

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص ماجستير إدارة أعمال



عنوان البحث

اثر انظمة الدفع الإلكترونية على زيادة الربحية؛ دراسة حالة

شركة ابل

إعداد الطالب/

دلال سعيد العربي

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد محمد حسن

د. فايز علي جرّاد

العام الدراسي؛

2024

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح تأثير استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية على ربحية شركة أبل من خلال تحليل تأثيرها على حجم المبيعات، تكاليف المعاملات، ولاء العملاء، وفرص التوسع في الأسواق الجديدة، تم جمع البيانات من عينة مكونة من 110 مشاركين باستخدام استبيانات إلكترونية، وتم تحليلها باستخدام اختبار كاي-تربيع (Chi-Square Test) لتحديد العلاقات ذات الدلالة الإحصائية بين المتغيرات.

أظهرت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية قوية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وزيادة حجم المبيعات في شركة أبل، التحليل الإحصائي أظهر قيمة كاي-تربيع بلغت 66.3 وقيمة P أقل من 0.05، مما يؤكد أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية، هذا يعني أن العملاء يجدون سهولة وراحة أكبر في الشراء باستخدام هذه الأنظمة، مما يعزز من حجم المبيعات.

كما تبين أن هناك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتكاليف المعاملات، بلغت قيمة كاي-تربيع 82.3 مع قيمة P أقل من 0.05، فقد أثبتت الدراسة أن أنظمة الدفع الإلكترونية تلعب دورًا كبيرًا في تعزيز الربحية وتحقيق النمو المستدام لشركة أبل، من خلال تحسين تجربة العملاء، تقليل التكاليف، وتعزيز الولاء، تساهم هذه الأنظمة في تحقيق مزايا تنافسية كبيرة للشركة، مع استمرار الاستثمار في تطوير هذه الأنظمة والتكيف مع التحديات المستقبلية، يمكن لشركة أبل تحقيق مستويات أعلى من النجاح في الأسواق العالمية.

وتوصى الدراسة بضرورة الاستمرار في تحسين وتطوير أنظمة الدفع الإلكترونية لضمان تجربة سلسة وأمنة للعملاء.

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والذي أمدني بالقوة والعزيمة لإتمام هذه الدراسة، فلا يسعني في نهاية هذا العمل إلا أن أتوجه بخالص الشكر وعظيم الامتنان لكل من ساهم في دعمي ومساندتي خلال فترة إعداد هذا البحث.

أود أن أعبر عن خالص شكري وتقديري لأستاذي الفاضل \$\$\$\$\$، الذي لم ييخل عليّ بنصائحه القيمة وتوجيهاته السديدة، وكان له الفضل الأكبر في إخراج هذا العمل إلى النور، شكراً جزيلاً له على دعمه المستمر وصبره الكريم خلال كافة مراحل إعداد البحث.

كما أتوجه بالشكر إلى إدارة جامعة ميدأوشن وكل القائمين على هذا الصرح العلمي الكبير، لما قدموه لي من تسهيلات وإمكانات ساعدتني في تحقيق أهداف هذه الدراسة.

ولا أنسى أن أقدم عميق الشكر والتقدير لأفراد عائلتي الأعزاء، والدي ووالدتي، على دعمهم المستمر وتشجيعهم لي في كل خطوة خطوتها، فقد كانوا دائماً مصدر إلهامي وقوتي في مواجهة التحديات والصعوبات.

كما أود أن أعبر عن امتناني لأصدقائي وزملائي الذين شاركوني رحلتي الأكاديمية، وكانوا عوناً لي بتبادل الأفكار والملاحظات المفيدة.

وأخيراً، لا يسعني إلا أن أشكر كل من شارك في الاستبيانات وأبدى تعاوناً خلال جمع البيانات، فبدون مساعدتهم ما كان لهذا البحث أن يرى النور.

جزيل الشكر والامتنان للجميع، وأسأل الله العلي القدير أن يوفقنا جميعاً لما فيه الخير والسداد.

الفهرس

المحتويات	الصفحة
الفصل الاول: الاطار العام للدراسة	
المقدمة	6
مشكلة الدراسة	9
اهمية الدراسة	9
تساؤلات الدراسة	11
فروض الدراسة	11
الفصل الثاني؛ الدراسات السابقة والاطار النظري	
الدراسات السابقة	14
المنطلقات النظرية للدراسة	26
الفصل الثالث: المنهجية	
المنهجية وطرق الدراسة	49
ادوات الدراسة	50
الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية	
الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	53
ادوات الدراسة	54
التحليل الاحصائي	63
اهم النتائج	71
الخاتمة	71
المراجع	74
الملاحق	78

الفصل الاول

الاطار العام للدراسة

المقدمة؛

التكنولوجيا مقوم اساسي في حياتنا اليومية، وذلك بسبب التطورات الكبيرة في التكنولوجيا والحداثة الرقمية، وقد أدى هذا التطور التكنولوجي إلى تغييرات جذرية في كيفية إدارة الأعمال والتعامل مع المعاملات المالية، أحد أبرز هذه التطورات هو ظهور أنظمة الدفع الإلكترونية، التي اصبحت شيئاً مؤثراً في التجارة العالمية، حيث تساعد هذه الأنظمة الشركات في تقديم خدمات دفع مرنة وسريعة لعملائها، مما يزيد من راحتهم ويعزز ولائهم، ومن بين الشركات التي تبنت هذه التقنية وحققَت نجاحاً ملحوظاً بفضلها هي شركة أبل.

تُعد شركة أبل من اكبر الشركات الرائدة عالمياً في مجال التكنولوجيا والابتكار، منذ تأسيسها في عام 1976، واصلت أبل تقديم منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة غيرت وجه الصناعة التكنولوجية، إحدى هذه الخدمات المبتكرة هي خدمة Apple Pay، التي أطلقتها الشركة في عام 2014، تعتبر Apple Pay نظام دفع إلكتروني متقدم يتيح للمستخدمين إجراء المعاملات المالية بسهولة وأمان باستخدام أجهزة أبل مثل الآيفون، والآيباد، وساعة أبل، تعتمد هذه الخدمة على تقنيات متقدمة مثل التواصل القريب (NFC) والتعرف على الهوية البيومترية لتأمين المعاملات. (Apple, n.d.)

فقد مثل إعلان أبل عن خدمة Apple Pay خطوة استراتيجية بارزة في مجال الدفع الإلكتروني، حيث تهدف الشركة إلى تغيير مناظر السوق وتحديث أساليب التعامل المالي، حيث تعد هذه الخدمة جزءاً من التحول الرقمي الذي يجتذب المزيد من المستخدمين نحو استخدام الهواتف الذكية كوسيلة للدفع الآمنة والفعالة، يتيح Apple Pay للمستخدمين إجراء المعاملات ببصمة الإصبع أو عبر التقنية اللاسلكية NFC، مما يعزز من تجربة الدفع بسلاسة وأمان عالي. (betterthatcash, n.d.)

المحفظة الإلكترونية المدمجة في iPhone و Apple Watch ليست فقط وسيلة للدفع، بل هي أيضاً عنصر رئيسي في استراتيجية أبل للتفاعل المباشر مع البنوك وشبكات البيع التجزئي والعلامات التجارية الكبرى، هذا التفاعل يفتح أفقاً جديداً لتحديث معايير الدفع المتنقلة وتعزيزها، مما يضع أبل في موقع ريادي في هذا المجال المتنامي. (Roemmele, 2018)

تسعى الشركات الضخمة مثل Google و Facebook و Microsoft و PayPal و Amazon إلى الانضمام إلى سوق الدفع الرقمي، حيث يمكن أن تقدم كل منها حلولاً مبتكرة لتغيير نماذج الأعمال القائمة وتكريس الابتكار في هذا المجال، قد تشمل هذه الحلول التحالفات الاستراتيجية والشراكات لتعزيز التنافسية وتعزيز تجربة المستخدم في الدفع الرقمي.

الأهمية الكبرى لهذه الخطوات تكمن في تحسين تجربة المستخدم ودعم بيئة دفع آمنة ومبتكرة، مما يدعم الابتكار والتطوير في القطاع المالي الرقمي، من المتوقع أن تؤثر هذه الخدمات الجديدة على استخدامات النقود الورقية والنقدية التقليدية، وتعزز من انتشار الدفع الإلكتروني كبديل مرغوب وآمن في العمليات المالية اليومية. (Roemmele, 2018)

تحظى أنظمة الدفع الإلكترونية بأهمية كبيرة في السوق الحديثة، فهي لا تسهم فقط في جعل العمليات التجارية أكثر سهولة بل تساعد أيضًا الشركات على زيادة ربحيتها بطرق متعددة، تمكن هذه الأنظمة الشركات من تحسين تجربة العملاء، وزيادة حجم المبيعات، وتقليل التكاليف المرتبطة بمعالجة المدفوعات التقليدية، بالإضافة إلى ذلك، تتيح أنظمة الدفع الإلكترونية للشركات التوسع في أسواق جديدة، مما يزيد من قاعدة عملائها ويعزز من إمكانيات النمو المستقبلي. (Mustapha, 2018)

من خلال دراسة حالة شركة أبل، يمكننا فهم كيف أن تبني أنظمة الدفع الإلكترونية يمكن أن يؤدي إلى زيادة الربحية بشكل ملحوظ، توفر Apple Pay مثالاً حياً على طريقة اعتماد تقنيات التكنولوجيا لزيادة الكفاءة التشغيلية ونمو الإيرادات، بفضل هذه الخدمة، فقد تمكنت أبل من تقديم تجربة مستخدم فريدة وآمنة، مما ساعد في بناء ولاء قوي بين عملائها، ولاء العملاء هذا يترجم إلى تكرار الشراء وزيادة الإيرادات، وهو ما ينعكس إيجاباً على ربحية الشركة.

تعد الراحة والأمان من أهم المقومات التي تجعل أنظمة الدفع الإلكترونية جذابة للعملاء، توفر Apple Pay عملية دفع سلسلة وسريعة، حيث يمكن للمستخدمين إتمام المعاملات بنقرة واحدة أو من خلال استخدام بصمة الإصبع أو التعرف على الوجه، هذا المستوى من السهولة والأمان يعزز من تجربة المستخدم ويجعل عملية الشراء أكثر متعة وأقل تعقيداً، بالإضافة إلى ذلك، تستخدم Apple Pay تقنيات تشفير متقدمة لحماية بيانات المستخدمين ومنع الاحتيال، مما يزيد من ثقة العملاء في النظام.

إلى جانب زيادة حجم المبيعات وتعزيز ولاء العملاء، كما تعمل نظم الدفع الإلكترونية أيضًا في تقليل تكاليف العمليات المالية، العمليات النقدية التقليدية تتطلب تكاليف مرتبطة بمعالجة النقد، والنقل، والأمان، بالمقابل، تقلل أنظمة الدفع الإلكترونية من هذه التكاليف بشكل كبير، مما يؤدي إلى تحسين هامش الربح، في حالة أبل، ساعدت Apple Pay الشركة على تقليل التكاليف المتعلقة بمعالجة المدفوعات.

ومع ذلك، فإن تطبيق أنظمة الدفع الإلكترونية ليس خاليًا من التحديات، تشمل هذه التحديات القضايا الأمنية المتعلقة بحماية بيانات العملاء ومنع الاحتيال، على الرغم من أن Apple Pay تعتمد على تقنيات متقدمة للأمان، تظل الحاجة إلى تحديث الأنظمة وتحسينها مستمرة، بالإضافة إلى ذلك، تتطلب هذه الأنظمة بنية تحتية قوية وتوافق مع الشركاء والبنوك والمزودين، مما يشكل تحديًا إضافيًا للشركة.

لتجاوز هذه العقبات، تبنت أبل استراتيجيات فعالة تضمنت الاستثمار في تقنيات الأمان المتقدمة، مثل التعرف على الهوية البيومترية وتشفير البيانات، بالإضافة إلى ذلك، أقامت أبل شراكات استراتيجية مع البنوك والمزودين لضمان توافق الأنظمة وسلاسة العمليات، هذه الاستراتيجيات مكنت أبل من تقديم خدمة Apple Pay بشكل موثوق وآمن، مما ساعد في بناء قاعدة عملاء واسعة وزيادة الربحية.

مما سبق نجد أن أنظمة الدفع الإلكترونية تمثل إحدى الأدوات الفعالة التي يمكن للشركات استخدامها لتعزيز ربحيتها، من خلال دراسة حالة شركة أبل، يمكننا رؤية كيف أن تبني التكنولوجيا يمكن أن يسهم في تحقيق نجاحات تجارية كبيرة، توفر Apple Pay نموذجًا يحتذى به في كيفية استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية لزيادة حجم المبيعات، وتعزيز ولاء العملاء، وتقليل التكاليف، وتوسيع قاعدة العملاء، تعكس تجربة أبل كيف يمكن لأنظمة الدفع الإلكترونية أن تكون أداة قوية لتعزيز الربحية والنمو في العصر الرقمي.

-مشكلة الدراسة.

أصبحت أنظمة الدفع الإلكترونية جزءًا لا يتجزأ من العمليات التجارية، ومع ذلك، تظل هناك حاجة ملحة لفهم الأثر الحقيقي لهذه الأنظمة على الربحية والأداء المالي للشركات، يتطلب هذا الفهم تحليلًا معمقًا لتأثير أنظمة الدفع الإلكترونية المتقدمة على مختلف جوانب الأداء المالي، مثل زيادة المبيعات، تقليل التكاليف، وتعزيز ولاء العملاء، إن هذا الفهم يمكن أن يسهم بشكل كبير في تقويم الاستراتيجيات التنافسية للشركات وتعزيز كفاءتها في تنفيذ عمليات الدفع الإلكتروني، لذا، تأتي هذه الدراسة لتجيب عن تساؤلات حول كيف يمكن لأنظمة الدفع الإلكترونية أن تؤثر على الأداء المالي لشركات مثل أبل في ظل هذا الواقع التكنولوجي المتطور.

لذلك تتمحور اشكالية الدراسة في التساؤل التالي؛- كيف تؤثر أنظمة الدفع الإلكترونية المتقدمة على الربحية والأداء المالي لشركة أبل؟

-أهمية الدراسة.

الأهمية النظرية

تتمثل أهمية هذه الدراسة في المساهمة في دعم الأدبيات العلمية حول تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على الأداء المالي للشركات، رغم وجود العديد من الدراسات التي تناولت جوانب متعددة من أنظمة الدفع الإلكترونية، فإن البحث المحدد حول تأثيرها على الربحية والأداء المالي لشركات تكنولوجيا رائدة مثل أبل ما زال محدودًا، ستساعد هذه الدراسة على سد هذه الفجوة المعرفية من خلال تقديم تحليل معمق يستند إلى بيانات واقعية وإحصائية، بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تُستخدم النتائج لتطوير نماذج نظرية جديدة تساعد في فهم ديناميكيات تأثير التقنيات المالية الحديثة على الأداء المؤسسي.

