

The impact of applying E-Commerce Requirements on Electronic Payment Methods from the point of View of Employees of Hypermarket Institutions in the City, Amman.

Hamza ali abedalhadi alshoubaki

Business Administration

The World Islamic Sciences and Education University/Jordan

Hamza_sh_1990@yahoo.com

Rawan izzat hmeid abuarar

Business Administration

Middle East University/Jordan

Rawan_abuarar91@outlook.com

Received : 14/11/2023

Accepted : 02/09/2024

Abstract:

The study aims to assess the impact of implementing e-commerce prerequisites on electronic payment methods from the perspective of employees in hypermarket establishments in Amman's capital between 2022 and 2023. Additionally, it seeks to identify any significant differences in the application of e-commerce requirements based on gender and practical experience among workers in Amman's hypermarket institutions. Conducted using a descriptive analytical approach, the study included 217 participants, all of whom received a uniform questionnaire. However, the analysis focused on 185 retrieved questionnaires. The findings indicated a moderate level of perception regarding the implementation of e-commerce requirements. Moreover, the study revealed no discernible differences based on gender or practical experience among employees in hypermarket establishments in Amman. In conclusion, the study recommends further exploration of the subject by expanding research to encompass diverse communities and samples.

Keywords: E-commerce Requirements, Electronic Payment Methods, Hyper Difference, Amman Market.

أثر تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان

روان عزات حميد أبو عرار
ادارة أعمال
الشرق الأوسط/ الأردن
Rawan_abuarar91@outlook.com

حمزة علي عبد الهادي الشوبكي
ادارة أعمال
جامعة العلوم الإسلامية العالمية/الأردن
Hamza_sh_1990@yahoo.com

القبول : 2024/09/02

الاستلام : 2023/11/14

الملخص:

هدفت هذه الدراسة لفهم تأثير تنفيذ المتطلبات الخاصة بالتجارة الإلكترونية على طرق الدفع الإلكتروني، من وجهة نظر الموظفين في مؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان خلال الفترة بين الممتدة بين عامي (2022 و 2023). وقد استندت الدراسة إلى آراء موظفي مؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان، مع تحديد أي فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تنفيذ متطلبات التجارة الإلكترونية، بناءً على المتغيرين: (الجنس والخبرة العملية)، وذلك وفقاً لإجابات العاملين في مؤسسات الهايبرماركت في مدينة عمان. واعتمدت الدراسة منهج وصف التحليلي، حيث شملت مجموعة البحث (217) مشاركا، ووزعت استبانة موحدة على جميع المشاركين، ولكن جُمع (185) استبانة فقط للتحليل. وأظهرت الدراسة أن مستوى التصور المرتبط بتنفيذ متطلبات التجارة الإلكترونية كان متوسطاً، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمُتغيري: الجنس والخبرة العملية.

الكلمات المفتاحية: متطلبات التجارة الإلكترونية، وسائل الدفع الإلكتروني، مؤسسات الهايبر ماركت، العاصمة عمان.

المقدمة:

وعلى الرغم من الاهتمام الحكومي والتفاني من قبل منظمات الأعمال في تحقيق الفائدة المثلى من التجارة الإلكترونية، هناك تحديات مستمرة تواجه الكثير من البلدان، مثل: قلة البنى التحتية، ونقص الثقافة والمعرفة اللازمة للاستخدام الفعال، وتشير الدراسة الحالية إلى أن منظمات الأعمال في الأردن، تواجه تحديات في الاستفادة الكاملة من فوائد التجارة الإلكترونية، بما في ذلك قضايا الثقة والأمان في مجال الدفع الإلكتروني، وقلة البنى التحتية في المناطق النائية.

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تأتي فكرة هذه الدراسة انطلاقاً من توصية دراسة (Ghazal et al, 2022، ودراسة (Kilay et al, 2022)، ودراسة (Abdel Fattah, 2020) التي أكدت على ضرورة البحث في الصعوبات والتحديات التي ربما تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية ببيئات وأماكن ومناطق مختلفة، ومن هنا انطلقت مشكلة الدراسة وتطبيقها عملياً على منظمات الأعمال في العاصمة عمان، وتحديدًا من وجهة نظر العاملين في مؤسسات الهايبرماركت بمدينة عمان.

كما أكدت دراسة (Zahaf, 2021) على ضرورة انطلاق دراسات جديدة مرتبطة بالتجارة الإلكترونية، لوضع حلول ملائمة للصعوبات والمشاكل التي حذت من التوسع في تطبيقها، وهنا تسلط الدراسة

شهدت المجتمعات تحولاً كبيراً نتيجة لتقدم القطاع التكنولوجي ونموه؛ مما جعل أجهزة الكمبيوتر والأدوات الإلكترونية وسائل تكنولوجية قوية قادرة على تحقيق اتصال مباشر وفوري بين الأفراد بغض النظر عن المسافات، ويتم هذا التواصل من خلال شبكات عالمية، أبرزها الإنترنت. وقد استفاد الأفراد ومنظمات الأعمال بشكل كبير من الاتصال بالإنترنت، كما أنهم قادرون على التواصل مع البائعين، والبحث عن المنتجات، والتخطيط لعمليات الشراء عبر البدائل المتعددة على الإنترنت؛ مما يتيح لهم مقارنة الأسعار واتخاذ قرارات الشراء.

وفي مجال الأعمال، حققت المنظمات العديد من المزايا نتيجة ثورة المعلومات، حيث زادت استثماراتها في الأجهزة والبرمجيات والمرافق، وكذلك في تعليم الموظفين وتدريبهم، وتقديم كافة الخدمات المساندة لتكنولوجيا المعلومات، وأدت هذه التحولات إلى تغييرات جوهرية في هيكل الاقتصاد.

تفتح أهمية التكنولوجيا هذه الأبواب أمام منظمات الأعمال للاستفادة القصوى منها، خاصة في مجال التسويق الذي شهد ازدياداً على شبكة الإنترنت، وقد بذلت الشركات التجارية جهوداً كبيرة في التجارة الإلكترونية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، حيث تفوقت نفقات الإعلان عبر الإنترنت توقعاتها.

- هل يوجد أثر لتطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان؟
- ما هو التصور المقترح لأجل التخفيف من حدة التحديات المرتبطة بالدفع الإلكتروني، وفقاً لتوجهات العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بمدينة عمان؟

أهداف الدراسة:

- تتجسد أهداف الدراسة من خلال الآتي:
- التعرف إلى مستوى توظيف متطلبات التجارة الإلكترونية من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان.
- التعرف إلى مدى وجود أثر تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني، من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان.
- اقتراح تصور يعالج حدة التحديات المرتبطة بالدفع الإلكتروني، وفقاً لتوجهات العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بمدينة عمان؟
- تطوير أداة قياس وتصور مقترحة تتعلق بموضوع الدراسة الحالية، وترتبط بالتخفيف من التحديات المتصلة بالدفع الإلكتروني؛ بهدف التعرف إلى تفاعلات العاملين بمؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان، بما يتوافق مع موضوع الدراسة.

أهمية الدراسة:

- تتركز أهمية الدراسة بالآتي:
- **الأهمية النظرية:** تطمح الدراسة الحالية إلى تقديم تحليل متخصص حول قضايا حديثة ومهمة؛ كمستوى توظيف متطلبات التجارة الإلكترونية من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بمدينة عمان، بناء على متغيري: "النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي"، كما تهدف إلى بيان مخاطر الدفع الإلكتروني لأجل التخفيف من مخاطرها؛ من خلال الاستجابات التي جمعتها الدراسة من العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان كعنايت للدراسة، كما يمكن لهذه الدراسة أن تحقق الآتي:
- زيادة الوعي بأهمية كيفية عمل متطلبات التجارة الإلكترونية لمنظمات الأعمال؛ خاصة مؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان.
- تطبيق موضوع الدراسة على عينة جديدة تتكون من العاملين بمؤسسات الهايبرماركت.
- تقديم جملة من النتائج والتوصيات والمقترحات لذوي الاهتمام؛ بهدف الحد والتخفيف من التحديات المرتبطة بالدفع الإلكتروني، من خلال زيادة الوعي والتحذير.

