكون هناك إدارة مستقلة لدى شركة كاش لس والمصارف لخدمة الزبائن يتوفر فيها كادر مؤهل وكافي

لضمان الإجابة على كافة استفسارات المشتركين بطريقة فعالة وصحيحة، وعدم وضع المشتركين في الانتظار للرد طويلاً.

c. بناء تطبيقات جوال تكون فعالة وآمنة ومبسطة وسهلة الاستخدام، وتحتوي على كافة المعلومات التي قد تكون مفيدة للمشارك، سواءً كان هذا المشارك فرداً أو محل تجزئة أو شركة.

d. التأكيد على أن تكون البنية التحتية لمنظومة الدفع الإلكتروني جاهزة، وذلك بالتنسيق مع الجهات المعنية بهذا الأمر، لضمان تقديم جودة اتصال عالية والتخفيض ما أمكن من احتمالية انقطاع الشبكة، كي لا تؤثر سلباً على رأي وقرار المشتركين بخدمة الدفع الإلكتروني.

3- بناء شبكة كبيرة ومتنوعة من الشركات ومحلات التجزئة ضمن منظومة الدفع الإلكتروني، لمنح المشارك القدرة على إنفاق المبالغ التي سيضعها في حساب الدفع الإلكتروني. وهو الهدف الأساسي من عملية الدفع الإلكتروني. فإذا لم يجد المشارك سواءً كان فرداً أو محل تجزئة وسيلة لإنفاق هذه المبالغ الموجودة ضمن حسابه عبر الدفع الإلكتروني، سيضطر للعودة إلى الدفع بالوسائل التقليدية.

4- التعاون بين شركة كاش لس مع المصارف لتقديم تسهيلات للمشاركين عند طلب فتح حسابات مصرفية في حال عدم وجود حسابات مصرفية لديهم، مثل إمكانية فتح حسابات مصرفية خارج الفروع المصرفية من خلال موظفين يمثلون المصارف في الخارج، لتقليل احتمال حدوث ازدحام في الفروع المصرفية عند إقبال المشتركين على فتح حسابات مصرفية وبالتالي حدوث تأخر في وقت تنفيذ عملية فتح الحسابات، مما قد يضطر المشارك إلى اتخاذ قرار بتأخير الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني أو ألا يوافق على الاشتراك ليتجنب مشاكل الازدحام في المصارف.

5- تصميم سياسة تسعيرية تكون مبسطة ومقبولة لدى كافة الأطراف المشتركة في منظومة الدفع من شركات ومحلات تجزئة وأفراد. كما يجب أن تتضمن عروض وخصومات تشجيعية للاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني، خاصة في المراحل الأولى من الدخول في السوق السورية.

﴿ تم بعون الله ﴾

الاستبيانات

استبيان محلات التجزئة

الهدف من الاستبيان:

يسعى مصرف سورية المركزي لإعادة تفعيل خدمة وقطاع الدفع الإلكتروني من خلال المصارف العاملة في الجمهورية العربية السورية بالتعاون مع شركات مزودة لخدمة الدفع الإلكتروني. حيث من الممكن أن تتم عملية الدفع الإلكتروني من خلال بطاقات مصرفية الكترونية أو من خلال جهاز الخليوي.

ويطرح الاستبيان التالي استفسارات عن رأيكم بهذه الخدمة من خلال عدة جوانب أهمها عامل الأمان، جودة وسهولة إجراءات الخدمة، الاشتراك في هذه الخدمة من خلال حساب مصرفي، بالإضافة إلى أثر القرارات الحكومية مثل الضرائب على قراركم في الاشتراك في هذه الخدمة.

1- الجنس

ذكر

أنثى

2- العمر

أقل من 25

من 25 إلى 35

من 36 إلى 45

من 46 إلى 55

من 56 إلى 65

أكبر من 65

3- طبيعة النشاط التجاري

سوبرماركت

صيدلية

مطعم

4- أمتلاك حساب مصرفي خاص بنشاطي التجاري

نعم

لا

5- أفضل بأن تكون طريقة سداد زبائني نقداً، لأنها أسرع في إنجاز أعمالتي التجارية.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

6- يعتبر عامل الأمان أهم عنصر لدي عند اختياري لطريقة سداد زبائني.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

7- أفضل الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني لأنها ستريحني في عمليات الشراء من الشركات

الموردة لي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

8- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستكون أكثر دقة بالنسبة لعد النقود عند

تنفيذ أي عملية تجارية.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

9- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني لأنها ستكون مرجع موثوق في حال حصول

خلاف مع الطرف الآخر بالنسبة للمبلغ.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

10- أرغب بأن يدفع زبائني من خلال الدفع الإلكتروني، لأنها ستريحني من مخاطر النقود المزورة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