الأهمية التطبيقية

كما توفر هذه الدراسة رؤى عملية تساعد الشركات في اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن تبني وتطبيق أنظمة الدفع الإلكترونية، من خلال فهم تأثير هذه الأنظمة على جوانب مثل نمو المبيعات، وتقليل التكلفة، وتعزيز ولاء العملاء، يمكن للشركات تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين أدائها المالي والتنافسي، على وجه الخصوص، ستستفيد الشركات التكنولوجية والشركات العاملة في الأسواق الرقمية من هذه الدراسة لتحديد أفضل الممارسات في تطبيق أنظمة الدفع الإلكترونية، كما يمكن لصناع القرار والمستثمرين الاستفادة من النتائج لتقييم كفاءة وفعالية استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية في تعزيز النمو والربحية.

-أهداف الدراسة.

تهدف هذه الدراسة الى مناقشة ما يلي؛-

1. التعرف على ماهية وفائدة انظمة الدف الإلكترونية
2. توضيح تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على حجم المبيعات.
3. تحديد دور نظم الدفع الإلكترونية في تقليل تكاليف المعاملات.
4. تحديد اثر أنظمة الدفع الإلكترونية على ولاء العملاء.
5. التعرف على فرص التوسع في الأسواق الجديدة من خلال أنظمة الدفع الإلكترونية.

-تساؤلات الدراسة

تهدف هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية؛-

1. كيف تؤثر أنظمة الدفع الإلكترونية على نمو حجم المبيعات في شركة أبل؟
2. ما هو تأثير نظم الدفع الإلكترونية على تقليل تكاليف المعاملات المالية في شركة أبل؟
3. كيف تساهم نظم الدفع الإلكترونية في تعزيز ولاء العملاء لشركة أبل؟
4. ما هو تأثير وسائل الدفع الإلكترونية على الكفاءة التشغيلية لشركة أبل؟
5. كيف تساهم أنظمة الدفع الإلكترونية في تمكين شركة أبل من التوسع في الأسواق الجديدة؟

6. ما هو العائد على الاستثمار في أنظمة الدفع الإلكترونية لشركة أبل مقارنة بالأنظمة التقليدية؟

- فروض الدراسة

1. يوجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وحجم المبيعات في شركة أبل.
2. هنالك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتكاليف المعاملات في شركة أبل.
3. يوجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وولاء العملاء في شركة أبل.
4. هنالك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وفرص التوسع في الأسواق الجديدة.

- النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

تتمثل النظرية العلمية المتبعة في هذه الدراسة في نظرية الابتكار التكنولوجي، والتي تركز على كيفية تأثير تبني وتطبيق التكنولوجيا الحديثة، بما في ذلك أنظمة الدفع الإلكترونية، على أداء الشركات من النواحي المالية والتشغيلية.

نظرية الابتكار التكنولوجي تعد إطارًا مرناً وديناميكياً يمكن أن يطبق على مجموعة واسعة من الصناعات والقطاعات، وتساهم في تعزيز الابتكار وتطوير الحلول الاستراتيجية للمؤسسات لتحقيق أهدافها والنمو المستدام، باستخدام هذه النظرية، يمكن للشركات الاستفادة من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة لتحقيق مزايا تنافسية مستدامة وتحقيق أداء متميز في سوق الأعمال العالمي المتنافس.

مكونات النظرية العلمية المتبعة؛

1. تبني التكنولوجيا؛

ان تبني التكنولوجيا خطوة أساسية لأي شركة تسعى للبقاء في مواجهة العقبات الراهنة والمستقبلية، في حالة شركة أبل، تبني أنظمة الدفع الإلكترونية مثل Apple Pay يمثل تطوراً استراتيجياً يهدف إلى تحسين تجربة العملاء وتيسير عمليات الدفع.

2. تأثير التكنولوجيا على الكفاءة التشغيلية في المنظمات؛

فمن خلال تقديم أنظمة دفع إلكترونية آمنة وفعالة، تساهم أبل في تحسين الكفاءة التشغيلية داخل المؤسسة، يتضمن ذلك تقليل الوقت المستغرق في معالجة المعاملات وتحسين دقة العمليات المالية، مما يقود إلى توفير تكاليف وتحسين هامش الربح.

3. التأثير على ولاء العملاء؛

يعتبر تقديم أنظمة دفع إلكترونية مريحة وأمنة جزءاً من استراتيجية تعزيز ولاء العملاء، من خلال توفير تجربة دفع مبسطة وآمنة، يمكن لأبل تعزيز رضا العملاء وتحفيزهم على البقاء مستخدمين لمنتجاتها وخدماتها.

4. تحليل الأداء المالي؛

يتضمن تحليل الأداء المالي لشركة أبل تقدير الأثر المالي الذي يمكن أن تحققه أنظمة الدفع الإلكترونية، يمكن أن يعكس ذلك في زيادة الإيرادات من خلال نمو حجم المبيعات، وفي تقليل التكاليف المرتبطة بمعالجة المدفوعات.

5. التوسع في الأسواق الجديدة؛

بفضل تطبيق أنظمة الدفع الإلكترونية، تستطيع أبل استكشاف ودخول أسواق جديدة عبر العالم، يمكن لهذه التقنيات أن تكون عاملاً رئيسياً في توسيع قاعدة عملائها وتعزيز الحضور العالمي للشركة.

الفصل الثاني؛

الدراسات السابقة والاطار النظري

الدراسات السابقة؛

في هذا الجزء سوف يتم تحليل ومناقشة اهم الدراسات السابقة التي تناولت وسائل الدفع الإلكترونية وزيادة الربحية، يتمحور اهتمام هذه الدراسات حول فهم كيفية تأثير استخدام البنوك والمؤسسات المالية للتكنولوجيا في عمليات الدفع الإلكتروني على نتائجها المالية، بما في ذلك الربحية والكفاءة التشغيلية. تتنوع الدراسات في منهجياتها وتحليلاتها، حيث تعتمد بعضها على النماذج الاقتصادية الكمية لفحص العلاقة بين الاعتماد على التقنيات الرقمية في عمليات الدفع وبين المؤشرات المالية مثل الربحية والعوائد المالية الأخرى، من جانب آخر، تعتمد بعض الدراسات على الأساليب الوصفية والتحليلية لتقييم تأثير الدفع الإلكتروني على استراتيجيات البنوك وسياساتها المالية.

تتنوع مجالات تأثير طرق الدفع الإلكتروني على زيادة الربحية، بما في ذلك القدرة على تقليل التكاليف التشغيلية، تحسين كفاءة العمليات، وتقليل حجم الوقت والجهد في إجراء المعاملات المالية، كما تسلط الدراسات الضوء على التحديات والمخاطر المحتملة المرتبطة بتبني تقنيات الدفع الرقمي، مثل مشاكل الأمن الإلكتروني والتهديدات السيبرانية التي قد تؤثر بشكل عكسي على أداء المؤسسات المالية.

اولا الدراسات التي ناقشت الدفع الاليكتروني

دراسة؛ (الشرابي، 2024)

ان هذه الدراسة البحثية تناقش على تأثير وسائل الدفع الإلكتروني في القطاع المصرفي العراقي، خلال فترة الفترة من يناير 2018 إلى ديسمبر 2022، تم تطوير ثلاثة نماذج قياسية لتحليل الأداء المالي باستخدام بيانات شهرية، وتم تحليل سلسلة الزمنية لكل نموذج بشكل منفصل.

"أظهرت الدراسة وجود أثر إيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني في الأداء المالي للقطاع المصرفي العراقي، وذلك عن طريق زيادة مستوى الربحية وتخفيض التكاليف، بالإضافة إلى تعزيز دور إدارة السيولة وتقليل المخاطر المالية، ومع ذلك، كشفت الدراسة أيضًا عن تأثير سلبي لوسائل الدفع الإلكتروني على كفاءة إدارة العمليات الداخلية، حيث لم تتمكن هذه التقنيات من خفض الجهد وتسريع إنجاز العمليات

أو الرد بشكل فعال لمتطلبات العملاء، يُرجع هذا التأثير العكسي إلى التمسك بالأساليب التقليدية في العمل المصرفي وقلة استخدام التكنولوجيا المتطورة، مما يعيق التحول نحو أساليب أكثر كفاءة وسرعة".

وأوصى الباحث بأهمية تطوير تقنيات التكنولوجيا المصرفية الحديثة وتحسين بنية الدفع الإلكتروني، من أجل تعزيز الكفاءة الداخلية للبنوك وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

دراسة؛ (جاسم، 2020)

تتناول الدراسة التأثيرات المترتبة على الاعتماد على نظم الدفع الإلكتروني في البنوك العراقية، حيث تكان هدف هذه الدراسة فهم التحديات والعقبات المرتبطة بهذه التقنيات وتقييم تأثيرها على ربحية المصارف، مع افتراض ان هنالك علاقة إيجابية بين استخدام الدفع الإلكتروني ودعم الربحية.

"وقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي التاريخي وأسلوب التحليل الكمي والإحصائي، حيث تم الاعتماد على برنامج SPSS لتحليل البيانات المجمعة من عينة تتألف من 88 مديرًا وموظفًا في أقسام المدفوعات والمالية في مصارف مختارة، أكدت الدراسة ان هنالك علاقة طردية معنوية بين الاعتماد على نظم الدفع الإلكتروني وربحية المصارف التجارية المدروسة، حيث زادت ربحية المصارف كلما زاد استخدامها لهذه التقنيات".

حيث أكدت النتائج إلى أهمية زيادة الاستثمار في بنية الدفع الإلكتروني لدى المصارف، لتعزيز كفاءتها وتكلفتها وتوفير الوصول السهل للعملاء، ينصح الباحثون بأن تكون هذه البنية موثوقة وفعالة من حيث التكلفة، مما يسهم في تحسين الربحية بشكل إيجابي، تعزز الدراسة قيمة الابتكار التكنولوجي في القطاع المصرفي العراقي كمفتاح للتنمية المستدامة وتحقيق المزيد من الكفاءة والربحية في الأعمال المصرفية.

دراسة؛ (عبيدات، 2021)

"هدفت هذه الدراسة إلى فهم أثر نظم الدفع الإلكتروني في أداء البنوك الإسلامية في الأردن، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والانحدار الخطي لتحليل البيانات من فترة 2015 إلى 2020، تم قياس أنظمة الدفع الإلكتروني من خلال أربعة أبعاد؛ المدفوعات كبيرة القيمة، أنظمة مدفوعات التجزئة، أدوات مدفوعات التجزئة، وقنوات الدفع، كما تم قياس أداء البنوك من خلال عدة مؤشرات مالية مثل

التغير في الإيرادات، التغير في التكاليف التشغيلية، العائد على الأصول، العائد على حقوق الملكية، وجودة الخدمة المصرفية.

أظهرت نتائج الدراسة أن أنظمة الدفع الإلكتروني تمتلك أثراً إيجابياً دالاً إحصائياً على أداء البنوك الإسلامية الأردنية في مختلف الأبعاد المالية المدروسة، خاصة، كانت للمدفوعات كبيرة القيمة وأنظمة مدفوعات التجزئة وأدوات مدفوعات التجزئة تأثيراً إيجابياً ملحوظاً على التغير في الإيرادات والتكاليف التشغيلية والعائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية، بالإضافة إلى جودة الخدمة المصرفية.

من جهة أخرى، لم تظهر قنوات الدفع أثراً دالاً إحصائياً على أداء البنوك الإسلامية الأردنية، مما يشير إلى أن التطور في هذا المجال قد يتطلب استراتيجيات مختلفة أو تحسينات إضافية لتحقيق أثر إيجابي ملموس.

دراسة: (علوان، 2019)

"هدفت الدراسة إلى استكشاف طبيعة وأنواع وسائل الدفع الإلكترونية وتقييم تأثير تطبيقها على الأداء المصرفي لبنك فلسطين، وذلك من خلال قياس مؤشرات الربحية مثل نسبة صافي الربح، معدل العائد على الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية خلال الفترة من 2014 إلى 2018، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، معتمدة على الاستبيان كأداة لقياس أثر وسائل الدفع الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء وزيادة جودة الخدمات المصرفية، شملت الدراسة عينة عشوائية من عملاء بنك فلسطين في قطاع غزة الذين استخدموا بطاقات دفع إلكترونية، وتم تحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية ملائمة."

توصلت النتائج أن هناك تطوراً كبيراً في حجم معاملات البنك الإلكترونية من حيث القيمة والعدد، مما أدى إلى تحسن في ربحية البنك خلال السنوات موضوع الدراسة، كما بينت الدراسة أن البنك نجح في تحقيق رضا العملاء بخصوص خدماته المتعلقة بالبطاقات الإلكترونية، حيث أظهرت البيانات أن هذه الخدمات تساهم في تعزيز العلاقة بين البنك والعملاء، ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى أن البنك يحتاج إلى بذل المزيد من الجهود لزيادة ثقة العملاء وتعزيز تعاملاتهم.

أوصت الدراسة بعدة توصيات لتحسين الأداء المصرفي في مجال الدفع الإلكتروني، أبرز هذه التوصيات هو تخفيض التكاليف المتعلقة برسوم وعمولة إصدار البطاقات الإلكترونية لتلبية توقعات العملاء وزيادة رضاهم، كما أوصت الدراسة بضرورة إجراء تقييم دوري لأداء البنك في مجال البطاقات الإلكترونية، بما في ذلك التعرف على الصعوبات والمشكلات ونقاط الضعف وحالات الاختراق الإلكتروني، من الضروري وضع ضوابط وإجراءات أمنية مشددة لحماية كافة مراحل العمليات المتعلقة بالبطاقات الإلكترونية.

بناءً على هذه النتائج والتوصيات، نجد إن تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية قد أسهم في تحسين الأداء المالي لبنك فلسطين، ولكنه يحتاج إلى تحسين مستمر في جوانب التكلفة والأمان، إن تحسين تجربة العملاء عن طريق توفير خدمات عالية الجودة وبأقل تكلفة ممكنة، وتعزيز الأمان سيعزز من قدرة البنك على المنافسة ويضمن استمرارية علاقته مع العملاء.

دراسة؛ (سمير، 2019)

تهدف الدراسة إلى توضيح تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني على أداء البنوك التجارية في الجزائر، خلال الفترة من 2015 إلى 2018، تم اختيار بنوك معينة كعينة للدراسة، وهي (BADR- BNA)، حيث تم استخدام منهج وصفي لتحليل البيانات، استخدم الباحثون أدوات تحليل إحصائية مع برنامج Excel لإبراز الأثر الذي تلعبه البطاقات الإلكترونية في تحسين أداء البنوك.