الأهمية العملية:

تكمن الأهمية العملية للدراسة الحالية، في تناولها موضوعات ومفاهيم حديثة نسبياً في مجال موضوع الدراسة، خاصة في مجال مؤسسات

الحالية الضوء على الصعوبات التي تواجهها، وهناك ضرورة لذلك فعلاً لما له من انعكاسات إيجابية في حال التوسع في تطبيقه. كما وأن عدم الأمان في الدفع الإلكتروني، وسرقة بيانات العملاء المالية الخاصة عبر الهاكرز المنتشرين عبر العالم، مصدر أرق وقلق من قبل الكثيرين، التي تعتبر من الظروف الصعبة والمرتبطة بواقع التطبيق، وفي الأردن تحديداً، وهذا منطلق تخصص الباحثين وخبرته العملية في مجال التقنية والتطبيقات التكنولوجية، فقد وجد أن هناك العديد من الصعوبات المرتبطة بالبنية التحتية، خاصة في المحافظة خارج العاصمة؛ مما قد يؤثر على عدم توسع الأعمال الإلكترونية، ولعل ذلك أبرز الأسباب التي تجعل مؤسسات الهايبرماركت ينكفن دون التوسع بأعمالهم التجارية، ولا يزال لديهم الكثير مما يكفي لأجل تخفيف هذه الصعوبات؛ وازدادت هذه الصعوبات في الفترة الأخيرة؛ نتيجة لكثرة المتخصصين بمجال اختراق المعلومات، وابتكار الكثير من البرامج التي تسهل الاطلاع على البيانات المالية للزبائن، والتعرف إلى أرقام البطاقات الذكية؛ وعلى ما يبدو زادت هذه الصعوبات وتفاقت على المستوى العالمي، وليس فقط على المستوى المحلي تحديداً، وهذا ما أكدته كل من دراسة (Zahaf, 2021)، ودراسة (Bin al-walid and Fattoum, 2022)، خاصة في ظل نقص خبرة الزبائن في اتخاذ التدابير؛ لأجل المحافظة على بياناتهم المالية الخاصة، وفي ظل عدم قيام مؤسسات الهايبر ماركت بالاهتمام الكافي لتحذير زبائنهم.

بناءً على استعراض الباحثين للأبحاث والدراسات السابقة، تبين وجود فجوة ذات صلة في البحوث المتعلقة بتطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني. وتأخذ الدراسة الحالية على عاتقها استكمال هذه الفجوة؛ من خلال استكشاف مواضيع حديثة ومعاصرة في الاقتصادات القائمة على المعرفة.

وتأسيساً على ما سبق، وبعد قيام الباحثين بزيارات ميدانية وإجراء لقاءات مع بعض أصحاب مؤسسات الهايبرماركت؛ تبين دور متطلبات التجارة الإلكترونية في تحسين وسائل الدفع الإلكتروني، رغم مواجهته عدة مشاكل، منها قلة أجهزه الحواسيب، وضعف شبكات الإنترنت، لذلك جاءت الدراسة الحالية تحت عنوان "أثر تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان".

ولعلّه يسوغ تجسيد الإشكالية المذكورة آنفاً بالإجابة عن تساؤلات الدراسة الآتية:

- ما مستوى توظيف متطلبات التجارة الإلكترونية من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقدير توظيف متطلبات التجارة الإلكترونية في مؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان، تبعاً لمتغيري الجنس أو المؤهل العلمي، وفقاً لاستجابات عاملها؟

1. دراسة غزال (Ghazal et al, 2022):

- هدفت هذه الدراسة إلى فهم أثر التسوق عبر الإنترنت والدفع الإلكتروني على نمو المبيعات في الصناعة المصرفية الأردنية.
- استخدمت المنهج الوصفي التحليلي واستهدفت عينة من موظفي القطاع المصرفي (217 موظفًا).
- خلصت الدراسة إلى أن هناك تأثيرًا إيجابيًا للدفع الإلكتروني على نمو المبيعات في القطاع المصرفي الأردني.

2. دراسة (Sumanjeet, 2019):

- استهدفت فهم أساليب الدفع الإلكتروني في ظل تطور التجارة الإلكترونية.
- استخدمت المنهج الوصفي وركزت على الأدبيات النظرية خلال الفترة الممتدة بين عامي (2017 و2019).
- أظهرت الدراسة أن هناك تأثيرًا لتحسين التجارة الإلكترونية على أساليب الدفع الإلكتروني، وأوصت بتعزيز أمان الدفع الإلكتروني وسريته.

3. دراسة (Yulandari and Wibowo, 2018):

- ركزت على تحليل الفجوات البحثية وتوجيه الدراسات المستقبلية حول أنظمة الدفع بالتجارة الإلكترونية.
- استخدمت المنهج الوصفي، واستعرضت الأدبيات وشبكة الأبحاث العالمية بين عامي (2016 و2017).

4. دراسة (Yang, 2017):

- هدفت إلى فهم واقع التجارة الإلكترونية في الصين من وجهة نظر الطلبة.
- استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، واستهدفت طلبة في جامعة (أولاو الصينية).
- كشفت الدراسة عن أنظمة الدفع الإلكتروني المشهورة، وركزت على إيجابيات التجارة الإلكترونية وسلبياتها.

الدراسات العربية:**1. دراسة Koushi and Qadi (2022) في الجزائر:**

- هدفت لفهم واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- استخدمت المنهج الوصفي، ورجعت إلى الأدبيات النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

- خلصت الدراسة إلى أن تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر لا يزال منخفضًا بسبب عدة عوامل، بما في ذلك عدم الثقة في أدوات الدفع الإلكتروني، وتفضيل النمط التقليدي في البيع والشراء.

2. دراسة (Sonia and Zahaf, 2021) حول تأثير COVID-**(19) في الترويج للتجارة الإلكترونية:**

- استهدفت مدى مساهمة جائحة (COVID-19) في تعزيز التجارة الإلكترونية وترك التجارة التقليدية.

الهايبرماركت في العاصمة عمان، الذي ما يزال البحث فيه محدودًا، لا سيما في الدراسات العربية، وذلك على حد علمنا وإطلاعنا. كما يمكن لهذه الدراسة ونتائجها أن تكون مفيدة للباحثين والدارسين المهتمين بموضوعها؛ من خلال تقديمها لأفكار ومداخل جديدة فيما يتعلق بالقطاعات ذات الصلة، وتحديدًا بمؤسسات الهايبرماركت والسوبرماركت الكبرى؛ وكذلك قد تفيد الكثير من صناعات القرار والمهتمين، من خلال وضع إستراتيجيات لتذليل التحديات التي تواجه التوسع بتطبيق التجارة الإلكترونية عبر محافظات الأردن كافة.

التعريفات الإجرائية:**1. مُتطلبات التجارة الإلكترونية:**

- تشمل جميع عمليات البيع والشراء والخدمات المختلفة عبر الإنترنت.
 - تتضمن جميع الإجراءات المرتبطة بعمليات التوصيل وتشغيل أجهزة الكمبيوتر في سياق التجارة الإلكترونية.
 - تشمل المتطلبات التكنولوجية والفنية والبشرية والإدارية المتعلقة بعملية التجارة الإلكترونية.
- 2. مؤسسات الهايبرماركت:**
- هي مؤسسات تجارية كبيرة تقدم مجموعة واسعة من المنتجات للمستهلكين.
 - تشمل خدمات التجارة الإلكترونية من خلال متاجر إلكترونية، حيث يتمكن الزبائن من الشراء والدفع عبر تطبيقات المؤسسة الإلكترونية.

3. الدفع الإلكتروني:

- يمثل كافة الطرق الإلكترونية المتعلقة بعمليات الدفع، مثل: بطاقات الائتمان، والمحافظ الإلكترونية، والحوالات الإلكترونية.
- تتيح هذه الوسائل للأفراد والمؤسسات إتمام عمليات الدفع بشكل آمن وفعال عبر الإنترنت.

هذه التعريفات توفر أساسًا لفهم مفاهيم الدراسة، وتوجيهها نحو تحليل تأثير تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني بمؤسسات الهايبرماركت.

حدود الدراسة:**الحدود المكانية:** مؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان.**الحدود الزمنية:** أجريت هذه الدراسة خلال العام الدراسي (2022 - 2023).**الحدود البشرية:** العاملين بمؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان.**الدراسات السابقة:****الدراسات الأجنبية:**

2. منظور الأعمال التجارية:

- تعتبر عملية تطبيق التنفيذ لجعل المعاملات التجارية تجري بشكل تلقائي وسريع.

3. منظور العالم الرقمي:

- تُعد أداة لتلبية رغبات المستهلكين والمنظمات بتقليل تكلفة الخدمة وتسريعها.

4. منظور الإنترنت:

- تتيح فرصًا لشراء الخدمات والمنتجات وبيعها عبر الإنترنت. تطبيقات التجارة الإلكترونية وتقسّم ثلاثة أقسام (Al-Siddiq, 2009):

1. التسوق عبر الإنترنت:

- شراء الخدمات والمنتجات وبيعها عبر الإنترنت.
2. تسهيل تدفق المعلومات والتواصل:
- تيسير العمليات المتدفقة للمعلومات والاتصالات داخل المنظمات، وتوفير خدمة الزبائن.

أهمية تنفيذ متطلبات التجارة الإلكترونية:

- تفتح فرصًا تسويقية واسعة، وتعزّز أداء المنظمات، وتحقّق فورات في التكاليف.
- العمل على تقصير أو إلغاء سلاسل التوريد، مما يمكننا من تحقيق حضور عالمي واسع في الأسواق.
- تمكن من الاتصال المستمر والشخصي بين المنظمة والزبائن.
- تقليل تكاليف التصنيع والتصميم وتسليم المنتجات عبر الإنترنت بكفاءة.

متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية:

هناك عدّة متطلبات لأجل تطبيق التجارة الإلكترونية لعل من أبرزها الآتي (Koushi & Qadi, 2022):

- **المتطلبات المادية:** تُعرّف بأنها كافة المستلزمات لأجل تطبيق التجارة الإلكترونية، التي تشمل أجهزة الكمبيوتر، وشبكات الإنترنت، والبرامج وغيرها من المستلزمات لأجل سهولة تطبيقها.
- **المتطلبات الفنية:** هي مجموعة من الأنظمة التشغيلية والتطبيقية، وكذلك من أنظمة الحماية من الاختراقات، ومن قواعد البيانات المستخدمة في المنظمة التي يحتاجها الفرد أو المنظمة.
- **المتطلبات البشرية:** وتُعرّف على أنّها "الجهة المسؤولة عن صيانة النظام، ومعالجة المشكلات التي يواجهها المستخدمون أثناء استخدام أنظمة المعلومات والتكنولوجيا".
- **المتطلبات الإدارية:** "وهي المتطلبات المتعلقة بدعم إدارة المنظمات العليا، لاستخدام نظام المعلومات التكنولوجية".

وبهذا فإنّ المنظمات مهتمة بتطوير وتحسين المتطلبات المرتبطة بتطبيق التجارة الإلكترونية؛ فكما هو معروف فإنه كلما زاد الاهتمام

- استخدمت المنهج الوصفي وركزت على الأدبيات والدراسات خلال الفترة الممتدة بين عامي (2019 و 2021).

- بيّنت الدراسة أنّ هناك صعوبات تتعلق بالثقة بالخدمات والسلع عبر المتاجر الإلكترونية، وأوصت بزيادة الأبحاث حول هذه المشكلات، وإيجاد حلول فاعلة لها.

3. دراسة (Shaath and Faleet, 2020) حول دور التجارة الإلكترونية في تطوير العمل الحر:

- هدفت إلى فهم دور التجارة الإلكترونية في تطوير العمل الحر عبر الإنترنت.

- استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة من الأكاديميين في غزة.

- أظهرت الدراسة أنّ العاملين في الأعمال الحرّة عبر الإنترنت، يحققون أهدافهم، ويجنون أرباحًا مرتفعة، وأوصت بتحسين وعي الناس بأهمية العمل الإلكتروني.

4. دراسة (Abdel Fattah, 2020) في الضفة الغربية:

- هدفت التعرف إلى الأساليب اللازمة لتطوير التجارة الإلكترونية وتحسين اقتصاد الضفة الغربية.

- استخدمت المنهج الوصفي وراجعت الأدبيات الدراسية.
- أظهرت الدراسة وجود عوائق مثل عدم الموثوقية والأمان في الدفع الإلكتروني، وأوصت بتطوير البنية التحتية التكنولوجية، وحلّ مشكلات الثقة والقانونية.

ما يميّز هذه الدراسة:

يمكن أن نتبيّن في معرض تصفّحنا للدراسات السابقة، أنّها هدفت التّعرف إلى دور ريادة التجارة الإلكترونية في بيئات عربية وأجنبية مختلفة، ومن أمثلة هذه الدراسات المشار إليها سالفًا؛ دراسة (Fattoum and Bin al-walid, 2022) ودراسة (Sonia and Zahaf, 2021)؛ غير أنّنا لم نجد خلال معرض بحثنا دراسات تناولت موضوع الدراسة الحالية المتمثل في (منظمات الأعمال في العاصمة عمّان)، ومؤسسات الهايبرماركت بخاصة؛ وهذا يميّز الدراسة الحالية عن سابقتها.

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم التجارة الإلكترونية: هي عملية شراء أو بيع أو تبادل المنتجات عبر شبكات الكمبيوتر، وأهم وسيلة لتحقيق ذلك هي الإنترنت. ويمكن تعريفها من منظورات متعددة (Al-Hasnawi, 2007).

1. منظور الاتصالات:

- تُعرّف بأنّها وسيلة نقل الخدمات أو المعلومات أو البيانات عبر شبكة الإنترنت أو غيرها من الوسائل التقنية.

فيها تخضع لسرية مطلقة، وقد ظهر نظام الدفع الإلكتروني بالتزامن مع تطور متطلبات التجارة الإلكترونية، وتطورها له ارتباط كبير بتكنولوجيا المعلومات؛ هذا وأدى الدفع الإلكتروني إلى تشجيع المبيعات، وزيادة الحركة التجارية عبر العالم، حيث تم تعريف الدفع الإلكتروني بأنه كافة وسائل الدفع والتسديد والتحويل من خلال استخدام الحواسيب كوحدات طرفية (Abu Fara, 2015).

أشكال النقود الإلكترونية:

هناك عدة أشكال من النقود الإلكترونية، يمكن تبيانها على النحو الآتي (Badr, 2020):

- **مكايينات الصراف (ATM):** وهي عبارة عن محطة يوجد بها كمبيوتر، يسمح لعملاء المصرف بالحصول على أموالهم، من خلال إدخال رقم العمل؛ إلا أن هناك الكثير من محاولات الاحتيال المرتبطة بالحصول إلى أرقام العملاء، والتي تقف حجرة عثرة في انتشارها بكافة محافظات المملكة.
- **البطاقات البلاستيكية:** وتعتبر بطاقات الائتمان هي النوع الأكثر شيوعاً واستخداماً لهذا النوع من النقود الإلكترونية، حيث يتم استخدامها لدفع ثمن مشتريات العميل، سواء أكانت مشتريات من خلال الإنترنت أم من المتاجر التي تقبل هذا النوع من البطاقات.
- **التحويلات المالية الإلكترونية وأبرزها "ويسترن يونيون":** وهي عملية منح الصلاحية (Permission) لمصرف ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة أو المدينة إلكترونياً، من حساب مصرفي إلى حساب مصرف آخر، ويساعد هذا النظام عملاء المصرف على تسديد المدفوعات (Electronic Payment)، من خلال مصارفهم دون الحاجة إلى استخدام الحواسيب المالية، أو البطاقات، كما ويساعد هذا النظام المصارف نفسها في إجراء التحويلات بطريقة آمنة (High security)، مع سهولة الاستخدام (Ease of use)، وبموثوقية عالية (Reliable).

عيوب "تحديات" الدفع الإلكتروني:

- يمكن تبيان هذه العيوب على النحو الآتي (Badr, 2020):
- خطر مالي في حال سوء استعمال إرادي بوسيلة دفع، الذي يؤدي إلى خسارة مالية لمجمل المتعاملين.
- مشكلة فقدان الثقة في النقود في حالة إساءة استعمال وسائل الدفع الإلكتروني.

إلا أن هذه العيوب يمكن تداركها في المستقبل؛ ويمكن لوسائل الحماية المتطورة التي تزداد تطوراً مع التقدم المستمر في التقنيات، بفتح الباب واسعاً للتقاول لأجل التخفيف من هذه التحديات.

دور الأمن السيبراني في الحد من سلبات الدفع الإلكتروني:

يتطور مفهوم إدارة الأمن السيبراني بتطور التكنولوجيا، إذ يتمثل دورها الأساسي بحماية البيانات والمعلومات الشخصية لمنظمات الأعمال، وبهذا فهي تحد كثيراً من المحاولات المرتبطة بسرقة (المعلومات

والتحسين بهذه المتطلبات، تحسن مستوى التجارة الإلكترونية؛ والعكس صحيح.

أنماط التجارة الإلكترونية:

للتجارة الإلكترونية مجموعة من الأنماط، إذ يمكن النظر إليها كمفهوم متعدد الأبعاد، يمكن تطبيقه واستخدامه في أكثر من نمط وفقاً للآتي (Al-Janabi, 2017):

- **مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال:** يتم هذا النمط بين مؤسسات الأعمال مع بعضها بعضاً؛ من خلال شبكات الاتصالات وتقنية المعلومات، وذلك لتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين، وتسليم الفواتير، وإتمام عمليات الدفع، وهذا النمط من التجارة الإلكترونية موجود منذ سنوات طويلة، خاصة في تبادل البيانات إلكترونياً من خلال عمليات فحص خاصة.

- **مؤسسة أعمال - الزبون/ المستهلك:** يمثل هذا النمط من التجارة الإلكترونية البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي، وهذا النوع قد توسع بشكل كبير مع ظهور شبكة الإنترنت، فهناك الآن ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق، تقدم خدماتها من خلال عرض السلع والخدمات لصالح المؤسسات، وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من حيث عمليات الشراء والبيع من خلال شبكات الإنترنت، ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعاً البطاقات التي تعرف بالائتمانية، أو الشيكات الإلكترونية، أو يتم الدفع نقداً عند التسليم.

- **مؤسسة أعمال - إدارة حكومية:** هذا النمط يغطي كل المعاملات بين المنظمات والهيئات الحكومية.