11- أرغب بأن يدفع زبائني من خلال الدفع الإلكتروني، لأنها ستريحني من مخاطر سرقة الأموال.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

12-أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي معلومات تفيد في تقديم عروض لزيائتي الأكثر شراءً.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

13-لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت عملية فتح الحساب المصرفي مريحة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

14-لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت الإجراءات المصرفية مريحة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

15-لا أمانع في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، على ضوء القرارات الحكومية الحالية فيما يخص قانون الضرائب.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

16-تعتبر سهولة إجراءات عملية الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

17- تعتبر القرارات الحكومية المتعلقة بالضرائب أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

18- تعتبر القرارات المتعلقة بتحديد سقف المبالغ المسموح بسحبها يومياً من الحسابات المصرفية، أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

19- تعتبر تكلفة الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

20- تعتبر جودة خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

21- أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني بسبب قناعاتي بالنقاط الإيجابية التي سأستفيد منها عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، والتي تم ذكرها سابقاً.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

22- أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني، لأستفيد من العروض التشجيعية المقدمة من الشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

استبيان الأفراد

الهدف من الاستبيان:

يسعى مصرف سورية المركزي لإعادة تفعيل خدمة وقطاع الدفع الإلكتروني من خلال المصارف العاملة في الجمهورية العربية السورية بالتعاون مع شركات مزودة لخدمة الدفع الإلكتروني. حيث من الممكن أن تتم عملية الدفع الإلكتروني من خلال بطاقات مصرفية الكترونية أو من خلال جهاز الخليوي.

ويطرح الاستبيان التالي استفسارات عن رأيكم بهذه الخدمة من خلال عدة جوانب أهمها عامل الأمان، جودة وسهولة وبساطة إجراءات الخدمة، والاشتراك في هذه الخدمة من خلال حساب مصرفي.

1- الجنس

ذكر

أنثى

2- العمر

أقل من 25

من 25 إلى 35

من 36 إلى 45

من 46 إلى 55

من 56 إلى 65

أكبر من 65

3- مكان الإقامة

في المدينة

في الريف

4- المؤهل العلمي

الثانوية العامة أو أقل

دبلوم

إجازة جامعية

دراسات عليا

5- أمتلك حساب مصرفي شخصي

نعم

لا

6- يعتبر عامل الأمان أهم عنصر لدي عند اختياري لطريقة سداد مشترياتي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

7- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي شبكة واسعة من المتاجر لسداد مشترياتي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

8- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستكون أكثر دقة بالنسبة لعد النقود عند سداد مشترياتي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

9- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستكون مرجع موثوق في حال حصول خلاف مع البائع.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

10- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستريحني من مخاطر النقود المزورة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

11- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، كونها ستريحني من مخاطر سرقة أموالي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

12- أرغب في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، لأنها ستوفر لي معلومات تفيد في معرفة كل شيء عن عملياتي النقدية المنفذة من خلال الدفع الإلكتروني.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

13- لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت عملية فتح الحساب المصرفي مريحة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

14- لا أمانع في فتح حساب مصرفي بهدف الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني، إذا كانت الإجراءات المصرفية مريحة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

15- تعتبر القرارات الحكومية المتعلقة بالضرائب أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

16- تعتبر القرارات المتعلقة بتحديد سقف المبالغ المسموح بسحبها يومياً من الحسابات المصرفية، أهم عنصر لدي عند اتخاذ قراري في الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني عبر حسابي المصرفي.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

17- تعتبر سهولة إجراءات عملية الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

18- تعتبر تكلفة الاستفادة من خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

19- تعتبر جودة خدمة الدفع الإلكتروني أهم عنصر لدي عند اتخاذ قرار في الاستفادة من هذه الخدمة.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

20- أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني بسبب قناعاتي بالنقاط الإيجابية التي سأستفيد منها عند الاشتراك بخدمة الدفع الإلكتروني، والتي تم ذكرها سابقاً.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

21- أرغب بأن أكون من أول المشتركين في خدمة الدفع الإلكتروني، لأستفيد من العروض التشجيعية المقدمة من الشركات المزودة لخدمة الدفع الإلكتروني.

موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة

المصادر

المصادر العربية

- 1- أهمية أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - أم البواقي - (فريدة قلقول 2012 - 2013)
- 2- الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال - مركز دمشق للأبحاث والدراسات 2017
- 3- رئاسة مجلس الوزراء <http://www.pministry.gov.sy>

المصادر الأجنبية

- 1- World Payments Report 2019 - Capgemini Research Institute - www.worldpaymentsreport.com

المواقع الإلكترونية

- 1- موقع بنوك مصر، " بعد تطبيقه في مصر.. تاريخ الدفع الإلكتروني عالميا والدول الأكثر نشاطا فيه"، 01/مايو/2019