توصلت الدراسة أنه يوجد علاقة طردية بين عدد البطاقات الإلكترونية والتحويلات المالية الإلكترونية، حيث زاد استخدام البطاقات الإلكترونية مع الوقت يرافقه زيادة في العائد على حقوق الملكية للبنوك المدروسة، كما تبين الدراسة وجود علاقة طردية أيضاً بين عدد البطاقات الإلكترونية وتحسين الرافعة المالية للبنوك، مما يشير إلى أن هذه التقنيات تساهم بشكل فعال في تعزيز كفاءة وأداء البنوك التجارية في السوق.

توصلت الدراسة إلى أن استخدام الوسائل الإلكترونية في عمليات الدفع والتحويلات يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على الأداء المالي للبنوك، وبالتالي يوصى بمزيد من الاستثمار في تطوير وتعزيز البنية التحتية الإلكترونية للحفاظ على هذه الفوائد وتعزيزها في المستقبل.

دراسة: (ثلجي، 2015)

تهدف هذه الدراسة إلى فهم العلاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية ومؤشرات إدارة التجارة الإلكترونية، مع التركيز على فاعلية هذه الوسائل في تحسين الأداء التجاري والتجربة الإلكترونية في المنظمات السعودية، تعتبر الدراسة أن استخدام الأوراق النقدية التقليدية لم يعد كافياً في ظل التقدم السريع في التجارة الإلكترونية، مما يستدعي التفكير في وسائل دفع إلكترونية حديثة تتلاءم مع هذا التطور.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام التحليل المنطقي للجانب النظري والتحليل الإحصائي للجانب التطبيقي، قامت الدراسة بالتركيز على ثلاثة تساؤلات رئيسية: أولاً، ما هي تصورات المبحوثين للعوائق التي تحد من الاعتماد نظم الدفع الإلكتروني في المنظمات السعودية؟ ثانياً، ما هي العلاقة بين عناصر طرق الدفع الإلكتروني وفاعلية تطوير التجارة الإلكترونية للشركات في المنظمات السعودية؟ ثالثاً، ما هي العلاقة بين عناصر طرق الدفع الإلكتروني وفاعلية تطوير التجارة الإلكترونية للأفراد في المنظمات السعودية؟

أكدت النتائج على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين طرق الدفع الإلكتروني وتطوير مؤشرات إدارة التجارة الإلكترونية، مما يعني أن استخدام الوسائل الإلكترونية يدعم بشكل إيجابي تحسين الأداء التجاري والتجربة الإلكترونية، كما تبين وجود علاقة إحصائية بين طرق الدفع الإلكتروني ورضا المستخدمين، مما يشير إلى أن وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، هذا يشير إلى أن تبني هذه الوسائل يساهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة فعالية إدارة التجارة الإلكترونية.

وتوصي الدراسة باستحداث وسائل دفع إلكترونية جديدة لا ترتبط بالحسابات البنكية، وذلك لتلبية احتياجات الزوار والسياح في المملكة، مثل هذه الوسائل يمكن أن تشمل بطاقات مسبقة الدفع أو وسائل دفع عبر الهاتف المحمول ذات قيم مالية متنوعة، مما يسهل التعاملات التجارية للأفراد غير المقيمين.

ثانيًا الدراسات التي ناقشت زيادة الربحية والاداء المالي

دراسة؛ (شرهان، 2023)

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني على الأداء المالي للبنوك في مدينة صنعاء، اليمن، اعتمد باحث الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي لتحليل البيانات، وخلصت إلى عدة نتائج رئيسية.

أظهرت الدراسة أن أنظمة الدفع الإلكتروني تؤثر إيجابيًا في الأداء المالي للبنوك المدروسة عبر زيادة الربحية وتخفيض التكاليف، تلعب هذه التقنيات دورًا مؤثرًا في إدارة السيولة وتقليل مخاطرها، مما يعزز استقرار النظام المالي ويحسن كفاءة العمليات الداخلية للبنوك من خلال تحسين سرعة وجودة الخدمات المقدمة للعملاء.

وقد كشفت الدراسة ان هنالك تأثير إيجابي دال إحصائيًا للمتغيرات الرئيسية لأنظمة الدفع الإلكتروني مثل بطائق الدفع والتحصيل الإلكتروني، المحفظة الإلكترونية، والنقود الإلكترونية على الأداء المالي للمصارف، هذا يدل على أن التبني الفعال لتلك التقنيات يمكن أن يحقق مكاسب مالية ملموسة ويعزز تنافسية البنوك في السوق المحلي.

وقد اوصت بمزيد من التحفيز والدعم لتطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني في البنوك اليمنية، مما يعزز من استدامة النظام المالي ويسهم في تعزيز الثقة لدى العملاء والمستثمرين، وبالتالي تعزيز النمو الاقتصادي المستدام في اليمن.

دراسة: (بري، 2017)

تستهدف الدراسة تحليل حالة خدمات الدفع الإلكتروني في النظام المصرفي الجزائري وفحص تأثير هذه الخدمات على أداء البنوك التجارية في الجزائر، مع التركيز على بنك الخليج الجزائري وبنك البركة الجزائري كعينة للدراسة للفترة الزمنية بين عامي 2011 و2015، وقد تم استخدام المنهج الوصفي لتحليل الجانب النظري للموضوع، بينما تم تطبيق تحليل الانحدار البسيط في الجانب التطبيقي باستخدام برنامج Eviews9 وبرنامج Excel.

تشير النتائج الرئيسية للدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين عدد البطاقات البنكية والعائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول، يعني ذلك أن زيادة عدد البطاقات البنكية لا ترتبط بزيادة العوائد على حقوق الملكية أو الأصول في البنوك التجارية المدروسة، قد تعكس هذه العلاقة أن إدخال خدمات الدفع الإلكتروني قد لا يكون له تأثير إيجابي مباشر على الأداء المالي للبنوك، بل قد يشير إلى أن البنوك قد تواجه تحديات في تحقيق عوائد مرتفعة من هذه الخدمات.

تشير النتائج إلى أن استخدام خدمات الدفع الإلكتروني يمكن أن يؤدي إلى تغييرات في هيكل التكاليف والإيرادات للبنوك، فمثلاً، قد تستثمر البنوك في تطوير البنية التحتية لتقنيات الدفع الإلكتروني، وهو ما قد يتطلب تكاليف أولية عالية، كذلك، قد تكون هناك تحديات تتعلق بإدارة البيانات وحماية المعلومات، مما يضيف إلى تعقيدات العمل المصرفي.

لذا، قد تكون الدراسة قد أبرزت أهمية تحسين استراتيجيات البنوك في التعامل مع خدمات الدفع الإلكتروني، من الممكن أن يكون هناك حاجة لتحسين فعالية استخدام هذه الخدمات وتحليل كيفية تأثيرها على الأداء المالي بشكل أكثر دقة، كما قد تشير النتائج إلى ضرورة تطوير استراتيجيات شاملة تركز على التوازن بين الاستثمار في التكنولوجيا الجديدة وتحقيق العوائد المالية المستدامة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن أن يكون من المفيد للبنوك التجارية الجزائرية أن تركز على تحسين كفاءة العمليات وتقديم خدمات متميزة لجذب المزيد من العملاء، مما قد يساعد في تعزيز الأداء المالي بشكل أفضل في المستقبل.

دراسة؛ (Rupashree, 2022)

تتناول هذه الدراسة تأثير الدفع الإلكتروني، وتحديدًا المحافظ الإلكترونية أو e-wallets، على عمليات الدفع الإلكترونية للأفراد في السياق الهندي، والتي شهدت انتشاراً متسارعاً بفعل التطور التكنولوجي، هذه التحولات ليست فقط نتيجة للتقدم التكنولوجي بل أيضاً نتيجة للمبادرات الحكومية الموجهة نحو تعزيز استخدام الدفع الإلكتروني، استخدمت المحافظ الإلكترونية كأداة رئيسية للدفع، مما جعلها إصلاحاً هاماً في القطاع المالي، حيث توفر الراحة والكفاءة في العمليات المالية.

تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى استكشاف مدى اعتماد الأفراد على المحافظ الإلكترونية لإجراءاتهم المالية، بالإضافة إلى تحليل ربحية شركات تطبيقات الدفع الرقمي خلال جائحة COVID-19 وعوامل اقتصادية أخرى مثل التضخم والناتج المحلي الإجمالي.

منهجياً، قام الباحثون بجمع البيانات الأولية عبر استبانة موجهة لـ 100 مشارك لاستطلاع أنماط استخدامهم وآرائهم حول المحافظ الإلكترونية، كما تم استخدام بيانات ثانوية من مصادر متعددة لاختبار الفرضيات وتقديم تحليل شامل.

كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع ملحوظ في استخدام المحافظ الإلكترونية بين المشاركين، مما يشير إلى تفضيلهم الكبير لهذه الوسيلة في الدفع، يرجع هذا التحول إلى الراحة والسهولة والأمان المحسن الذي توفره المنصات الرقمية للدفع، بالإضافة إلى ذلك، أظهر التحليل أن هناك علاقة ترابط بين الارتفاع الكبير في اعتماد الدفع الإلكتروني وتحديات جائحة COVID-19، حيث أدى الحاجة إلى التباعد الاجتماعي إلى انتشار أكبر لطرق الدفع اللاسلكي، مما عزز استخدام المحافظ الإلكترونية وزاد من عمليات الدفع الإلكتروني وبالتالي زاد من الربحية لشركات الدفع الرقمي.

دراسة: (Bakhrom, 2022)

تُبرز هذه الدراسة أهمية رقمنة القطاع المصرفي في المرحلة الحالية من التنمية الاقتصادية، مع محاولة تلخيص المشكلات المتعلقة بتنفيذ الرقمنة في النظام المصرفي في أوزبكستان، تهدف الدراسة إلى تحليل العوامل المؤثرة على كفاءة البنوك التجارية، مما سمح ببناء نموذج اقتصادي رياضي لتحديد مؤشرات التوقعات للنظام الوطني للدفع.

استخدمت الدراسة التحليل الاقتصادي الرياضي لبناء نموذج يوضح العلاقة بين نتائج تطبيق الخدمات المصرفية عن بعد والرقمنة والنتائج المالية للبنوك التجارية، يهدف النموذج إلى قياس تأثير الرقمنة على كفاءة وربحية البنوك، أكد النموذج وجود علاقة مباشرة وقوية بين نتائج تطبيق الخدمات المصرفية الرقمية والأداء المالي للبنوك التجارية.

كشفت الدراسة أن الرقمنة تؤثر بشكل كبير وإيجابي على كفاءة وربحية البنوك التجارية في أوزبكستان، كما استنتجت أن تحسين ربحية البنوك التجارية يخدم السياسة العامة، حيث تعد من أهم اتجاهاتها تنفيذ

إجراءات متسقة لتحسين آلية رقمنة القطاع المصرفي، هذه الإجراءات تشمل تطوير البنية التحتية التقنية، تدريب الموظفين، وتحسين الأطر التنظيمية والقانونية.

تُظهر الدراسة أهمية الرقمنة في تحسين كفاءة وربحية البنوك التجارية في أوزبكستان، مؤكدة على ضرورة اتخاذ خطوات متسقة ومدروسة لتعزيز هذه العملية، تؤكد النتائج أن الرقمنة لا تسهم فقط في تحسين الأداء المالي للبنوك بل تساهم أيضًا في تعزيز الاقتصاد الوطني ككل، من خلال تنفيذ التوصيات المقدمة، يمكن للقطاع المصرفي الأوزبكي تحقيق تقدم كبير في الرقمنة، مما يعزز من كفاءته وربحيته على المدى الطويل.

دراسة؛ (WANG, 2022)

تركز هذه الدراسة على استكشاف تأثير وسائل الدفع الرقمية على البنوك التجارية في الصين، مع التركيز على كيفية تكيف هذه المؤسسات مع تطور وتأثير تقنيات الدفع الرقمي، أصبحت الدفعات الرقمية طريقة مفضلة بسرعة على المستوى العالمي، خاصة في الاقتصادات التي تتمتع ببنية تحتية للإنترنت متطورة، مما أعاد تشكيل عادات المستهلكين في المعاملات اليومية، والتحويلات المالية، وحتى الاستثمارات.

من الناحية المنهجية، تعتمد الدراسة على أساليب تجريبية مثل الطريقة العامة المنظمة للمومنتس (SYS-GMM) لاختبار العلاقة بين إنتاجية البنوك التجارية ووسائل الدفع الرقمية، بالإضافة إلى ذلك، يتم تطبيق نموذج الانحدار الذاتي للمتجهات اللوحية (Panel VAR) لتقييم التأثيرات على المدى الطويل لنمو الدفع الرقمي على كفاءة البنوك، والتي يتم حسابها من خلال مؤشر تكامل الإنتاجية مالمكويست (MPI)، تشمل البيانات التي تم دراستها معلومات من 81 بنكًا في الصين خلال الفترة من عام 2013 إلى عام 2019.

تشير النتائج الرئيسية إلى ؛

1. الربحية والإنتاجية؛ تظهر الدفعات الرقمية التي يشارك فيها البنك تأثيرًا إيجابيًا على كل من الربحية والإنتاجية للبنوك التجارية، هذا يشير إلى أن دمج أنظمة الدفع الرقمية يعزز النتائج المالية لهذه المؤسسات، على الأرجح من خلال تقليل تكاليف المعاملات وزيادة الكفاءة التشغيلية.

2. الدفعات الرقمية من طرف ثالث؛ على الجانب الآخر، تظهر منصات الدفع الرقمي من طرف ثالث تأثيراً سلبياً على الربحية ولكنها لا تثبت وجود سببية في تحسين الإنتاجية، هذا يشير إلى أن هذه المنصات قد تزيد من حجم المعاملات ونطاق العملاء، ولكنها قد لا تعزز بشكل مباشر كفاءة البنك العامة.

توضح الدراسة التأثير الجوهري لتقنيات الدفع الرقمي على القطاع المالي في الصين، مما يبرز أهمية استراتيجية للبنوك التجارية لاعتماد وتحسين حلول الدفع الرقمي للاستفادة من المكاسب المحتملة في الربحية وتعزيز الكفاءة التشغيلية، كما تشير الدراسة إلى ضرورة وجود أطر تنظيمية لإدارة المخاطر المرتبطة بمنصات الدفع الرقمي من طرف ثالث، بينما تعزز الابتكار والمنافسة في مجال الخدمات المالية.

دراسة؛ (Awwad, 2021)

تهدف هذه الورقة البحثية إلى استكشاف الدفع الإلكتروني، الذي يُعتبر أحد أهم الأدوات في التكنولوجيا المالية، والذي يلعب دوراً كبيراً في تعزيز الأداء المالي لبنك فلسطين، تستخدم الدراسة ثلاث متغيرات تابعة هي عائد على الأصول (ROA)، وعائد على حقوق المساهمين (ROE)، وربحية السهم (EPS)، تعتمد منهجية الدراسة على مقارنة وصفية وتحليلية لاستقصاء بيانات البنك خلال فترة 2010-2019.