- **مستهلك - إدارة حكومية:** هذا النمط لم يبرز بعد، لكنه ربما ينتشر مع انتشار التعامل الإلكتروني، ونمو كل من نمط الشركة إلى المستهلك والمنظمة إلى الهيئة الحكومية.

وعلى ذلك، نجد مؤسسات الأعمال والزبون قد غطت أغلبية أنماط التجارة الإلكترونية؛ نظراً لأنها تتعلق بالمواطن والمستهلك، وبطبيعة الحال فإن عدد المستهلكين يفوق منظمات الأعمال، وبهذا نجد أنها ازدهرت وتطورت.

الدفع الإلكتروني:

نتيجة لتسارع التطورات التكنولوجية في السنوات القليلة الماضية، وانتشار استخدام الحاسوب والإنترنت، وعلى كل المستويات الفردية أو الجماعية وفي جميع دول العالم، فقد ساعد ذلك على ظهور شكل جديد من أشكال النقود تسمى بالنقود الإلكترونية.

والنقاط الآتية تتناول مفهوم الدفع الإلكتروني، وأشكال النقود الإلكترونية، ومزايا الدفع الإلكتروني، ودور إدارة الأمن السيبراني في الحد من الاحتيال المرتبط بأساليب الدفع الإلكتروني، وبمنظرة أسهل تعرف بأنها نظام تقوم المؤسسات المصرفية والمالية بتقديمه لأجل تسهيل عملية البيع، وتسعى بكل طاقتها لأن تكون سهلة وآمنة، حيث تخضع لمجموعة من القوانين والأحكام، علاوة على أن جميع الحركات

يتكوّن مجتمع الدّراسة من جميع العاملين في مؤسسات الهايبرماركت والسوبرماركت الكبرى في مدينة عمّان، حيث بلغ عددها (500) منشأة حسب وزارة الصناعة والتجارة لعام (2023/2022). وقد اختيرت عيّنة عشوائية من هذا المجتمع، وبلغ تقدير العدد الأمثل للعيّنة حسب عدد موظفي كلّ منشأة (217). وقام الباحثان بتوزيع الاستبيان بشكل عشوائي على جميع الموظفين باستخدام البريد الإلكتروني.

من خلال استقراء العينة الإجمالية، لم يتجاوب (32) عاملاً؛ وبذلك تكون عدد الاستبيانات المُستردّة والقابلة للتحليل (185) استبانة، مما يمثّل نسبة استجابة بلغت (85.2%)، وقد استخدمت الدراسة نظام البرمجيات (SPSS) بالإصدار (24)؛ لتحليل البيانات وتحقيق أهداف الدراسة. والجدولان (1) و(2) يظهران البيانات الأولية لمتغيرات الدراسة.

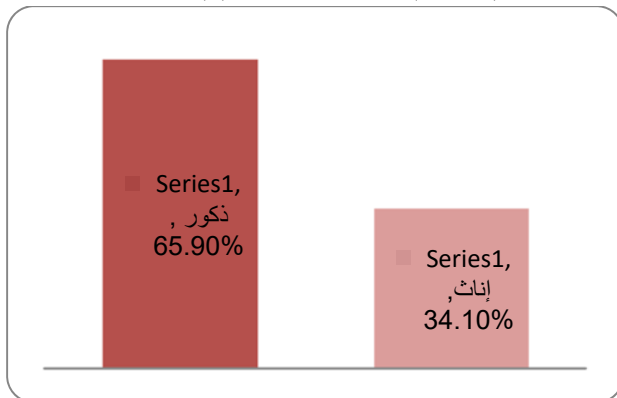
الجنس:

يمثّل الجدول (1) التكرارات والنسب المئوية، لكل فقرة من فقرات هذا المتغيّر.

الجدول (1): توزيع العينة من حيث الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	122	65.9 %
إناث	63	34.1 %
المجموع	185	100 %

نلاحظ من الجدول (1) بأنّ عدد العاملين الذكور أعلى من أقرانهم الإناث، إذ بلغ عددهم (122)، بنسبة بلغت (65.9%)، في حين بلغت نسبة الإناث (34.1%)، وهذا يبيّنه الشكل (1).



الشكل (1): توزيع العينة من حيث الجنس

الخبرة العملية:

يُظهر الجدول (2) التكرارات والنسب المئوية لكلّ عنصر من عناصر هذا المتغيّر.

الجدول (2): توزيع العينة من حيث الخبرة العملية

الخبرة العملية	التكرار	النسبة المئوية
1 إلى 5 سنوات	117	63.3 %
6 إلى 10 سنوات	35	18.9 %

والبيانات الشخصية)، وهي تحافظ على أمن المعلومات وسريتها؛ إذ إنّ كثيراً من المحتالين الإلكترونيين (الهاكرز)، أصبحوا غير قادرين على اختراق بيانات منظمات الأعمال، خاصّة البنوك التجارية، بفضل الإدارة السيبرانية الفاعلة، ومن هنا تولي الحكومات ومنظمات الأعمال اهتماماً كبيراً بتطبيق الأمن السيبراني، إذ قامت بنوك تجارية أردنية عديدة باستحداث أقسام متخصصة بالأمن السيبراني (Al-Janabi, 2017).

لمحة عن مؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان

تقدّم منظمات الأعمال فوائد كثيرة للاقتصاد الوطني؛ حيث تساهم بخفض حدة البطالة بين الشباب؛ وتقدّم الكثير من المزايا للزبائن؛ فمن خلالها يستطيع الكثيرون إشباع احتياجاتهم الأساسية من مطعم وملبس؛ إذ تقوم بتأمين كافة احتياجات الزبائن بمكان واحد؛ وبهذا فهي تسهّل عملية اختيار البدائل، كما تؤثر عليهم عناء التعب في البحث عن البدائل؛ وقد أضافت كافة مؤسسات الهايبرماركت الكثير من خدماتها من خلال تطبيقات إلكترونية؛ إذ يمكن من خلال المواقع الإلكترونية أن يتسوّق الزبائن؛ ويمكنهم الدفع الإلكتروني؛ وخدمة التوصيل بالأغلب تكون متوفرة لدى هذه المواقع، وبهذا فإنّها تخفف على الزبائن عناء التعب والجهد؛ إذ يمكن للزبائن الحصول على كلّ طلباتهم من خلال التسوق عبر الهاتف المحمول، هذا وازدهرت مؤسسات الهايبرماركت خاصّة بعد جائحة كورونا؛ إذ إنّ الكثير من الزبائن اعتادوا الحصول على طلباتهم من خلال التطبيقات الذكية؛ إلا أنّ هناك الكثير من السلبيات، أبرزها انتهاك خصوصية المعلومات والأمان بالدفع؛ كما أنّ المحتالين الإلكترونيين (الهاكرز)، أصبحوا قادرين على اختراق الكثير من البطاقات الإلكترونية؛ فمن خلال استقبال رسالة بسيطة على الهاتف الذكي، يمكنهم الوصول لحساب الزبائن؛ وبهذا يمكنهم التعديل على أموال هؤلاء الزبائن؛ هذا وبلغ عدد منشآت الهايبرماركت والسوبرماركت الكبرى بالعاصمة عمّان (500) منشأة.

منهجية الدّراسة وإجراءاتها:

تنتهج الدّراسة المنهجين الآتيين:

1. المنهج الإحصائي الوصفي: حيث طوّرت استبانة لتكون أداة بحثية تقوم بجمع البيانات من عينة الدراسة.
2. المنهج التحليلي الإحصائي: استُخدمت الحزمة الإحصائية (SPSS)؛ للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات.

مجتمع الدّراسة وعيّنتها:

11 سنة فأكثر	33	17.8 %
المجموع	185	100 %

اعتمدت الدراسة على تطوير استبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات اللازمة لتحقيق أهدافها، وقد صممت الاستبانة باستخدام آراء ودراسات سابقة في المجال التربوي، مثل: دراسة غزال وآخرون (Ghazal et al, 2022)، ودراسة شعث والفليت (Shaath and Faleet, 2020)، ودراسة (Yang, 2017). وقد تمت مراعاة مدى وعي الأفراد الخاضعين للاستبانة بخصوص أهداف الدراسة وأسئلتها، وتم التركيز على جعل الاستبانة دقيقة، وواضحة، وتوحيد مكوناتها.

بلغ عدد فقرات الاستبانة بعد التمهيص والتطوير (24) فقرة، وصممت بناءً على نموذج ليكرت الخماسي، حيث تمثلت في جزأين: الجزء الأول يحتوي على بيانات المعلومات الشخصية، بينما الجزء الثاني يتعلق بفقرات شارحة لموضوع الدراسة، وصُمم مستوى الإجابة عن كل فقرة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، هذا ويبين الملحق (2) الاستبانة بأكملها النهائية.