أظهرت النتائج أن أساليب الدفع الإلكتروني تمتلك تأثيراً هاماً على الأداء المالي للبنك، من خلال مؤشرات عائد الأصول وعائد حقوق المساهمين، مما يساعد على خفض التكاليف وزيادة الأرباح، ومع ذلك، لم يتبين وجود تأثير إحصائي دال على ربحية السهم، كما أظهرت الدراسة أن بنك فلسطين يستخدم مجموعة واسعة من أساليب الدفع الإلكتروني.

توصي الدراسة بضرورة زيادة فعالية أمن المعلومات للحد من مخاطر الاحتيال، بالإضافة إلى تفعيل السلطات الرقابية والتنظيمية مثل السلطة النقدية الفلسطينية، لتعزيز تطبيق أدوات الدفع الإلكتروني، تتقدم الدراسة بالشكر الخاص لجامعة فلسطين التقنية - الخضوري على دعمها القيم والمستمر.

تتناول الدراسة التأثيرات المالية لأنظمة الدفع الإلكتروني على أداء البنوك، وتقدم مساهمات بحثية هامة في هذا المجال، بدأت الدراسة بتحديد مقياس جديد لأداء البنوك وهو مؤشر سورتينو، الذي يعتبر تحسيناً عن المقاييس التقليدية كعائد الأصول وعائد حقوق المساهمين، مما يعزز من دقة وشمولية التقييم، كما تم التركيز على دراسة تعرض البنوك للمخاطر السوقية المرتبطة بتقنيات الدفع الإلكتروني، وكذلك تأثيرات هذه التقنيات على أداء البنوك باستخدام المتغيرات التفاعلية لتحديد "بدون التأثيرات" على الأداء.

تم استخدام نماذج الأبعاد الزمنية واللوحه الأقل لتحليل البيانات، مما أتاح للدراسة فهماً عميقاً للتغيرات في الأداء المالي للبنوك على مدى فترة زمنية ممتدة، أظهرت النتائج أن تقنيات الدفع الإلكتروني لها تأثير إيجابي على أداء البنوك، حيث ارتفع أداء البنوك بشكل ملحوظ بعد اعتماد هذه التقنيات، هذا التأثير الإيجابي يتجلى في تحسين عائد الأصول وعائد حقوق المساهمين، مما يساهم في تعزيز القدرة التنافسية للبنوك في السوق المالية.

ومع ذلك، أظهرت الدراسة أيضاً أن أداء البنوك لا يتبع أنماطاً تكرارية ذاتية أو عمليات مشي عشوائي، مما يشير إلى أن المستثمرين يجب أن يركزوا على التحليل الفعلي للموارد والتقنيات الحالية المستخدمة في البنك بدلاً من الاعتماد فقط على أداء البنك في الماضي.

بناءً على النتائج الإيجابية للدراسة، اوصى الباحث تعزيز استخدام التقنيات الحديثة للدفع الإلكتروني في البنوك لتعزيز كفاءتها وتحسين أدائها المالي، مع الحفاظ على سياسات أمن المعلومات للحد من المخاطر المحتملة.

تعليق على الدراسات السابقة

تشير الدراسات السابقة إلى أن أنظمة الدفع الإلكترونية قد تلعب دوراً هاماً جداً في زيادة الربحية للشركات، حيث تسمح للشركات بتقديم خدماتها بشكل أكثر فعالية وسرعة، وبالتالي تحقيق نسبة أعلى من الأرباح، وقد أظهرت الأبحاث الحديثة أن تبني التكنولوجيا الحديثة في أنظمة الدفع الإلكترونية يمكن أن يساهم بشكل كبير في جذب المزيد من العملاء وزيادة الإيرادات إلى حد كبير، على سبيل

المثال، يمكن أن نأخذ شركة آبل كدراسة حالة مثالية لفهم كيف يؤثر نظام الدفع الإلكتروني الخاص بها بشكل أكبر على زيادة الربحية وما هي العوامل المؤثرة في هذه العملية المليئة بالتحديات، حيث يمكن لهذه الدراسة أن تفتح آفاقاً جديدة بالنسبة للشركات الأخرى لتحقيق مستويات عالية من الربحية عبر الأنظمة الدفع الإلكترونية المبتكرة.

وفي النهاية، من الضروري أن نفهم كيف يتفاعل العملاء مع أنظمة الدفع الإلكترونية وما هي العقبات التي يواجهونها في عملية الدفع لكي نتمكن من تحسين العملية وتوفير تجربة مريحة وسهلة للعملاء، وبالتالي، يمكن أن يكون لتبني أنظمة الدفع الإلكترونية الحديثة تأثيراً إيجابياً كبيراً على نمو الشركات وزيادة رؤوس الأموال وتحقيق التوسع، خدماتها بشكل أكثر فعالية وسرعة، وقد أظهرت الأبحاث أيضاً أن تبني التكنولوجيا الحديثة في أنظمة الدفع الإلكترونية يمكن أن يسهم في جذب المزيد من العملاء وزيادة الإيرادات، ومن المهم إجراء دراسة حالة محددة، مثل شركة آبل، لفهم كيفية تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية بشكل أكبر على زيادة الربحية وما هي العوامل المؤثرة في هذه العملية

الفجوة البحثية

الفجوة البحثية في هذه الدراسة تركز على استكمال البحوث السابقة التي تناولت تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على زيادة الربحية في البنوك، حيث أظهرت هذه الدراسات تحولاً ملحوظاً نحو استخدام التقنيات الرقمية في قطاع الخدمات المالية، ومع ذلك، تتمثل الفجوة البحثية في عدم وجود دراسات مماثلة تركز على تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على زيادة الربحية في الشركات التكنولوجية مثل شركة Apple.

تختلف شركات التكنولوجيا مثل Apple عن البنوك في طبيعة أعمالها ومدى تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على استراتيجياتها التجارية ونموذج العائد المالي، تتسم Apple بتقديم منتجات وخدمات تقنية للمستهلكين، وتلعب وسائل الدفع الإلكتروني دوراً مؤثراً في تيسير تجارب العملاء وتعزيز راحتهم وثقتهم في الشركة، بالتالي، تكمن أهمية الدراسة في فهم كيفية تأثير هذه التقنيات على الربحية والأداء المالي لشركة Apple بشكل خاص، وكيف يمكن تحسين الاستراتيجيات والأداء العام للشركة بهذا الصدد.

بالإضافة إلى ذلك، يعتبر استخدام دراسة حالة Apple كمحور للبحث خطوة مبتكرة، حيث أن الشركة تمتلك مجموعة واسعة من البيانات المالية والتقنيات المستخدمة في وسائل الدفع الإلكتروني، هذا يمكن أن يوفر منهجية دقيقة وشاملة لتقييم تأثير الابتكار التكنولوجي في تحقيق الأرباح والنمو في السوق العالمي المتغير بسرعة.

المنطلقات النظرية للدراسة؛

ماهية وسائل الدفع الإلكترونية

تعرف الدفع الإلكتروني بكونها التقنيات والأدوات التي تتيح للأفراد والمنظمات التجارية لإجراء التبادلات المالية عبر الإنترنت وعن طريق أجهزة إلكترونية متطورة، تعتبر هذه الوسائل جانب مهم من عملية التحول الرقمي الذي يعيشه الكوكب اليوم، حيث تساهم في تسهيل الدفعات المالية وتحسين كفاءة عمليات الشراء والبيع، تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بمجموعة من السمات والمميزات التي تساعد على تعزيز أمان المعاملات وسهولة استخدامها. (شرهان، 2023)

أحد أهم أنواع نظم الدفع الإلكترونية هو استخدام البطاقات الائتمانية والخصم المباشر، حيث يتم تقديم هذه الخدمات من قبل المصارف وشركات البطاقات الائتمانية، تعتمد هذه الوسيلة على رقم البطاقة والمعلومات الشخصية للمستخدم لإتمام المعاملات عبر الإنترنت أو في المتاجر الفعلية، توفر البطاقات الائتمانية مرونة كبيرة للمستخدمين لأنها تسمح لهم بدفع المبالغ بشكل مؤجل وبناء رصيد ائتماني. (Nasr et al., 2020)

كما تشمل وسائل الدفع الإلكترونية أيضاً الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول، مثل التطبيقات المصرفية والمحافظ الرقمية، هذه التطبيقات تسمح للمستخدمين بإدارة حساباتهم المالية، وإجراء التحويلات البنكية، ودفع الفواتير، وحتى الشراء من المتاجر عبر الإنترنت، كل ذلك من خلال جهاز هاتفيهم الذكي، تعتبر هذه الخدمات سهلة الاستخدام ومريحة للمستخدمين الذين يبحثون عن طرق آمنة وفعالة لإدارة أمورهم المالية.

كما لا تقتصر وسائل الدفع الإلكترونية على الأفراد فقط، بل تشمل أيضاً الحلول المتقدمة للشركات مثل خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها شركات مثل PayPal و Square، توفر هذه الخدمات

معالجة دفع آمنة وسريعة للمتاجر الإلكترونية والمتاجر الفعلية، مما يسهل على الشركات قبول المدفوعات من عملائهم بسهولة وبدون مشاكل.

خصائص أنظمة الدفع الإلكترونية

ان نظم الدفع الإلكترونية تشكل اليوم نقلة نوعية في عالم التكنولوجيا المالية، حيث توفر وسائل حديثة ومرنة لإجراء المعاملات المالية بدلاً من الطرق التقليدية مثل النقد والشيكات، تتميز أنظمة الدفع الإلكترونية بعدة خصائص أساسية تجعلها جذابة للأفراد والشركات على حد سواء.

1، الراحة والسهولة في الاستخدام

أحد أهم جوانب أنظمة الدفع الإلكترونية هو الراحة والسهولة التي توفرها للمستخدمين على حد سواء، بفضل هذه الأنظمة، يمكن للأفراد والمؤسسات إجراء عمليات دفع بسيطة وسريعة دون الحاجة إلى استخدام النقود النقدية أو حتى البطاقات الائتمانية التقليدية، يتيح الدفع الإلكتروني للمستخدمين إمكانية إجراء المعاملات في أي وقت ومكان، مما يعزز من الوصول إلى الخدمات المالية بطريقة مرنة وملائمة. (Annapoorna, 2022)

على سبيل المثال، بدلاً من الذهاب إلى البنك أو الصراف الآلي لسحب النقود، يمكن للأفراد استخدام تطبيقات الدفع الجوال لإرسال الأموال أو دفع الفواتير مباشرة من هواتفهم الذكية، هذا ليس فقط يوفر الوقت والجهد، ولكنه يقلل أيضاً من المخاطر المتعلقة بحمل النقود النقدية أو التعرض للسرقة.

2. السرعة والفورية

ما يميز وسائل الدفع الإلكترونية توفر عمليات دفع فورية وسريعة، مما يجعلها مثالية للمعاملات التي تتطلب استجابة سريعة، على عكس التعاملات التقليدية التي قد تتطلب أياماً لإتمامها، يمكن للمستخدمين استخدام الدفع الإلكتروني لتحويل الأموال على الفور، سواء داخل البلاد أو عبر الحدود الدولية، (GoCardless, 2022)

علاوة على ذلك، يمكن للشركات استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية لتسريع عمليات التحصيل وتقليل فترات التسوية، مما يحسن من تدفقات النقد ويزيد من الفعالية التشغيلية، على سبيل المثال، في البيع

بالتجزئة، يمكن للتجار استخدام الدفع الإلكتروني لتسهيل عمليات الدفع من قبل العملاء، دون الحاجة إلى معاملات نقدية تقليدية تستغرق وقتاً طويلاً لمعالجتها. (Annapoorna, 2022)

3. الأمان والحماية

الأمان والحماية هما عنصران أساسيان في أنظمة الدفع الإلكترونية، تستخدم هذه الأنظمة تقنيات التشفير المتقدمة لحماية بيانات المستخدمين، بما في ذلك المعلومات المالية الحساسة، من الوصول غير المصرح به، تُعد الحماية من الاحتيال والسرقة الإلكترونية أولوية لمقدمي خدمات الدفع الإلكتروني، الذين يعملون بجد لتوفير بيئة آمنة ومأمونة للمستخدمين. (Ahmedmtwaly, 2024)

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين تفعيل خيارات الحماية الإضافية مثل التحقق الثنائي أو استخدام كلمات المرور القوية لتقوية الأمان عند استخدام الدفع الإلكتروني، هذا يساهم في بناء ثقة المستخدمين في الأنظمة الإلكترونية وتعزيز اعتمادهم عليها في إجراءاتهم المالية اليومية.

4. الدعم للتجارة الإلكترونية والأعمال عبر الإنترنت

تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية مؤثرة لنمو التجارة الإلكترونية والأعمال عبر الإنترنت، بفضل هذه الأنظمة، يمكن للشركات والأفراد إجراء معاملات الشراء والبيع عبر الإنترنت بكل سهولة ويسر، توفر هذه الأنظمة حلاً مرناً وآمناً للعمليات التجارية عبر الحدود، مما يساهم في زيادة الوصول إلى الأسواق العالمية وتوسيع النطاق الجغرافي للأعمال.

5. تخفيض التكاليف وتحسين الكفاءة

يساهم الانتقال إلى أنظمة الدفع الإلكترونية في تقليل تكاليف معالجة الدفعات وتحسين كفاءة العمليات المالية والإدارية للشركات، عندما تتخلى الشركات عن العمليات التقليدية كالكشيكات والنقد، وتعتمد بدلاً من ذلك على الدفع الإلكتروني، يمكنها توفير الوقت والجهد اللازمين لمعالجة الدفعات وتسوية الحسابات، كما تقلل من الأخطاء البشرية المرتبطة بعمليات التسوية اليدوية، مما يساهم في تحسين دقة البيانات وتقليل التكاليف الإدارية. (شرهان، 2023)

أهمية أنظمة الدفع الإلكترونية؛

- دعم وزيادة الاقتصاد

تلعب أنظمة الدفع الإلكترونية دورًا مؤثرًا في تقويم ودعم الاقتصاد من خلال تبسيط المعاملات المالية بين الأفراد والشركات، بفضل هذه الأنظمة، يمكن للأفراد والشركات إتمام عمليات الشراء والبيع بسهولة وسرعة دون الحاجة إلى التعامل النقدي المباشر، هذا يعزز من سيولة الأموال في الاقتصاد ويقلل من التكاليف المرتبطة بمعالجة المعاملات النقدية التقليدية. (شرهان، 2023)

كما أن أنظمة الدفع الإلكترونية تساهم في تحفيز التجارة الإلكترونية، التي أصبحت جزءًا أساسيًا من الاقتصاد العالمي، بفضل القدرة على إجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت، يمكن للمستهلكين الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات بسهولة، مما يعزز من حركة السوق وزيادة الطلب.