ثبات الدراسة وصدقها:

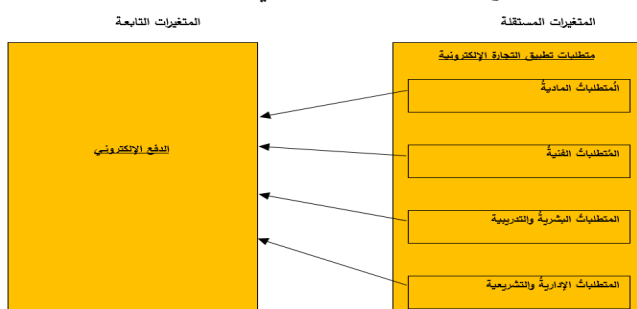
استُخدمت معادلة (كرونباخ-ألفا) لحساب ثبات النّجاس، والجدول (3) يوضح ذلك:

الجدول (3): معامل الثبات

الرقم	المجال	ثبات النّجاس	عدد الفقرات
البعد الأول: متطلبات التجارة الإلكترونية			
1	المجال الأول: المتطلبات المادية.	0.86	5
2	المجال الثاني: المتطلبات الفنية.	0.90	5
3	المجال الثالث: المتطلبات البشرية والتدريبية.	0.82	4
4	المجال الرابع: المتطلبات الإدارية والتشريعية.	0.89	5
البعد الثاني: الدفع الإلكتروني			
5	الدفع الإلكتروني.	0.81	5
	الكلّي	0.85	24

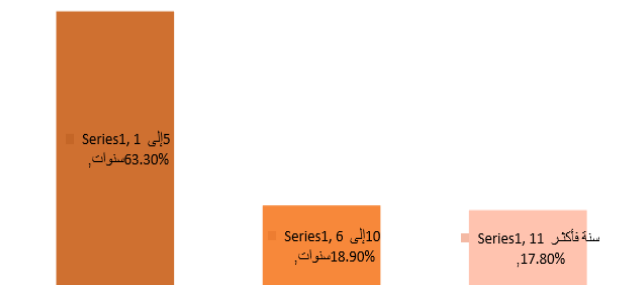
لأجل تحقيق أهداف الدراسة وأغراضها، طُورت استبانة مخصصة لهذا الغرض، هذا وتتمثل متغيرات الدراسة في تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية المتمثلة في: (المتطلبات المادية، الفنية، البشرية والتدريبية، الإدارية والتشريعية)، والمتغيرات الوسيطة المتمثلة في: (طبيعة الكلية "إنسانية/ علمية"، والفئة العمرية).

ويمكن تبين أنموذج الدراسة على النحو الآتي:



الشكل (3): أنموذج الدراسة

تُظهرُ بياناتُ الجدول (2) أنَّ النِّسبةَ الأعلى هي لذوي الخبرات المتدنية (1 إلى 5 سنوات)، بنسبة بلغت (63.3%)، يليهم ذوو الخبرات (6 إلى 10 سنوات) بنسبة بلغت (18.9%)، ومن ثمّ ذوو الخبرات (11 سنة فأكثر) بنسبة بلغت (17.8%). وبهذا فإنّ أغلبية عينة الدراسة من ذوي الخبرات المتدنية؛ وبهذا يجب استقطاب ذوي الخبرات المرتفعة؛ وذلك للاستفادة من خبراتهم في تطوير المتطلبات البشرية المتعلقة بتحسين التجارة الإلكترونية، هذا ويبين الشكل (2) هذه النسب.



الشكل (2): توزيع العينة من حيث الخبرة العملية

أداة الدراسة:

تُظهرُ بياناتُ الجدول (3) أنَّ معاملات الثبات والتجانس لأداة الدراسة ومجالاتها، مؤشرات كافية يمكن اعتمادها كأداة في الدراسة بصورتها النهائية، إذ ورد في الدراسات السابقة كمعيار للثبات؛ بلوغ معامل الثبات نسبةً أكبر من (60%)، وبناءً على ذلك تعدّ جميع معاملات الثبات المشار إليها في الجدول (3) أعلى من هذه النسبة. وقد بيّن (Miller, 2013)، بأنّه إذا كان معامل الثبات أكثر من (60%) يعدّ ثباتاً مرتفعاً، ومن هذا المنطلق تعدّ معاملات الثبات في هذه الدراسة عالية.

كما عرضت الدراسة على مجموعة من المحكمين في الجامعات الأردنية والقطاعات التربوية المتخصصة؛ للتأكد من صدق الأداة، ومن ثمّ تمّ توزيع الاستبانات على العيّنة المذكورة، كما فُرغت إجابات عينة الدراسة على جهاز الحاسوب، وحُلّت البيانات باستخدام نظام التحليل الإحصائي (SPSS, Ver24) (الإصدار الرابع والعشرون).

تصميم الدراسة ومتغيراتها:

عرض النتائج ومناقشتها:

تحتوي الاستبانة التي تم توجيهها لمجموعة من العاملين في مؤسسات الهايبرماركت بمدينة عمان، على مقياس "ليكرت" الخماسي، حسبما هو مبين في الجدول (4).

الجدول (4): مقياس ليكرت الخماسي

الرمز	درجة الاستجابة
5	بدرجة كبيرة جدًا
4	بدرجة كبيرة
3	بدرجة متوسطة
2	بدرجة قليلة
1	بدرجة قليلة جدًا

النتائج المرتبطة بالسؤال الأول:

سيتم عرض نتائج الدراسة بناءً على ترتيب أسئلتها، وهي على النحو الآتي:

نص هذا السؤال على: "ما مستوى توظيف متطلبات التجارة الإلكترونية من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان؟".

وللإجابة عن هذا السؤال تم إيجاد الوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب، الخاصة بتفاعل أفراد عينة الدراسة مع الفقرات المرتبطة بمجالات الدراسة الأربعة، والجدول (5) يوضح هذه النتائج.

الجدول (5): مجالات متطلبات التجارة الإلكترونية

الفقرة	المجال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
1	المجال الأول: المتطلبات المادية.	3.42	0.74	3	متوسطة
2	المجال الثاني: المتطلبات الفنية.	3.54	0.78	1	متوسطة
3	المجال الثالث: المتطلبات البشرية والتدريبية.	3.53	1.08	2	متوسطة
4	المجال الرابع: المتطلبات الإدارية والتشريعية.	3.38	0.90	4	متوسطة
	المجال الكلي	3.46	3.5		متوسطة

وهذه النتيجة تتطابق مع مخرجات دراسة (Shaath and Fleet, 2020)، إذ بينت هذه الأخيرة، أن مستويات تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية متوسطة، كما وتتطابق هذه النتيجة مع دراسة (Yang, 2017)، إذ بينت بأن مستوى التطبيق كان أيضًا متوسطًا. ويمكن عرض محاور الدراسة الأربعة: (المتطلبات المادية، والفنية، والبشرية والتدريبية، والإدارية والتشريعية) وفقًا للعرض الآتي:

المجال الأول: المتطلبات المادية:

يُظهر الجدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الاتفاق لكل فقرة في هذا المجال.

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على الدراسات السابقة الآتية: المتغير المستقل: (Shaath & Fleet, 2020)، (Yang, 2017). المتغير التابع: (Sonia & Zahaf, 2021)، (Ghazal et al., 2022).

وبناءً على الرموز المقترنة بالاستجابات المختلفة، تم احتساب المتوسط الحسابي للاستجابات بدافع الحكم على درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات الاستبانة، وذلك وفقًا للمعادلة الآتية:

طول الفئة = (الحد الأعلى للبدل - الحد الأدنى للبدل) ÷ عدد المستويات.

$$1.33 = 3 \div (1-5)$$

وبالتالي: المنخفض: من (1) أقل من (2.33)، المتوسط: من (2.33) أقل من (3.66).

المرتفع: من (3.66) إلى (5).

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق، بأن نتيجة توظيف متطلبات التجارة الإلكترونية من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.46)، لذا يجب وضع سياسات وإستراتيجيات لتحسين المتطلبات اللازمة لتطبيق مبادئ متطلبات التجارة الإلكترونية وتطويرها، كما يجب أيضًا تخصيص ميزانيات مالية لأجل ذلك. كما وأن المتوسط الحسابي لـ (المتطلبات الفنية) أكبر مقارنةً مع المجالات الأخرى، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.54)، وبدرجه أهمية متوسطة، تليها (المتطلبات البشرية) بمتوسط حسابي مقداره (3.53)، وبدرجة أهمية متوسطة، تليها (المتطلبات المادية) بمتوسط حسابي مقداره (3.42)، وبدرجه أهمية متوسطة، تليها (المتطلبات الإدارية والتشريعية)، بمتوسط حسابي مقداره (3.38).