- تحسين تجربة المستخدم

إحدى أبرز الفوائد التي تقدمها أنظمة الدفع الإلكترونية هي تحسين تجربة المستخدم، تتيح هذه الأنظمة للمستخدمين إجراء المدفوعات بسرعة وسهولة، سواء كانوا يشترون منتجات عبر الإنترنت أو يدفعون فواتيرهم، توفر الخيارات المتعددة للدفع الإلكتروني، مثل بطاقات الائتمان والخصم، والمحافظة الإلكترونية، والتحويلات البنكية، مرونة كبيرة للمستهلكين.

علاوة على ذلك، تتيح نظم الدفع الإلكترونية تتبع المعاملات بسهولة، مما يسهل على المستخدمين إدارة أموالهم ومراجعة نفقاتهم، هذا يعزز من شفافية العمليات المالية ويقلل من مخاطر الأخطاء أو الاحتيال.

- تعزيز الأمان

في عالم يتزايد فيه الاحتيال المالي والجريمة الإلكترونية، تأتي أنظمة الدفع الإلكترونية كحلًا فعالاً لتعزيز الأمان، تعتمد هذه الأنظمة على تقنيات التشفير والأمان العالية لضمان حماية البيانات المالية للمستخدمين، بالإضافة إلى ذلك، توفر بعض الأنظمة خيارات المصادقة المتعددة، مثل استخدام البصمة أو التعرف على الوجه، لتعزيز مستوى الأمان. (شرهان، 2023)

كما أن أنظمة الدفع الإلكترونية تمكن المستخدمين من تتبع معاملاتهم بشكل فوري، مما يتيح لهم اكتشاف أي نشاط مشبوه والإبلاغ عنه بسرعة، هذا يقلل من مخاطر الاحتيال ويعزز الثقة في استخدام هذه الأنظمة.

- تسهيل العمليات التجارية

تسهم أنظمة الدفع الإلكترونية في تسهيل العمليات التجارية بين الشركات والأفراد، توفر هذه الأنظمة وسائل دفع مرنة وسريعة، مما يتيح للشركات تحسين كفاءة عملياتها وتقليل التكاليف المرتبطة بمعالجة المدفوعات التقليدية، بفضل هذه الأنظمة، يمكن للشركات قبول المدفوعات من العملاء بسهولة، سواء كانوا في نفس البلد أو في بلدان أخرى، مما يعزز من فرص التوسع التجاري.

بالإضافة إلى ذلك، تساهم أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين إدارة التدفقات النقدية للشركات، يمكن للشركات تتبع جميع المدفوعات الواردة والصادرة بسهولة، مما يسهل عملية التخطيط المالي وإدارة الموارد، هذا يزيد من كفاءة الشركات على اتباع قرارات مالية مستنيرة وتحقيق النمو المستدام.

- الشمول المالي

تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية وسيلة فعالة لتعزيز الشمول المالي، خاصة في المجتمعات التي تفتقر إلى البنية التحتية المالية التقليدية، بفضل هذه الأنظمة، يمكن للأفراد الذين لا يمتلكون حسابات مصرفية الاستفادة من الخدمات المالية بسهولة، توفر المحافظ الإلكترونية، ومثالا على ذلك، وسيلة آمنة وسهلة لإجراء المعاملات المالية دون الحاجة إلى حساب مصرفي.

تعزز أنظمة الدفع الإلكترونية أيضًا من وصول الخدمات المالية إلى المناطق النائية والريفية، بفضل تقنيات الهواتف المحمولة والإنترنت، يمكن للأفراد في هذه المناطق الوصول إلى الخدمات المالية وإجراء المعاملات بسهولة، مما يساهم في تحسين مستوى المعيشة وتعزيز النمو الاقتصادي في هذه المناطق.

- المساعدة على الابتكار التكنولوجي وتطويره

تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية محفزاً رئيسياً للابتكار والتطور التكنولوجي في القطاع المالي، تتطلب هذه الأنظمة تطوير تقنيات جديدة ومتقدمة لضمان الأمان والكفاءة، بفضل هذا الابتكار المستمر، يتم تحسين أنظمة الدفع الإلكترونية بشكل مستمر لتلبية احتياجات المستخدمين وتوفير تجارب أفضل.

على سبيل المثال، تقنيات الدفع عبر الهاتف المحمول والمحافظ الرقمية أصبحت شائعة بشكل متزايد، مما يوفر مرونة كبيرة للمستخدمين، كما أن تقنيات الدفع عبر الهوية البيومترية والتحقق من الهوية عبر البلوك تشين تساهم في تعزيز مستوى الأمان والموثوقية في المعاملات المالية.

- تقليل التكاليف

تعمل أنظمة الدفع الإلكترونية في تقليل التكاليف المرتبطة بمعالجة المعاملات المالية التقليدية، بفضل هذه الأنظمة، يمكن تقليل الاعتماد على الورق وتقليل الحاجة إلى الإجراءات اليدوية المكلفة، بالإضافة إلى ذلك، توفر أنظمة الدفع الإلكترونية خيارات دفع أسرع وأكثر كفاءة، مما يقلل من التكاليف المرتبطة بالتأخير في تسوية المدفوعات. (شرهان، 2023)

تساعد أنظمة الدفع الإلكترونية أيضاً في تقليل التكاليف التشغيلية للشركات، بفضل القدرة على تتبع المدفوعات وإدارة التدفقات النقدية بسهولة، يمكن للشركات تحسين كفاءة عملياتها وتقليل التكاليف المرتبطة بإدارة الأموال.

الربحية في الشركات

تعريف الربحية وأهميتها للشركات؛

الربحية هي مقدرة المنظمة على تحقيق أرباح من خلال أعمالها التشغيلية، تُقاس الربحية عادةً من خلال عدة مؤشرات مالية مثل هامش الربح الإجمالي، وهامش الربح التشغيلي، وهامش الربح الصافي، هذه المؤشرات تعكس الفارق بين الإيرادات والتكاليف المختلفة، مما يتيح تقييم كفاءة الشركة في توليد الأرباح من عملياتها. (Maverick, 2022)

أهمية الربحية للشركات

استدامة الأعمال؛ الربحية هي المؤشر الأساسي لاستدامة الأعمال، بدون تحقيق أرباح، لن تتمكن الشركة من تغطية تكاليفها التشغيلية، ودفع الديون، وتوزيع الأرباح على المساهمين، الشركات الربحية قادرة على إعادة استثمار أرباحها في أعمالها، مما يساهم في نموها واستمراريتها على المدى الطويل.

جذب المستثمرين؛ الربحية تلعب دورًا مؤثرًا في جذب المستثمرين، المستثمرون يبحثون عن الشركات التي تحقق أرباحًا مستدامة لأنها تعكس إدارة جيدة وكفاءة تشغيلية، شركة تتمتع بربحية قوية تكون أكثر جذبًا للاستثمارات، مما يعزز من قدرتها على التوسع والابتكار. (Maverick, 2022)

تحسين الوضع المالي؛ تحقيق الربحية يساعد الشركات في تحسين وضعها المالي، يمكن استخدام الأرباح المحققة لتسديد الديون، وتمويل المشاريع الجديدة، وتوسيع الأعمال، بالإضافة إلى ذلك، الربحية تعزز من قدرة الشركة على التفاوض مع البنوك والمؤسسات المالية للحصول على قروض بشروط أفضل. (Maverick, 2022)

التحفيز الداخلي؛ الربحية تلعب دورًا مهمًا في تحفيز الموظفين والإدارة، عندما تكون الشركة رابحة، يمكنها توفير مكافآت وحوافز لموظفيها، مما يعزز من معنوياتهم ويحفزهم على الأداء بشكل أفضل، هذا يؤدي إلى تحسين الإنتاجية والكفاءة التشغيلية للشركة.

تعزيز القدرة التنافسية؛ الشركات الربحية تكون أكثر قدرة على المنافسة في السوق، بفضل الأرباح، يمكن للشركة الاستثمار في البحث والتطوير، وتحسين جودة منتجاتها وخدماتها، وتقديم أسعار تنافسية، هذا يعزز من قدرتها على جذب العملاء والحفاظ على حصتها في السوق. (Maverick, 2022)

طرق قياس الربحية

تحليل الربحية يتطلب النظر في عدة مؤشرات مالية لفهم الأداء المالي للشركة بشكل شامل، من بين هذه المؤشرات؛

- هامش الربح الإجمالي؛ يقيس نسبة الربح الإجمالي إلى الإيرادات، يعكس كفاءة الشركة في

تحويل الإيرادات إلى أرباح بعد خصم تكاليف الإنتاج. (Maverick, 2022)

- هامش الربح التشغيلي؛ يقيس نسبة الربح التشغيلي إلى الإيرادات، يعكس كفاءة الشركة في تحقيق الأرباح من عملياتها التشغيلية.
- هامش الربح الصافي؛ يقيس نسبة الربح الصافي إلى الإيرادات، يعكس الربحية الشاملة للشركة بعد خصم جميع التكاليف والنفقات. (Maverick, 2022)

العوامل المؤثرة على الربحية في الشركات

الكفاءة التشغيلية

الكفاءة التشغيلية هي أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على ربحية الشركات، تعني الكفاءة التشغيلية القدرة على تحقيق أكبر قدر من المخرجات بأقل تكلفة ممكنة، الشركات التي تدير عملياتها بشكل فعال تستطيع تقليل النفقات وتحسين الربحية، يشمل ذلك تحسين إدارة المخزون، تقليل الفاقد، وزيادة إنتاجية العمال. (Lim & Rokhim, 2020)

الأسعار والتسعير

السياسات التسعيرية تلعب دورًا مؤثرًا في تحديد ربحية الشركات، تحديد السعر المناسب للمنتجات والخدمات يؤثر بشكل مباشر على الإيرادات والأرباح، إذا كانت الأسعار مرتفعة جدًا، قد يتجه العملاء إلى المنافسين، وإذا كانت منخفضة جدًا، قد لا تغطي الإيرادات التكاليف، لذا، يجب على الشركات إيجاد توازن بين تسعير منتجاتها بحيث تجذب العملاء وتحقق أرباحًا معقولة. (Lim & Rokhim, 2020)

تكلفة الإنتاج

تكلفة الإنتاج تشمل تكاليف المواد الخام، الأجور، والمصاريف التشغيلية الأخرى، الشركات التي تتمكن من تقليل تكاليف الإنتاج من خلال تحسين العمليات، واستخدام التكنولوجيا الحديثة، والحصول على المواد الخام بأسعار مناسبة، تستطيع تحقيق ربحية أعلى، ارتفاع تكاليف الإنتاج بدون زيادة مماثلة في الأسعار يمكن أن يقلل من هوامش الربح. (Lim & Rokhim, 2020)

حجم السوق والمنافسة

حجم السوق والمنافسة يؤثران بشكل كبير على ربحية الشركات، في الأسواق الكبيرة والنامية، يكون هناك فرص أكبر لتحقيق أرباح عالية، في المقابل، في الأسواق التي تشهد منافسة شديدة، قد تضطر الشركات إلى تخفيض أسعارها أو زيادة نفقاتها التسويقية للحفاظ على حصتها في السوق، مما يؤثر سلباً على الربحية. (Lim & Rokhim, 2020)

جودة المنتجات والخدمات

جودة المنتجات والخدمات تؤثر على رضا العملاء وولائهم، وهو ما ينعكس بدوره على الربحية، الشركات التي تقدم منتجات ذات جودة عالية تستطيع الاحتفاظ بالعملاء وجذب عملاء جدد من خلال سمعتها الجيدة، في المقابل، ضعف الجودة قد يؤدي إلى خسارة العملاء وتراجع المبيعات، مما يؤثر على الأرباح.

الابتكار والتكنولوجيا

الابتكار واستخدام التكنولوجيا الحديثة يمكن أن يكون لهما تأثير كبير على ربحية الشركات، الشركات التي تستثمر في الابتكار تستطيع تقديم منتجات جديدة ومحسنة، مما يعزز من قدرتها التنافسية ويزيد من حصتها في السوق، استخدام التكنولوجيا يمكن أن يساعد أيضاً في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف. (Lim & Rokhim, 2020)

تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تجربة العميل

تشهد أنظمة الدفع الإلكترونية انتشاراً واسعاً في العصر الرقمي، حيث باتت تلعب دوراً محورياً في تحسين تجربة العملاء في مختلف القطاعات، هذه الأنظمة، التي تشمل بطاقات الائتمان والخصم، والمحافظ الإلكترونية، والتطبيقات البنكية، وخدمات الدفع عبر الإنترنت، تُحدث تحولات جوهرية في طريقة تعامل العملاء مع الشركات والخدمات. (Choubey, 2024)

تساهم أنظمة الدفع الإلكترونية في تبسيط وتسريع عمليات الشراء، مما يُحسن من تجربة العملاء بشكل ملحوظ، بفضل هذه الأنظمة، لم يعد العملاء مضطرين للانتظار في طوابير طويلة أو التعامل مع

الإجراءات الورقية المعقدة، يمكنهم الآن إجراء عمليات الشراء والدفع من خلال بضعة نقرات على هواتفهم الذكية أو حواسيبهم، مما يوفر الوقت والجهد، هذا التحسين في الكفاءة يُشجع العملاء على تكرار التعامل مع الشركات التي تقدم هذه الخدمة، مما يعزز من ولاء العملاء.

بجانب ان أنظمة الدفع الإلكترونية تقدم مستويات أعلى من الأمان والشفافية مقارنة بالطرق التقليدية، بفضل التكنولوجيا المتقدمة مثل التشفير والمصادقة الثنائية، يمكن للعملاء الشعور بالطمأنينة بأن معلوماتهم المالية محمية ضد الاختراقات والاحتيال، هذه الثقة تُسهم في تحسين تجربة العملاء، حيث يمكنهم القيام بمعاملاتهم المالية دون قلق، بالإضافة إلى ذلك، توفر هذه الأنظمة سجلات دقيقة وفورية للمعاملات، مما يُمكن العملاء من متابعة إنفاقهم وإدارة ميزانياتهم بشكل أفضل. (Choubey, 2024)

كما تتيح أنظمة الدفع الإلكترونية للشركات تقديم مجموعة واسعة من الخيارات لعملائها، مما يعزز من رضاهم، يمكن للعملاء اختيار الطريقة الأنسب لهم للدفع، سواء كانت عبر البطاقات البنكية، أو المحافظ الإلكترونية، أو حتى العملات الرقمية، هذا التنوع في الخيارات يُمكن الشركات من تلبية احتياجات شريحة أوسع من العملاء، مما يُعزز من قدرتها التنافسية في السوق.

علاوة على ذلك، تساهم أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين خدمة العملاء من خلال التكامل مع منصات التجارة الإلكترونية والتطبيقات المتقدمة، يمكن للعملاء الآن إجراء عمليات الشراء والدفع مباشرة من خلال مواقع الإنترنت والتطبيقات، مما يخلق تجربة سلسلة ومتكاملة، كما يمكن للشركات جمع وتحليل بيانات المعاملات لفهم سلوك العملاء وتقديم عروض وخدمات مخصصة لهم، مما يزيد من رضاهم ويُعزز من تجربتهم. (Choubey, 2024)

لذلك ارى انه لا يمكن إنكار التأثير الإيجابي لأنظمة الدفع الإلكترونية على تجربة العملاء، من خلال تبسيط العمليات، وزيادة الأمان، وتقديم خيارات متعددة، وتحسين الخدمة، تُحدث هذه الأنظمة تحولاً جذرياً في كيفية تعامل العملاء مع الشركات والخدمات، ومن المتوقع أن يستمر هذا التأثير في النمو مع تقدم التكنولوجيا وتزايد اعتماد المستهلكين على الحلول الرقمية في حياتهم اليومية، لذا، على الشركات التي تسعى للحفاظ على تنافسيتها وتعزيز رضا عملائها، أن تستثمر في تطوير واعتماد أنظمة الدفع الإلكترونية المتقدمة. (Choubey, 2024)

العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وزيادة الربحية

أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني لا غنى عنها في تحقيق النجاح والنمو الاقتصادي للشركات، سواء كانت كبيرة أو صغيرة، تعد هذه الوسائل ليست فقط بديلاً عن الدفعات النقدية التقليدية، بل أيضاً أداة استراتيجية مؤثرة تؤثر بشكل مباشر على زيادة الربحية، يتسم تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على الربحية بالعديد من الجوانب المهمة

1. تحسين تجربة العملاء وزيادة المبيعات

واحدة من أهم الطرق التي تؤثر بها وسائل الدفع الإلكتروني على زيادة الربحية هي تحسين تجربة العملاء، من خلال تقديم خيارات دفع متعددة ومرنة مثل البطاقات الائتمانية، والمحافظ الإلكترونية، والتطبيقات المالية، يتسنى للعملاء إتمام المعاملات بسرعة وسهولة، هذا التيسير يزيد من راحة العميل ويقلل من عتبة الدخول للشراء، مما يؤدي إلى زيادة معدلات التحويل وبالتالي زيادة المبيعات. (Annapoorna, 2022)

2. تقليل التكاليف التشغيلية

إدخال وسائل الدفع الإلكتروني يمكن أن يساهم في تقليل التكاليف التشغيلية للشركة بشكل ملحوظ، على سبيل المثال، يقلل الاعتماد على النقد من تكاليف إدارة المال والتخزين الآمن، كما أنه يحد من المخاطر المتعلقة بالسرقة والخسائر المالية، بالإضافة إلى ذلك، تتيح وسائل الدفع الإلكتروني الحد من الأخطاء البشرية المحتملة في معالجة المدفوعات وتسريع عمليات الحساب والتسوية، مما يقود إلى تحسين الكفاءة التشغيلية وتوفير التكاليف. (Choubey, 2024)

3. زيادة فترة البيع والتسويق

من خلال تقديم وسائل دفع إلكترونية مثل الدفع عبر الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول، يمكن للشركات أن تتوسع في أسواق جديدة وتزيد من فترة البيع، على سبيل المثال، يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة التي ليس لها وجود في السوق الرقمي أن توسع نطاق عملياتها وتصل إلى عملاء جدد عبر الإنترنت، مما يزيد من قاعدة العملاء ويزيد من الفرص التسويقية وبالتالي زيادة الربحية.

4. تحسين الرصد والتحليل

باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني، يمكن للشركات تعزيز قدراتها في مراقبة وتحليل البيانات المالية بشكل دقيق، يمكن تتبع كل عملية دفع، وفهم سلوك العملاء، وتحليل أنماط الشراء بدقة، مما يمكن الشركة من اتخاذ قرارات استراتيجية أفضل تؤدي إلى تحسين الأداء المالي وزيادة الربحية.

5. تعزيز الأمان والثقة

يعد الأمان والثقة أمرين جادين في الدفع الإلكتروني، بفضل التقنيات الأمنية المتقدمة مثل التشفير والمصادقة الثنائية، يمكن للشركات أن تحافظ على بيانات العملاء بشكل آمن وتقديم بيئة دفع موثوقة ومأمونة، هذا التحسين في الأمان يساهم في بناء الثقة لدى العملاء وزيادة انتقال العملاء من الدفعات النقدية التقليدية إلى الدفع الإلكتروني، مما يعزز من استخدام هذه الخدمات وبالتالي زيادة الربحية.

تعد وسائل الدفع الإلكتروني أداة أساسية لتحقيق النمو وزيادة الربحية للشركات في الاقتصاد الرقمي المعاصر، من خلال تحسين تجربة العملاء، وتقليل التكاليف التشغيلية، وزيادة فترة البيع، وتحسين الرصد والتحليل، وتعزيز الأمان، يمكن للشركات تحقيق فوائد استراتيجية متعددة من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، يجب على الشركات أن تستثمر في تطوير البنية التحتية وتبني التقنيات الحديثة للاستفادة الكاملة من هذه الفرص والتحول الرقمي، مما يساعدها في تحقيق نمو مستدام وتحسين أدائها المالي على المدى الطويل.

التحديات التي تواجه أنظمة الدفع الإلكتروني

1. الأمن السيبراني

الأمن السيبراني يمثل مشكلة معقدة ومتزايدة في عالم الدفع الإلكتروني، يتعرض النظام لضغوط متزايدة نتيجة التهديدات المستمرة والمتطورة التي تستهدف البيانات الحساسة والمعاملات المالية، تشمل هذه التهديدات هجمات مثل التصيد الاحتيالي، البرمجيات الخبيثة، والهجمات الموزعة على الشبكة (DDoS)، يمكن أن تؤدي هذه الهجمات إلى اختراق البيانات الشخصية للمستخدمين، مثل أرقام

بطاقات الائتمان ومعلومات الحسابات البنكية، مما يهدد الأمان المالي للأفراد والشركات على حد سواء . (Staff, 2023)

الشركات التي لا تستثمر في حلول الأمان السيبراني المناسبة قد تواجه أضراراً جسيمة، تزايد الهجمات الإلكترونية يعنى أن أنظمة الدفع الإلكترونية يجب أن تكون قادرة على التصدي لهذه التهديدات بفعالية، من بين الأساليب المتبعة في مكافحة هذه التهديدات هو استخدام التشفير القوي لحماية البيانات أثناء النقل والتخزين، وكذلك تطبيق أنظمة مراقبة للتعرف على الأنشطة المشبوهة وتحليلها بشكل مستمر .

عدم تأمين أنظمة الدفع الإلكترونية بشكل كاف يمكن أن يؤثر بشكل مباشر على ربحية الشركات، حيث تؤدي الاختراقات إلى فقدان ثقة العملاء، مما يعني انخفاض عدد المعاملات وإيرادات أقل، ثم، الشركات قد تواجه تكاليف كبيرة نتيجة التحقيقات في الحوادث الأمنية والتعويضات المحتملة للعملاء، تعطل الأنظمة بسبب الهجمات السيبرانية يمكن أن يؤدي إلى فقدان المبيعات وعدم رضا العملاء، مما ينعكس سلباً على الإيرادات. (Staff, 2023)

علاوة على ذلك، يمكن أن تواجه الشركات غرامات تنظيمية كبيرة إذا لم تلتزم بالمعايير الأمنية المحددة، التكاليف المرتبطة بتحديث الأنظمة لتعزيز الأمان وضمان الامتثال يمكن أن تكون باهظة، مما يؤثر على الربحية على المدى الطويل، الاستثمار في الأمان السيبراني هو جزء أساسي من استراتيجية الأعمال لحماية الإيرادات وضمان استمرارية العمل.

2. احتيال الدفع

احتيال الدفع يمثل تحدياً كبيراً لأنظمة الدفع الإلكترونية، حيث يتنوع بشكل كبير من سرقة الهوية إلى استخدام بطاقات ائتمان مزورة، تقنيات الاحتيال تتطور بشكل مستمر، مما يعقد جهود الشركات في اكتشاف ومنع هذه الأنشطة غير القانونية، الاحتيال يمكن أن يشمل تقنيات مثل التصيد الاحتيالي، الاحتيال عبر الإنترنت، والاستغلال الإلكتروني للثغرات في أنظمة الدفع. (Nasr et al., 2020)

للتعامل مع هذه المشكلة، تحتاج الشركات إلى استخدام تقنيات تحليل البيانات المتقدمة والدكاء الاصطناعي لتحديد الأنشطة المشبوهة وتحليل الأنماط، يجب على الشركات أيضاً تطوير أنظمة

متكاملة لرصد الاحتيال وتقديم التدريب المستمر للموظفين والمستخدمين لرفع الوعي حول أساليب الاحتيال وكيفية الحماية منها. (Staff, 2023)

احتيال الدفع له تأثيرات سلبية مباشرة على ربحية الشركات، حيث ان تكاليف التعويضات والخسائر الناتجة عن عمليات الاحتيال يمكن أن تكون كبيرة، مما يقلل من صافي الأرباح، كما ان تكاليف التحقيقات والتعامل مع الحوادث تتطلب موارد مالية ووقتًا إضافيًا، مما يؤثر على الكفاءة التشغيلية.

علاوة على ذلك، فقدان ثقة العملاء بسبب الحوادث الأمنية يمكن أن يؤثر على سمعة الشركة، مما يؤدي إلى انخفاض عدد العملاء والإيرادات، الشركات التي تعاني من مشاكل متكررة في الاحتيال قد تجد صعوبة في جذب العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين، استثمار الشركات في الحلول الأمنية وتحديث أنظمة الدفع بانتظام يمكن أن يساعد في تقليل مخاطر الاحتيال، مما يساهم في حماية الربحية على المدى الطويل. (Nasr et al., 2020)

3. البنية التحتية التكنولوجية

البنية التحتية التكنولوجية هي العمود الفقري لأنظمة الدفع الإلكترونية، ولا يمكن تحقيق فعالية النظام بدون بنية تحتية متطورة ومستقرة، تواجه الشركات تحديات تتعلق بتحسين وتحديث البنية التحتية لتلبية متطلبات الأنظمة الحديثة، في المناطق التي تعاني من ضعف في شبكات الإنترنت أو نقص في البنية التحتية التقنية، قد تواجه الشركات مشكلات في سرعة وكفاءة المعاملات الإلكترونية.

مشاكل البنية التحتية يمكن أن تشمل انقطاعات في الخدمة، تأخيرات في معالجة المعاملات، وصعوبات في تكامل الأنظمة المختلفة، تحتاج الشركات إلى الاستثمار في تقنيات حديثة لضمان استمرارية الخدمة وعدم تأثر العمليات التجارية بأي انقطاع في الخدمة، استخدام الحوسبة السحابية يمكن أن يوفر المرونة والقدرة على التوسع لمواكبة احتياجات السوق المتغيرة. (Nasr et al., 2020)

تأثير ضعف البنية التحتية على ربحية الشركات يمكن أن يكون كبيرًا، تأخيرات في المعاملات أو انقطاعات في الخدمة تؤدي إلى فقدان الفرص التجارية، مما يقلل من الإيرادات، الشركات التي تعاني من مشاكل في البنية التحتية قد تجد صعوبة في تقديم تجربة مستخدم سلسة، مما يؤثر على رضا العملاء وثقتهم.

استثمار الشركات في تحسين البنية التحتية يمكن أن يتطلب نفقات كبيرة، لكن هذا الاستثمار يساهم في تحسين الأداء والكفاءة، البنية التحتية القوية توفر استقرارًا وثقة في النظام، مما يساهم في زيادة الإيرادات والحفاظ على الربحية، تحسين التكنولوجيا والبنية التحتية يمكن أن يعزز القدرة التنافسية للشركات ويساعد في جذب المزيد من العملاء.

4. تباين المعايير

تباين المعايير واللوائح التنظيمية بين الدول والمؤسسات يعتبر أحد التحديات الكبيرة لأنظمة الدفع الإلكترونية، تختلف المعايير الخاصة بالأمان، حماية البيانات، والتقارير المالية من بلد إلى آخر، مما يصعب عملية التكامل والتوسع العالمي، الشركات التي تعمل على المستوى الدولي تواجه صعوبة في التكيف مع مجموعة متنوعة من اللوائح والتشريعات. (Staff, 2023)

توحيد المعايير وتنظيم الأطر بشكل متكامل يعد من الحلول المقترحة، لكن تحقيق هذا الهدف يتطلب تعاونًا دوليًا ومعايير مشتركة، التباين في اللوائح يمكن أن يخلق تحديات تتعلق بالامتثال والتكامل، مما يؤثر على الكفاءة التشغيلية ويزيد من التكاليف.

التكلفة المرتبطة بالتكيف مع المعايير المختلفة تؤثر بشكل مباشر على ربحية الشركات، الشركات قد تضطر إلى استثمار موارد كبيرة في التوافق مع اللوائح المحلية والدولية، مما يزيد من التكاليف التشغيلية، علاوة على ذلك، التباين في المعايير يمكن أن يؤدي إلى تأخيرات في تقديم الخدمات على المستوى العالمي، مما يقلل من القدرة على التوسع وزيادة الإيرادات.

تحقيق التوافق مع المعايير المتباينة يتطلب استثمارات مستمرة في فرق قانونية وخبراء في الامتثال، مما يؤثر على الربحية، الشركات التي تنجح في التكيف مع التغيرات التنظيمية وتوحيد المعايير تتمتع بميزة تنافسية، حيث يمكنها تقديم خدمات أكثر كفاءة وتوسيع نطاق أعمالها بشكل أكثر فعالية.

5. التكلفة

تكلفة تطوير وصيانة أنظمة الدفع الإلكترونية تعتبر من أكبر التحديات التي تواجه الشركات، تشمل هذه التكلفة تطوير البرمجيات، تأمين الأنظمة ضد التهديدات السيبرانية، تكاليف الامتثال للوائح،

وتكاليف البنية التحتية التكنولوجية، الشركات الصغيرة والمتوسطة تواجه صعوبة في تحمل هذه التكاليف، مما قد يعيق قدرتها على التوسع أو تحسين خدماتها. (Nasr et al., 2020)

تتطلب الأنظمة الحديثة استثمارات كبيرة في تكنولوجيا المعلومات والأمان، تحتاج الشركات إلى تحديث الأنظمة بانتظام للتعامل مع التهديدات السيبرانية الجديدة والتغيرات في متطلبات السوق، بالإضافة إلى ذلك، تتطلب تكاليف الامتثال للوائح التنظيمية استثمارات إضافية لضمان التوافق مع المتطلبات القانونية. (Staff, 2023)

التكاليف المرتفعة المرتبطة بأنظمة الدفع الإلكترونية تؤثر بشكل مباشر على ربحية الشركات، النفقات الكبيرة في تطوير وصيانة الأنظمة يمكن أن تقلل من صافي الأرباح، خاصة بالنسبة للشركات الصغيرة والمتوسطة التي قد تجد صعوبة في تحمل هذه التكاليف، علاوة على ذلك، التكاليف المرتبطة بتحسين الأمان وتجديد الأنظمة يمكن أن تؤدي إلى زيادة التكاليف التشغيلية، مما يؤثر على الربحية بشكل عام.