الجدول (6): المتطلبات المادية

الفقرة	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	(الترتيب)	درجة الموافقة
1-	تقوم مؤسسة الهايبرماركت بتطوير أجهزة الحاسوب؛ لتواكب المتطلبات والاحتياجات المرتبطة بتطبيق التواصل مع البنوك المصرفية.	3.56	0.61	3	متوسطة
2-	تمتاز الأجهزة المستخدمة بقدرة تخزينية ملائمة تعتمد لتحقيق متطلبات التجارة الإلكترونية.	3.75	0.91	1	مرتفعة
3-	تستخدم مؤسسة الهايبرماركت أجهزة حديثة ذات سرعة مناسبة، ومواصفات جيدة، تتناسب مع متطلبات التجارة الإلكترونية.	3.09	0.92	5	متوسطة
4-	تتوافق الأجهزة الملحقة بالحواسيب وشبكة الإنترنت مع تطبيق مبادئ التجارة الإلكترونية.	3.12	0.75	4	متوسطة
5-	تحصل مؤسسة الهايبرماركت على كل ما هو جديد من أجهزة؛ لتحسين تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية بمؤسسات الهايبرماركت.	3.59	0.55	2	متوسطة
	المجال الكلي	3.42			متوسطة

يتضح من خلال بيانات الجدول (6) نتيجة وتباين المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بمجال: "الاحتياجات المادية". إذ تتراوح ما بين (3.09 - 3.75)، ويظهر الجدول (6) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول هذا المجال، قد بلغ (3.42)، "درجة متوسطة"، وقد حصلت الفقرة (2) على أعلى متوسط حسابي (3.750)، بانحراف معياري مقداره (0.915) (درجة مرتفعة)، والتي تنص على: "تمتاز الأجهزة المستخدمة بقدرة تخزينية ملائمة تعتمد لتحقيق متطلبات التجارة الإلكترونية"، تلتها الفقرة (5) التي تنص على: "تحصل مؤسسة الهايبرماركت على كل ما هو جديد من أجهزة؛ لتحسين تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية بمؤسسات الهايبرماركت"، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.59) وبدرجة متوسطة.

المجال الثاني: المتطلبات الفنية:

يبين الجدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لكل فقرة من فقرات هذا المجال.

الجدول (7): المتطلبات الفنية

الفقرة	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	(الترتيب)	درجة الموافقة
6.	يتوفر لدى مؤسسة الهايبرماركت قاعدة بيانات ومعلومات رئيسية كبيرة.	3.78	0.79	2	مرتفعة
7.	توجد لدى مؤسسة الهايبرماركت برامج أمنية لحماية المعلومات من الاختراق والفيروسات.	3.87	0.75	1	مرتفعة
8.	توفر مؤسسة الهايبرماركت أحدث الإصدارات من الأنظمة اللازمة لتطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية.	3.56	0.80	3	متوسطة
9.	تتوافر البرمجيات التي يحتاجها العاملون باستمرار حتى يتم تطبيق مبادئ التجارة الإلكترونية.	3.28	0.63	4	متوسطة
10.	توفر مؤسسة الهايبرماركت كل ما هو جديد فيما يتعلق بالتقنيات والبرمجيات؛ لتحسين تطبيق مبادئ متطلبات التجارة الإلكترونية.	3.03	0.82	5	متوسطة
	المجال الكلي	3.54			متوسطة

مبادئ متطلبات التجارة الإلكترونية"، فقد جاء متوسطها الحسابي أقل من غيرها، حيث بلغ (3.03)، بانحراف معياري مقداره (0.82) (بدرجة متوسطة)؛ وهذا يدل على قيام مؤسسة الهايبرماركت بكل ما هو جديد فيما يتعلق بالحصول على التقنيات والبرمجيات، إلا أنه دون المستوى المطلوب؛ لذلك يجب القيام بتخصيص ميزانيات لأجل توفير المتطلبات التقنية والبرمجية اللازمة؛ للاستفادة من المزايا التي يوفرها تطبيق التجارة الإلكترونية.

المجال الثالث: المتطلبات البشرية والتدريبية:

يمثل الجدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لكل فقرة من فقرات هذا المجال.

تراوح المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمجال الثاني: (المتطلبات الفنية)، ما بين (3.03-3.87)، ويظهر الجدول (7) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول هذا المجال، قد بلغ (3.54)، "بدرجة متوسطة"، وأن متوسط الانحراف المعياري قد بلغ (0.78)، وأن الفقرة (7) قد حصلت على أعلى متوسط حسابي (3.87)، وبانحراف معياري مقداره (0.75) "بدرجة مرتفعة"، والتي تنص على: "يوجد لدى مؤسسة الهايبرماركت برامج آمنة لحماية المعلومات من الاختراق والفيروسات"، تلتها الفقرة (6) التي تنص على: " يتوفر لدى مؤسسة الهايبرماركت قاعدة بيانات ومعلومات رئيسية كبيرة"، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.78) وبدرجة متوسطة.

وفيما يتعلق بالفقرة (10) التي تنص على: "توفر مؤسسة الهايبرماركت كل ما هو جديد فيما يتعلق بالتقنيات والبرمجيات؛ لتحسين تطبيق

الجدول (8): المتطلبات البشرية والتدريبية

الفقرة	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	(الترتيب)	درجة الموافقة
11.	يوجد لدى مؤسسة الهايبرماركت قسم خاص للتطوير الأنظمة المرتبطة بالتجارة الإلكترونية.	043.	1.19	2	متوسطة
12.	توفر مؤسسة الهايبرماركت التدريب المناسب للمختصين بتطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية.	633.	0.89	3	متوسطة
13.	تقوم مؤسسة الهايبرماركت بالاستفادة من ذوي الخبرات المرتفعة في تطوير وتحديث تطبيق التجارة الإلكترونية.	823.	0.97	4	متوسطة
14.	تقيم مؤسسة الهايبرماركت كفاءة متطلبات التجارة الإلكترونية من قبل متخصصين.	4.09	1.27	1	مرتفعة
	المجال الكلي	3.53			متوسطة

وفيما يتعلق بالفقرة (13) التي تنص على: "تقوم مؤسسة الهايبرماركت بالاستفادة من ذوي الخبرات المرتفعة؛ لتطوير وتحديث تطبيق التجارة الإلكترونية"، فقد جاء متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (3.28)، بانحراف معياري مقداره (0.97) (بدرجة متوسطة). وهذا يدل على أن الاستفادة من ذوي الخبرات المرتفعة للتطوير والتحديث جيد، إلا أنه ليس بالمستوى المرجو؛ لذا يجب أخذ ذلك بالحسبان عند وضع إستراتيجيات تطويرية جديدة.

المجال الرابع: المتطلبات الإدارية والتشريعية

يبين الجدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لكل فقرة من فقرات هذا المجال.

تراوح المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة عن العبارات المتعلقة بمجال المتطلبات البشرية والتدريبية ما بين (3.28-4.09)، ويظهر الجدول (8) أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بهذا المجال قد بلغ (3.478)، "بدرجة متوسطة"، وأن الفقرة (14) حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.09)، وبانحراف معياري مقداره (1.27) (بدرجة مرتفعة)، حيث نصت على: "تقيم مؤسسة الهايبرماركت كفاءة متطلبات التجارة الإلكترونية من قبل متخصصين"، تلتها الفقرة (11) التي تنص على: "يوجد لدى مؤسسة الهايبرماركت قسم خاص لتطوير الأنظمة المرتبطة بتطوير مبادئ التجارة الإلكترونية"، حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.40)، وبانحراف معياري مقداره (1.19)، وبدرجة متوسطة.

الجدول (9): المتطلبات الإدارية والتشريعية

الفقرة	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	(الترتيب)	درجة الموافقة
15.	تشجع الإدارة تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية من خلال تخصيص ميزانيات مالية لأجل ذلك.	3.64	0.91	1	متوسطة
16.	تسهل الإدارة عملية التواصل بشكل مستمر مع البنوك لتسهيل العمليات المرتبطة بتطبيق التجارة الإلكترونية.	3.53	0.98	2	متوسطة

17.	تشجع الإدارة عمليات البحث والتطوير المرتبط بتطبيق مبادئ التجارة الإلكترونية.	3.34	0.95	3	متوسطة
18.	تعقد مؤسسة الهايبرماركت شراكات مع شركات ومراكز بحوث مرموقة.	3.24	0.88	4	متوسطة
19.	تطور مؤسسة الهايبرماركت التشريعات واللوائح المرتبطة بتطبيق متطلبات والتجارة الإلكترونية.	3.17	0.79	5	متوسطة
	المجال الكلي	3.38			متوسطة

وأما فيما يتعلق بالفقرة (19) التي تنص على: "تطور مؤسسة الهايبرماركت التشريعات واللوائح المرتبطة بتطبيق متطلبات والتجارة الإلكترونية"، كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات، حيث بلغ (3.17)، بانحراف معياري مقداره (0.79) (بدرجة متوسطة). وهذا يدل على أن مؤسسة الهايبرماركت مستفيدة من ذلك، لكن هذا يبقى دون المستوى المطلوب، لذلك يجب أخذ ذلك بالحسبان لتحقيق الاستفادة القصوى منه.

المجال الخامس: الدفع الإلكتروني:

يمثل الجدول (10) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة موافقة كل فقرة من فقرات هذا البُعد.

يُظهر الجدول (9) بأن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بمجال المتطلبات "الإدارية والتشريعية"، كان مترواحاً ما بين (3.64-3.17)، كما يبين الجدول (9) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بهذا المجال قد بلغ (3.38)، "بدرجة متوسطة" وبلغ الانحراف المعياري العام (0.90)، وأن الفقرة (15) قد تحسّلت على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (3.64)، وبانحراف معياري مقداره (0.91)، (بدرجة متوسطة)، والتي تنص على: "تشجع الإدارة تطبيق مبادئ التجارة الإلكترونية من خلال تخصيص ميزانيات مالية لأجل ذلك"، تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة (16) التي تنص على: "تسهل الإدارة عملية التواصل بشكل مستمر مع البنوك لتسهيل العمليات المرتبطة بتطبيق التجارة الإلكترونية"، الذي بلغ (3.53)، بانحراف معياري مقداره (0.98).

الجدول (10): مجال الدفع الإلكتروني

الفقرة	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	(الترتيب)	الأهمية النسبية
20.	تُعاني مؤسسات الهايبرماركت من عدم وجود منصة مشتركة فيما يتعلق بالدفع الإلكتروني ما بين البنوك الأردنية.	3.06	0.997	4	متوسطة
21.	تُعاني مؤسسات الهايبرماركت من الكثير من التحديات المرتبطة بالأمان وهجمات المتسللين والفايروسات.	3.33	0.983	3	متوسطة
22.	تُعاني مؤسسات الهايبرماركت من عدم توسع الزبائن في استخدام الدفع الإلكتروني؛ للخوف من المخاطر المترتبة على استخدامها.	3.77	0.872	1	مرتفعة
23.	عدم الاستخدام بكثرة من قبل الزبائن نتيجة قلة الوعي بفوائد ومزايا التقنيات الحديثة المرتبطة بالدفع الإلكتروني.	3.36	0.978	2	متوسطة
24.	ضعف في البنية التحتية المرتبطة بضعف الإنترنت، وقلة أجهزة الحماية من الهكرز والمحتالين الإلكترونيين.	2.57	1.122	5	متوسطة
	الكلي	3.21			متوسطة

بفوائد ومزايا التقنيات الحديثة المرتبطة بالدفع الإلكتروني"، حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.36)، بانحراف معياري مقداره (0.978) (بدرجة متوسطة).

أما فيما يتعلق بالفقرة (24) التي تنص على: "ضعف في البنية التحتية المرتبطة بضعف الإنترنت وقلة أجهزة الحماية من الهكرز والمحتالين الإلكترونيين"، جاءت في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا المجال، إذ كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (2.57) بانحراف معياري مقداره (1.122) (بدرجة متوسطة)، وبهذا يجب تحسين البنية التحتية المرتبطة بضعف الإنترنت، والحصول على برامج الحماية المتطورة، وتفعيل قسم متخصص لإدارة الأمن السيبراني، تجمع

تباينت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالدفع الإلكتروني ما بين (3.77-2.57)، كما ويبين الجدول (10) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول المجال المرتبط بالدفع الإلكتروني، بلغ (3.21)، "بدرجة متوسطة"، وأن متوسط الانحراف المعياري بلغ (0.990)، وأن الفقرة (22) حصلت على أعلى متوسط حسابي، إذ بلغ متوسطها (3.77)، وبانحراف معياري مقداره (0.872) (بدرجة متوسطة)، والتي تنص على: "تُعاني مؤسسات الهايبرماركت من عدم توسع الزبائن في استخدام الدفع الإلكتروني للخوف من المخاطر المترتبة على استخدامها"، تلتها الفقرة (23) التي تنص على: "عدم الاستخدام بكثرة من قبل الزبائن نتيجة قلة الوعي

النتائج المرتبطة بالسؤال الثاني:

نصّ هذا السؤال على الآتي: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقديرات توظيف متطلبات التجارة الإلكترونية في مؤسسات الهايبرماركت في العاصمة عمان تبعاً لمتغيري: النوع الاجتماعي أو المؤهل العلمي، وفقاً لاستجابات عاملها؟"

أ- النوع الاجتماعي:

استُخدم اختبار (t) للعينات المستقلة وسيلةً للإجابة عن هذا السؤال، ويوضح الجدول (11) ذلك.

الجدول (11): النوع الاجتماعي ومتطلبات التجارة الإلكترونية

مستوى الدلالة	قيمة t	إناث (ن = 63)		ذكور (ن = 122)		النوع الاجتماعي المجال
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.79	0.91	0.45	4.48	0.45	4.33	المجال الأول: المتطلبات المادية.
0.50	0.61	0.41	4.26	0.55	4.15	المجال الثاني: المتطلبات الفنية.
0.84	0.45	0.60	3.81	0.57	3.91	المجال الثالث: المتطلبات البشرية.
0.17	0.67	0.48	3.93	0.86	3.75	المجال الرابع: المتطلبات الإدارية والتشريعية.

متشابهة بين الجنسين إلى حدٍ بعيد، وهذه النتيجة تتطابق مع ما توصلت إليه دراسة (Shaath and Faleetm, 2020)، إذ بينت عدم وجود فروق فيما يتعلق بمتغير النوع الاجتماعي.

ب- الخبرة العملية:

لصياغة إجابة عن التساؤل الثالث، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، والجدول (12) يبين ذلك.

الجدول (12): الخبرة العملية ومتطلبات التجارة الإلكترونية

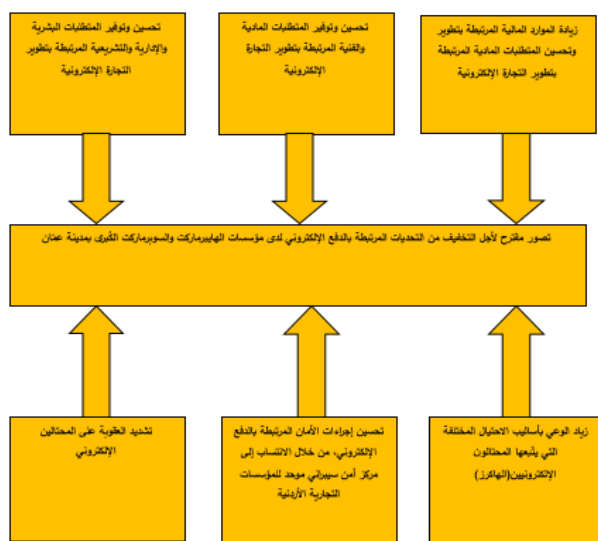
الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجالات
0.13	3.21	0.54	1	1.63	بين المجموعات	المجال الأول: المتطلبات المادية.
		0.16	183	4.73	داخل المجموعات	
			184	6.36	المجموع	
0.85	0.25	1.05	1	0.21	بين المجموعات	المجال الثاني: المتطلبات الفنية.
		0.27	183	7.62	داخل المجموعات	
			184	7.83	المجموع	
0.11	1.22	0.40	1	1.21	بين المجموعات	المجال الثالث: المتطلبات البشرية.
		0.328	183	9.19	داخل المجموعات	
			184	10.40	المجموع	
0.65	0.55	0.31	1	0.95	بين المجموعات	المجال الرابع: المتطلبات الإدارية والتشريعية.
		0.57	183	16.11	داخل المجموعات	
			184	17.06	المجموع	

وهذه النتائج تظهر عدم وجود اختلافات للتقديرات، فيما يتعلق بمستوى متطلبات التجارة الإلكترونية، راجعة لمتغير الجنس: (ذكور، إناث)، أو الخبرة العملية، وفقاً لاستجابات العاملين لدى مؤسسات الهايبر ماركت بمدينة عمان؛ وهذه النتيجة تتطابق مع ما توصلت إليه دراسة (Shaath and Faleet, 2020) فيما يتعلق بمتغير الخبرة العملية. النتائج المرتبطة بالسؤال الثالث: هل يوجد أثر لتطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان؟ للإجابة عن هذا التساؤل تم القيام بإجراء تحليل الانحدار المتعدد، والجدول (13) يبين ذلك.

الجدول (13): أثر تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني

مستوى الدلالة الكلي (Sig)	Df درجة الحرية	F المحسوبة	R2 معامل التحديد	R معامل الارتباط	المتغير التابع	معاملات الانحدار			
						Sig	t	β	المتغيرات المستقلة (متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية)
*0.000	314	176.884	0.695	0.834	وسائل الدفع الإلكتروني	*0.001	1.236	0.057	المجال الأول: المتطلبات المادية.
						*0.004	1.651	0.076	المجال الثاني: المتطلبات الفنية.
						*0.000	5.218	0.275	المجال الثالث: المتطلبات البشرية.
						*0.000	8.958	0.503	المجال الرابع: المتطلبات الإدارية والتشريعية.