على الرغم من هذه التكاليف، فإن الاستثمار في أنظمة الدفع الإلكترونية الحديثة يمكن أن يكون له فوائد طويلة الأجل، تحسين الأنظمة يعزز من كفاءة العمليات، يوفر تجربة مستخدم أفضل، ويزيد من القدرة التنافسية، الشركات التي تستثمر بشكل صحيح في التكنولوجيا والأمان قد ترى زيادة في الإيرادات على المدى الطويل، مما يساعد على تحسين الربحية.

نبذة عن شركة أبل

تأسست شركة أبل في الأول من أبريل عام 1976 على يد ستيف جوبز، وستيف وزنياك، ورونالد واين، بهدف تطوير وبيع أجهزة الكمبيوتر الشخصي، كانت البداية متواضعة ولكن الشركة سرعان ما أظهرت إمكانياتها العالية من خلال إطلاق أجهزة كمبيوتر مبتكرة، بدءاً من "Apple I" الذي تم تجميعه يدوياً، وصولاً إلى "Apple II" الذي أحدث ثورة في صناعة الكمبيوتر الشخصي بفضل تصميمه المتقدم وسهولة استخدامه. (Britannica Money, 2024)

خلال الثمانينيات، واصلت أبل التطور بإطلاق أجهزة جديدة مثل "Macintosh" عام 1984، والذي كان أول كمبيوتر شخصي يأتي مع واجهة مستخدم رسومية، مما جعل الحوسبة أكثر سهولة وملائمة

للمستخدمين العاديين، ورغم النجاح، واجهت الشركة تحديات في التسعينيات بسبب تزايد المنافسة وتدهور المبيعات، مما أدى إلى إقالة جوبز في عام 1985، ومع ذلك، عاد جوبز إلى الشركة في عام 1997 وأطلق سلسلة من المنتجات الثورية التي أنقذت أبل من حافة الإفلاس، منها iMac و iPod.

استمرت أبل في الابتكار تحت قيادة جوبز وخلفائه، حيث قدمت منتجات متميزة غيرت طريقة استخدام التكنولوجيا في الحياة اليومية، وفاة جوبز في عام 2011 كانت صدمة للشركة، لكن تيم كوك الذي تولى منصب الرئيس التنفيذي نجح في قيادة الشركة نحو مزيد من النمو والابتكار.

المنتجات والخدمات المقدمة

تتميز أبل بتنوع منتجاتها التي تجمع بين التصميم الأنيق والأداء العالي، مما جعلها رائدة في مجال التكنولوجيا، يشمل خط إنتاج أبل مجموعة واسعة من الأجهزة الإلكترونية التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة المستخدمين.

- الهواتف الذكية (iPhone): يعد iPhone من أشهر منتجات أبل وأكثرها نجاحاً، حيث قدمت الشركة أول هاتف ذكي في عام 2007، تميز iPhone بواجهة المستخدم المبتكرة وتقنية اللمس المتعدد، ومنذ ذلك الحين، واصلت أبل تطويره بميزات جديدة مثل الكاميرات عالية الجودة، ومعالجات قوية، وشاشات متقدمة. (Britannica Money, 2024)
- أجهزة الكمبيوتر اللوحية (iPad): أطلقت أبل جهاز iPad في عام 2010، والذي يعتبر مزيجاً بين الهاتف الذكي والكمبيوتر الشخصي، استخدم iPad لتصفح الإنترنت، ومشاهدة الفيديوهات، وإنجاز الأعمال، وأصبح أداة تعليمية وترفيهية مفضلة لدى الكثيرين.
- أجهزة الكمبيوتر الشخصية (Mac): تقدم أبل مجموعة متنوعة من أجهزة الكمبيوتر الشخصية مثل MacBook و iMac و Mac Pro، والتي تتميز بالأداء العالي والتصميم الأنيق ونظام التشغيل macOS الذي يوفر تجربة مستخدم سلسلة وآمنة.
- الأجهزة القابلة للارتداء (Apple Watch): دخلت أبل سوق الأجهزة القابلة للارتداء في عام 2015 مع إطلاق Apple Watch، تميز هذا الجهاز بتصميمه الأنيق وميزاته الصحية والرياضية، مثل قياس معدل ضربات القلب وتتبع النشاط البدني.

- الخدمات الرقمية: تقدم أبل مجموعة من الخدمات الرقمية التي تعزز تجربة المستخدم، مثل iCloud لتخزين الملفات على السحابة، و Apple Music لخدمات بث الموسيقى، و App Store لتوزيع التطبيقات، و Apple TV+ لخدمات البث التلفزيوني.

خلال العقود الماضية، استمرت أبل في الابتكار والتطوير، مما جعلها واحدة من أكبر الشركات في العالم بقيمة سوقية تتجاوز التريليون دولار، تركز الشركة على تقديم منتجات وخدمات عالية الجودة تلبي احتياجات العملاء وتتفوق على توقعاتهم، مما يعزز مكانتها كرائدة في مجال التكنولوجيا والابتكار.

استراتيجية أبل في الدفع الإلكتروني

استراتيجية أبل في الدفع الإلكتروني تتمحور حول الابتكار، الأمان، وسهولة الاستخدام، منذ إطلاق Apple Pay في عام 2014، قامت أبل بتغيير قواعد اللعبة في مجال الدفع الإلكتروني من خلال تقديم حل آمن وسهل الاستخدام لمستخدمي أجهزتها، وتعتمد هذه الاستراتيجية على عدة عناصر رئيسية تتضمن التكنولوجيا المتقدمة، الشراكات الاستراتيجية، وتوفير تجربة مستخدم متميزة.

التكنولوجيا المتقدمة

تعتبر التكنولوجيا المتقدمة أحد الركائز الأساسية في استراتيجية أبل للدفع الإلكتروني، تعتمد Apple Pay على تقنية (Near Field Communication) NFC لتسهيل المدفوعات اللاسلكية، مما يتيح للمستخدمين إجراء المعاملات بلمسة واحدة من أجهزتهم، كما تستخدم أبل تقنيات متقدمة مثل Touch ID و Face ID لتوفير مستوى عالٍ من الأمان والتحقق من هوية المستخدم، هذه التقنيات ليست فقط مبتكرة، بل توفر أيضًا راحة وأمانًا فائقين للمستخدمين، مما يساهم في زيادة الاعتماد على Apple Pay. (Hayes, 2023).

الأمان

الأمان هو عنصر محوري في استراتيجية أبل للدفع الإلكتروني، تعتمد أبل على تقنية التشفير المتقدمة لحماية بيانات المستخدمين، عند إضافة بطاقة ائتمان أو خصم إلى Apple Pay، يتم تحويل

المعلومات إلى رمز فريد يسمى "Token" يستخدم لإتمام المعاملات، بدلاً من استخدام تفاصيل البطاقة الفعلية، هذا الرمز لا يمكن استخدامه سوى من الجهاز الذي أنشأه، مما يقلل من فرص التلاعب أو السرقة. (Hayes, 2023)

بالإضافة إلى ذلك، لا تقوم أبل بتخزين تفاصيل البطاقة الفعلية على أجهزتها أو على خوادمها، مما يزيد من مستوى الأمان ويحمي بيانات المستخدمين من أي اختراقات محتملة، كما يتم تأكيد كل معاملة بواسطة Touch ID، Face ID، أو رمز مرور، مما يضيف طبقة إضافية من الحماية.

سهولة الاستخدام

تعتبر سهولة الاستخدام أحد أبرز العوامل التي تميز Apple Pay وتجعلها محبوبة لدى المستخدمين، تهدف أبل إلى جعل عملية الدفع الإلكتروني بسيطة وسريعة قدر الإمكان، يمكن للمستخدمين إعداد Apple Pay في غضون دقائق قليلة من خلال تطبيق Wallet، ومن ثم يمكنهم البدء في استخدامه لإجراء المدفوعات عبر الإنترنت وفي المتاجر الفعلية بسهولة. (Hayes, 2023)

تدعم Apple Pay أيضًا مجموعة واسعة من التجار والبنوك في مختلف أنحاء العالم، مما يجعلها حلاً شاملاً يمكن استخدامه في العديد من المواقع والمواقف، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين استخدام Apple Pay لإجراء المدفوعات في التطبيقات والمواقع الإلكترونية بسهولة، مما يجعلها أداة فعالة لإدارة المدفوعات اليومية.

الشراكات الاستراتيجية

تعتمد استراتيجية أبل في الدفع الإلكتروني بشكل كبير على الشراكات الاستراتيجية مع البنوك والمؤسسات المالية، منذ إطلاق Apple Pay، قامت أبل بتكوين شراكات مع عدد كبير من البنوك والمُصدرين لبطاقات الائتمان والخصم في مختلف أنحاء العالم، مما يضمن توفير دعم واسع للمستخدمين.

تعمل أبل أيضًا بشكل وثيق مع التجار ومقدمي الخدمات لتعزيز اعتماد Apple Pay في المتاجر الفعلية وعبر الإنترنت، هذه الشراكات تساهم في توسيع نطاق استخدام Apple Pay وتسهيل قبولها كوسيلة دفع رئيسية في مختلف الأسواق.

الابتكار المستمر

تستمر أبل في الابتكار وتطوير Apple Pay لتلبية احتياجات المستخدمين المتزايدة، من بين الابتكارات الأخيرة، أطلقت أبل خدمة Apple Card، وهي بطاقة ائتمان رقمية تم تطويرها بالتعاون مع بنك Goldman Sachs، توفر Apple Card ميزات فريدة مثل عدم وجود رسوم مخفية، ومكافآت نقدية يومية، وأدوات مالية لمساعدة المستخدمين على إدارة نفقاتهم بشكل أفضل.

كما قامت أبل بتوسيع خدماتها المالية من خلال تقديم Apple Cash، التي تتيح للمستخدمين إرسال واستلام الأموال بسهولة عبر iMessage، هذه الابتكارات تعكس التزام أبل بتقديم حلول مالية متكاملة تلبي احتياجات المستخدمين اليومية وتعزز تجربتهم في الدفع الإلكتروني. (Hayes, 2023)

التوسع العالمي

تسعى أبل إلى توسيع نطاق Apple Pay ليشمل المزيد من الأسواق العالمية، بدأت Apple Pay في الولايات المتحدة، ومن ثم توسعت لتشمل العديد من الدول الأخرى مثل المملكة المتحدة، كندا، أستراليا، والصين، تواصل أبل العمل على زيادة التواجد الدولي لـ Apple Pay من خلال عقد شراكات مع المزيد من البنوك والمؤسسات المالية في مختلف البلدان.

فإن هذا التوسع العالمي يساعد أبل على زيادة قاعدة مستخدميها وتعزيز مكانتها كلاعب رئيسي في سوق الدفع الإلكتروني العالمي، كما يعزز التوسع قدرة أبل على تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجات المستخدمين في مختلف الثقافات والأسواق.

تجربة المستخدم

تركز أبل بشكل كبير على تقديم تجربة مستخدم متميزة ومتكاملة في جميع خدماتها، و Apple Pay ليس استثناءً، تهدف أبل إلى جعل عملية الدفع بسيطة، سريعة، وآمنة قدر الإمكان، مما يساهم في تحسين رضا المستخدمين وزيادة اعتماد Apple Pay كوسيلة دفع رئيسية.

تعتمد أبل على واجهات مستخدم مبتكرة وسهلة الاستخدام، بالإضافة إلى دعم ممتاز للعملاء لضمان تجربة سلسلة وخالية من المشاكل، كما تتيح أبل للمستخدمين تتبع معاملاتهم المالية بسهولة من خلال تطبيق Wallet، مما يوفر لهم شفافية أكبر وتحكمًا أفضل في نفقاتهم. (Greaves, 2023)

الأثر الاقتصادي والاجتماعي

تمتد فوائد Apple Pay إلى ما هو أبعد من الراحة والأمان للمستخدمين، لتشمل تأثيرات اقتصادية واجتماعية واسعة، من الناحية الاقتصادية، يساهم Apple Pay في تعزيز الاقتصاد الرقمي من خلال تسهيل المعاملات التجارية عبر الإنترنت وتقليل الاعتماد على النقد، هذا التحول نحو الاقتصاد الرقمي يعزز من كفاءة الأعمال التجارية ويساهم في نمو الاقتصاد العالمي. (Greaves, 2023)

من الناحية الاجتماعية، يساهم Apple Pay في تعزيز الشمول المالي من خلال توفير وسائل دفع إلكترونية مبتكرة يمكن الوصول إليها من قبل مجموعة واسعة من الأفراد، بما في ذلك الذين لا يملكون حسابات مصرفية تقليدية، هذا الشمول المالي يمكن أن يساهم في تحسين مستويات المعيشة وزيادة الفرص الاقتصادية للأفراد والمجتمعات.

تشير الأرقام إلى النمو السريع والنجاح الكبير لنظام Apple Pay في سوق المدفوعات الرقمية. في عام 2022، حقق Apple Pay حجم مدفوعات كبير بلغ 6 تريليون دولار، مما أسفر عن إيرادات تصل إلى 1.9 مليار دولار. هذا الأداء يضعه في منافسة قوية مع عمالقة الدفع مثل Mastercard و Visa، اللتين عالجتا حجم مدفوعات يبلغ 8.2 تريليون دولار و 14 تريليون دولار على التوالي.

فمن خلال توليد إيرادات تبلغ 1.9 مليار دولار من حجم المدفوعات البالغ 6 تريليون دولار، يساهم Apple Pay بشكل كبير في الإيرادات الإجمالية لشركة أبل. هذه الإيرادات المباشرة تأتي من الرسوم التي تتقاضاها أبل عن كل معاملة تتم عبر نظامها، مما يعزز من أرباح الشركة ويعزز من مكانتها المالية في السوق.

على الرغم من أن حجم المدفوعات عبر Apple Pay أقل من ذلك الخاص بـ Mastercard و Visa، فإن النجاح في معالجة 6 تريليون دولار يُظهر قدرة النظام على جذب عدد كبير من المستخدمين ويعكس مدى قوة تأثيره في سوق المدفوعات. يمكن أن تشير الزيادة الكبيرة في حجم المدفوعات إلى أن

Apple Pay لديها القدرة على التوسع والنمو، مما يعزز من مكانتها كمنافس رئيسي في سوق المدفوعات الرقمية.