النتائج المرتبطة بالسؤال الرابع: ما هو التصور المقترح لأجل التخفيف من حدة التحديات المرتبطة بالدفع الإلكتروني وفقاً لتوجهات العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بمدينة عمان؟ من خلال الرجوع إلى الأدب النظري، وكذلك من خلال القيام بالدراسة التحليلية المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية؛ تبين أن التخفيف من التحديات مرتبط بشكل أساسي ببرامج الحماية، وكذلك بزيادة الوعي المرتبطة بأساليب الاحتيال التي يتبعها المحتالون، وكذلك بإدارة الأمن السيبراني، ويمكن تبين هذه المقترح وفقاً للشكل الآتي ذي الرقم (4):



الشكل 4: تصور المقترح لأجل التخفيف من حدة التحديات المرتبطة بالدفع الإلكتروني

يُشير الجدول (12) إلى أن قيمة (مستوى الدلالة) أكبر من (0.05)، وبما أن قاعدة القرار تُظهر بأنه في حال كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05)، فإنه لا توجد فروقات بين العاملين، وبهذا يتبين لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ ، (مستوى متطلبات التجارة الإلكترونية راجع لمتغير الخبرة العملية، وفقاً لاستجابات العاملين لدى مؤسسات الهايبر ماركت بمدينة عمان). ومرد ذلك أن أغلبية عينة الدراسة ذوو خبرات متساوية (1 إلى 5 سنوات)، وبهذا فهم يمتازون بمستويات متقاربة، ولا توجد فروق كبيرة في استجاباتهم فيما يتعلق بمستوى التطبيق؛ وهذه النتيجة تتطابق مع ما توصلت إليه دراسة (Shaath and Faleet, 2020)، إذ بينت عدم وجود فروق فيما يتعلق بمتغير الخبرة.

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$

لبيان وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين المتغيرات، تمت مقارنة مستوى الدلالة للاختبار مع مستوى الدلالة المعتمد بالدراسة، ويبين الجدول أن مستوى الدلالة (Sig) بلغ (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة وقيمتها (0.05)، وبهذا فإنه يقبل التساؤل الإيجابي والمتمثل بوجود أثر تطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني، من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان، وهذه النتيجة تتوافق وتتقاطع مع ما توصلت إليه دراسة (Sumanjeet, 2019) إذ بينت وجود أثر ما بين المتغيرين؛ وبهذا وبشكل أوضح، فإنه كلما تحسنت متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية؛ انعكس بآثاره الإيجابية على وسائل الدفع الإلكتروني؛ والعكس صحيح.

وهذه النتيجة تظهر وجود أثر لتطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية على وسائل الدفع الإلكتروني، من وجهة نظر العاملين بمؤسسات الهايبرماركت بالعاصمة عمان، وبهذا فإنه كلما تحسن الاهتمام بتطبيق متطلبات التجارة الإلكترونية؛ انعكس ذلك بالإيجاب على وسائل الدفع الإلكتروني، والعكس صحيح، وهذه النتيجة تتقاطع مع ما توصلت إليه دراسة (Sumanjeet 2019)، إذ بينت وجود أثر ما بين متغيرات الدراسة.

وتظهر هذه التوصيات التركيز على جوانب متعددة للتجارة الإلكترونية؛ مما يعزز أهمية التفاعل المتنوع والتكاملي لتحقيق التحسين في هذا القطاع.

References:

1. Abdel Fattah, N. (2020). Ways to promote e-commerce in the Palestinian Economy. *First International Conference on Business and Information Technology*, Website: <https://papers.ssrn.com>, Accessed 26/5/2023.
2. Abu Fara, Y. (2015). *E-marketing*. Dar Wael for Publishing and Distribution.
3. Al-Hasnawi, S. S. R. (2007). Arab e-commerce - metrics and features. *AL-Qadisiyah Journal for Administrative and Economic sciences*, 9(4), 50-68.
4. Al-Janabi, L. (2017). *The effectiveness of national and international laws in combating cybercrime*. <https://www.ssrcaw.org>, accessed 26/5/2023.
5. Al-Siddiq, A. M. A., & Khairi, A. A. A. (2009). *The role of e-commerce in establishing e-government infrastructure* (Doctoral dissertation, Sudan University of Science and Technology).
6. Badr, M. (2020). The reality of security and confidentiality of electronic information in Palestine Banks. *International Conference on Information and Business ICITB2020*, 1, 1-25.
7. Bin Al-Walid, F., & Nahar, L. (2022). The challenges of e-commerce and its impact on marketing activity during the Corona Pandemic. The e-commerce portal in the State of Qatar as a model,
8. Ghazal, T. M., Al Hamadi, H., Umar, N. M., Gollapalli, M., Zubair, M., Adnan K. M., & Yeob, Y. C. (2022). Supervised machine learning empowered multifactorial genetic inheritance disorder prediction. *Computational Intelligence and Neuroscience*.
9. Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The influence of e-payment and e-commerce services on supply chain performance: Implications of open innovation and solutions for the digitalization of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 119-133.
10. Koushi, H., Qadi, A., (2022). Diagnosing the reality of e-commerce in Algeria: E-commerce as an incentive for the use of bank cards, *New Economy Magazine*, website: <https://www.asjp.cerist.dz>, accessed 25/5/2023
11. Miller, D. (2013) *Measurement by the physical educator, Why and how*, (3rd ed.). Brown Communication, INC.

يُمكن التقليل من المخاطر من خلال زيادة الوعي، والبرامج المتطورة المرتبطة بكشف السرقات الإلكترونية، وكذلك تشديد العقوبة، وسنّ تشريعات رادعة للمحتالين الإلكترونيين (الهاكرز)، وعليه تظهر هذه النتيجة، بأنّ التصور المقترح لأجل التخفيف من الصعوبات المرتبطة بالتحديات التي تتعلّق بالدفع الإلكتروني، تتمثّل بزيادة الوعي، وبالبرامج المتطورة المرتبطة بكشف السرقات الإلكترونية؛ وكذلك بتشديد العقوبة.

التوصيات

توصيات الدراسة تعكس استنتاجاتها وتقديمها للإجراءات والتدابير المقترحة لتحسين مستوى وفعالية التجارة الإلكترونية، بمؤسسات الهايبرماركت في مدينة عمان:

1. وضع سياسات وإستراتيجيات:

- هذه التوصية تعزّز الحاجة إلى وضع سياسات وإستراتيجيات مُحكمة؛ لتطوير متطلبات ريادة التجارة الإلكترونية، ويمكن أن تشمل هذه متطلبات مادية وفنية وبشرية وإدارية وتشريعية. فالتخصيص المالي لتحقيق هذه الأهداف يعزّز إمكانية تحقيق التحسين.

2. تحسين مهارات العاملين:

- يُشير التركيز على تطوير مهارات العاملين في مجال التجارة الإلكترونية، إلى أهمية توفير التدريب والدورات المتخصصة، ممّا يعزز فهمهم للتكنولوجيا، ويساهم في تحسين أدائهم في تنفيذ التجارة الإلكترونية.

3. استقطاب الكوادر المؤهلة:

- التركيز على استقطاب كوادر بشرية ذات خبرة في مجال تطوير تجارة إلكترونية، ممّا يعكس أهمية جذب الموظفين المؤهلين لتحسين هذا القطاع وتطويره.

4. تحسين إجراءات الأمان:

- التركيز على تعزيز إجراءات الأمان للدفع الإلكتروني، يعكس الاهتمام من خلال حماية المعلومات المالية للعملاء، وتعزيز الثقة في استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.

5. تتبّع المحتالين الإلكترونيين:

- التركيز على متابعة المحتالين الإلكترونيين ومكافحتهم، ممّا يُظهر التفهم للتحديات الأمنية، ويسلط الضوء على الحاجة إلى تكنولوجيا الأمان؛ للوقاية من هذا النوع من التهديدات.

6. زيادة الأبحاث:

- زيادة الأبحاث المتعلقة بموضوع الدراسة، تعزز فهمًا أعمق لتحديات التجارة الإلكترونية وفرصها، وتساهم في تحديد الاتجاهات المستقبلية، وتحسين الممارسات.

- Development. <https://www.asjp.cerist.dz>, accessed 26/5/2023.
14. Sumanjeet, S. (2019). Emergence of payment systems in the age of electronic commerce. *Global Journal of International Business Research*, 2(2), 1-25.
15. Yang, W. (2017), *Analysis on online payment systems of e-commerce*, Unpublished Latter, Oulu University, <https://core.ac.uk>.
16. Yulandari, F., & Wibowo, F. (2018). A review of e-payment system in e-commerce. *IOP Publishing Journal*, 10(40), 1-7.
12. Shaath, M., & Faleet, A. (2020). *E-commerce course by activating self-employment via the Internet from the academic's point of view who are working in the Gaza Strip*. Published research, website: <https://www.semanticscholar.org>, accessed date: 25/5/2023.
13. Sonia, A., & Zahaf, p. (2021). The contribution of Covid-19 to the prosperity of e-commerce to compete with traditional trade. *Journal of Investment, Finance and Sustainable*