إن النجاح الكبير لنظام Apple Pay في معالجة حجم مدفوعات بلغ 6 تريليون دولار وتوليد إيرادات بقيمة 1.9 مليار دولار يعكس تأثيره القوي في سوق المدفوعات الرقمية. هذا النجاح يساهم في تعزيز أرباح شركة أبل، ويعزز من قدرتها التنافسية، ويوفر فرصًا إضافية للتوسع والابتكار. من خلال الاستفادة من البنية التحتية للمدفوعات وتعزيز تجربة العملاء، يتمكن Apple Pay من تحقيق نمو ملحوظ وزيادة الإيرادات بشكل مستدام.

التحديات المستقبلية

رغم النجاحات الكبيرة التي حققتها أبل مع Apple Pay، إلا أن الشركة تواجه عدة تحديات مستقبلية، من بين هذه التحديات، التنافس الشديد في سوق الدفع الإلكتروني حيث تواجه Apple Pay منافسة قوية من قبل شركات مثل Google Pay و Samsung Pay، بالإضافة إلى التطبيقات المالية الناشئة. (Greaves, 2023)

كما تواجه أبل تحديات تنظيمية في بعض الأسواق، حيث تتطلب اللوائح المحلية توافقات معينة لتشغيل خدمات الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى ذلك، يجب على أبل الاستمرار في الابتكار والتطوير لتلبية توقعات المستخدمين المتزايدة والحفاظ على ريادتها في السوق.

تمثل استراتيجية أبل في الدفع الإلكتروني نموذجًا ناجحًا لكيفية تطبيق التكنولوجيا المتقدمة لتقديم حلول مبتكرة وآمنة للمستخدمين، من خلال التركيز على الأمان، سهولة الاستخدام، والشراكات الاستراتيجية، تمكنت أبل من جعل Apple Pay واحدة من أبرز حلول الدفع الإلكتروني في العالم، ومع استمرار التوسع والابتكار، من المتوقع أن تظل أبل لاعبًا رئيسيًا في هذا المجال، مما يعزز من مكانتها كشركة رائدة في مجال التكنولوجيا المالية. (Greaves, 2023)

جدول الإيرادات السنوية لشركة أبل (بملايين الدولارات الأمريكية)

سنة	إيرادات (بملايين الدولارات الأمريكية)
2023	383,285
2022	394,328
2021	365,817
2020	274,515
2019	260,174
2018	265,595
2017	229,234
2016	215,639
2015	233,715
2014	182,795
2013	170,910

تحليل الإيرادات السنوية لشركة أبل (2013-2023)

من خلال استعراض الإيرادات السنوية لشركة أبل على مدى العقد الماضي، نستطيع ملاحظة تطور كبير في أدائها المالي، مما يعكس استراتيجياتها المتطورة والتكيف المستمر مع متغيرات السوق.

نظرة عامة على الإيرادات السنوية

خلال الفترة من 2013 إلى 2023، شهدت شركة أبل نموًا ملحوظًا في إيراداتها السنوية، حيث ارتفعت الإيرادات من 170,910 مليون دولار في عام 2013 إلى 383,285 مليون دولار في عام 2023. هذا النمو الهائل يعكس قدرة الشركة على الابتكار المستمر وتوسيع قاعدة عملائها عالميًا.

النمو المطرد (2013-2015)

في السنوات الأولى من الفترة المدروسة، سجلت أبل نموًا ثابتًا في الإيرادات، حيث ارتفعت من 170,910 مليون دولار في 2013 إلى 233,715 مليون دولار في 2015. هذا النمو يمكن أن يُعزى إلى نجاح المنتجات الرئيسية للشركة مثل أجهزة iPhone و iPad، والتي جذبت عددًا كبيرًا من المستهلكين بفضل التصميم المبتكر والأداء القوي.

التقلبات الطفيفة (2016-2017)

في عام 2016، شهدت أبل انخفاضًا طفيفًا في الإيرادات، حيث بلغت 215,639 مليون دولار مقارنة بـ 233,715 مليون دولار في 2015. هذا الانخفاض يعكس التحديات التي واجهتها الشركة في ذلك الوقت، بما في ذلك تباطؤ مبيعات أجهزة iPhone في بعض الأسواق الرئيسية. ومع ذلك، تمكنت الشركة من التعافي سريعًا في عام 2017، حيث ارتفعت الإيرادات إلى 229,234 مليون دولار بفضل إطلاق منتجات جديدة وتحسينات في الأجهزة القائمة.

استقرار نسبي (2018-2019)

في عامي 2018 و 2019، شهدت أبل استقرارًا نسبيًا في إيراداتها، حيث بلغت 265,595 مليون دولار في 2018 و 260,174 مليون دولار في 2019. هذا الاستقرار يعكس نضوج بعض المنتجات

الأساسية مثل iPhone وتوجه الشركة نحو تنويع مصادر الإيرادات من خلال الخدمات الرقمية مثل Apple Pay و Apple Music.

القفزة الكبرى (2020-2021)

أحد أهم الفترات في تاريخ أبل المالي كانت من 2020 إلى 2021، حيث قفزت الإيرادات من 274,515 مليون دولار في 2020 إلى 365,817 مليون دولار في 2021. هذا النمو الكبير يمكن أن يُعزى إلى عدة عوامل، منها زيادة الطلب على الأجهزة الإلكترونية خلال جائحة كوفيد-19، وتحسينات كبيرة في منتجات أبل مثل iPhone 12 و MacBook مع معالجات M1 الجديدة. كما لعبت الخدمات الرقمية دورًا كبيرًا في زيادة الإيرادات بفضل الطلب المتزايد على الترفيه الرقمي والعمل عن بُعد.

استمرار النمو (2022-2023)

استمر نمو إيرادات أبل في السنوات التالية، حيث بلغت الإيرادات 394,328 مليون دولار في 2022 و 383,285 مليون دولار في 2023. على الرغم من التحديات الاقتصادية العالمية، استطاعت أبل الحفاظ على مكانتها بفضل التنويع المستمر في منتجاتها وخدماتها، والتوسع في الأسواق الناشئة. كما أن الاستثمارات في التقنيات الجديدة مثل الواقع المعزز والذكاء الاصطناعي ساهمت في تعزيز مكانة الشركة المستقبلية.

العوامل المؤثرة في الإيرادات

يمكن تلخيص العوامل الرئيسية التي أثرت على إيرادات أبل خلال العقد الماضي فيما يلي:

1. الابتكار المستمر: إطلاق منتجات جديدة ومبتكرة مثل iPhone و iPad و Apple Watch، بالإضافة إلى تحسينات مستمرة في الأجهزة الحالية.
2. تنويع مصادر الإيرادات: التوسع في الخدمات الرقمية مثل Apple TV، Apple Music، و Apple Pay، مما أضاف مصادر جديدة للدخل بعيدة عن الأجهزة التقليدية.

3. التوسع الجغرافي: دخول أسواق جديدة وزيادة التواجد في الأسواق الناشئة مثل الصين والهند، مما ساهم في زيادة قاعدة العملاء.

4. التكيف مع التغيرات: استجابة سريعة للتغيرات في سلوك المستهلكين والتوجه نحو المنتجات التي تلبي احتياجات العمل عن بُعد والترفيه الرقمي خلال جائحة كوفيد-19.

5. استثمارات في التكنولوجيا: استثمار كبير في البحث والتطوير والتقنيات الجديدة مثل معالجات M1، مما يعزز من أداء المنتجات وقيمتها لدى المستهلكين.

تظهر البيانات المالية لشركة أبل من 2013 إلى 2023 نمطاً من النمو القوي والمستدام، على الرغم من بعض التقلبات الطفيفة. قدرة الشركة على الابتكار المستمر، تنويع مصادر الإيرادات، والتوسع في الأسواق العالمية كانت عوامل رئيسية في تحقيق هذا النجاح. بالنظر إلى المستقبل، يبدو أن أبل مهيأة لمواصلة النمو بفضل استثماراتها في التقنيات الناشئة واستمرارها في تقديم منتجات وخدمات تلبي احتياجات المستهلكين المتغيرة.

الفصل الثالث

المنهجية

المنهجية وطرق البحث؛

منهجية الدراسة تتبنى المنهج الوصفي التحليلي لفحص تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على زيادة الربحية في سياق شركة Apple، الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو فهم العلاقة بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني والأداء المالي للشركة، وتحليل كيفية تأثير هذه الوسائل على الإيرادات والتكاليف التشغيلية والربحية بشكل عام.

ستتم دراسة حالة شركة Apple باعتبارها مثالاً تطبيقياً لتقييم أداء وسائل الدفع الإلكتروني في بيئة الشركات الكبيرة والمتقدمة تقنياً، سيتم استخدام عدة أدوات لجمع وتحليل البيانات، من بينها؛

ستتضمن الدراسة تصميم وتوزيع استبيانات إلكترونية موجهة لعملاء Apple في منطقة الدراسة، بهدف فهم تفضيلاتهم واستخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني مثل Apple Pay، سيتم جمع البيانات بشكل شامل لتحليل سلوك العملاء وتقييم رأيهم حول تجربتهم بشأن الراحة والفعالية في استخدام هذه التقنيات.

كما سيتم تحليل البيانات المالية والمحاسبية لشركة Apple، بما في ذلك التقارير السنوية والفصلية المتاحة للعامة، سيتم استخدام أدوات التحليل المالي لفهم تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على الأداء المالي للشركة، بما في ذلك التأثيرات على الإيرادات الإجمالية، تكاليف المعاملات، والربحية الصافية.

سيتم تصميم الدراسة باعتماد منهج استقرائي لتحليل البيانات التي تم جمعها من الاستبانة والبيانات المالية، سيتم تقديم وصف مفصل لنتائج تحليل البيانات بشكل كمي ونوعي لفهم التأثير الفعلي لأنظمة الدفع الإلكترونية على زيادة الربحية وأداء شركة آبل، ستشمل تصاميم الدراسة أيضاً تحليل المتغيرات المستقلة والتابعة المتأثرة بأنظمة الدفع الإلكترونية بطريقة منهجية وعلمية للوصول إلى استنتاجات دقيقة وموثوقة.

أدوات الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على زيادة الربحية في شركة أبل من خلال تحليل تجارب العملاء في السعودية، لتحقيق هذا الهدف، تم استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات لضمان جمع وتحليل البيانات بشكل دقيق وشامل، تضمنت الأدوات الرئيسية الاستبيان الإلكتروني، البيانات الثانوية، وبرنامج التحليل الإحصائي، مع التركيز على الجمع بين الأساليب الكمية والنوعية للحصول على فهم شامل للتأثيرات.

1. الاستبيان الإلكتروني:

كان الاستبيان الإلكتروني هو الأداة الرئيسية لجمع البيانات الأولية في هذه الدراسة، تم تصميم الاستبيان بعناية ليشمل مجموعة من الأسئلة المغلقة، التي تهدف إلى قياس تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تجربة العملاء وربحية شركة أبل، الأسئلة المغلقة تضمنت خيارات مثل "أوافق بشدة"، "أوافق"، "محايد"، "لا أوافق"، و"لا أوافق بشدة"، مما سهّل تحليل البيانات باستخدام الأدوات الإحصائية، على سبيل المثال، الأسئلة المتعلقة بالرضا عن أنظمة الدفع الإلكترونية وسهولة استخدامها قدمت رؤى قيمة حول كيف تؤثر هذه الأنظمة على تجربة العملاء.

2. توزيع الاستبيان:

تم توزيع الاستبيان الإلكتروني على عينة مكونة من 110 أفراد من عملاء أبل في السعودية، تم اختيار هذه العينة بشكل عشوائي لضمان تمثيل متنوع للمستخدمين من مختلف الخلفيات والأعمار، توزيع الاستبيان إلكترونياً ساعد في الوصول إلى شريحة واسعة من المشاركين بسهولة وسرعة، مما زاد من موثوقية النتائج، كما أن الطبيعة الإلكترونية للاستبيان سهلت جمع البيانات وتحليلها بفعالية، حيث تم تخزين الردود تلقائياً في قاعدة بيانات مركزية جاهزة للتحليل.

3. البيانات الثانوية:

إلى جانب الاستبيان الإلكتروني، تم الاعتماد على مجموعة من البيانات الثانوية لدعم وتحليل النتائج، شملت هذه البيانات التقارير المالية لشركة أبل، الدراسات السابقة حول أنظمة الدفع الإلكترونية،

والإحصاءات المتاحة من مصادر موثوقة مثل مواقع الشركات، المجالات الأكاديمية، والتقارير الرسمية، البيانات الثانوية وفرت خلفية قوية وسياًفاً تاريخياً يمكن من خلاله تفسير البيانات الأولية، على سبيل المثال، التقارير المالية لشركة أبل ساعدت في فهم كيفية تأثير اعتماد أنظمة الدفع الإلكترونية على الأداء المالي للشركة عبر السنوات.

4. الأدوات الإحصائية:

لتحليل البيانات الكمية المستخلصة من الاستبيان، تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، تم تطبيق تقنيات إحصائية متنوعة مثل التوزيعات التكرارية، النسب المئوية، والانحدار الخطي لتحليل العلاقة بين المتغيرات المختلفة، هذا التحليل الإحصائي ساعد في تقديم تفسير موضوعي للبيانات وتحديد الاتجاهات والارتباطات بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وزيادة الربحية.

حيث ان استخدام التوزيعات التكرارية والنسب المئوية ساعد في تقديم صورة واضحة عن توزيع الردود بين المشاركين، مما مكنا من تحديد مدى انتشار وتأثير آراء محددة حول أنظمة الدفع الإلكترونية، بينما استخدام الانحدار الخطي مكنا من فحص العلاقة بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وزيادة الربحية، مما قدم دلائل قوية على الاتجاهات السائدة.

5. التحليل النوعي:

تم تحليل البيانات النوعية باستخدام تقنيات التحليل الموضوعي، تم ترميز الردود المفتوحة وتحديد الأنماط والمواضيع الرئيسية، هذا النهج النوعي ساعد في تفسير البيانات الكمية وتقديم رؤى أعمق حول تجربة العملاء مع أنظمة الدفع الإلكترونية وتأثيرها على سلوكهم الشرائي وولائهم.

من خلال تحليل النصوص المفتوحة، تمكنا من استخراج الأنماط الرئيسية والتوجهات العامة في ردود المشاركين، مثلاً، الكثير من المشاركين أشاروا إلى أن السرعة والأمان في المعاملات الإلكترونية هما من العوامل الأساسية التي تعزز رضاهم وولائهم للشركة، هذه المعلومات النوعية قدمت بعداً إضافياً للبيانات الكمية وساعدت في تقديم توصيات عملية لتحسين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية.

اعتمدت الدراسة على استبيان إلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات، مع التركيز على عينة مكونة من 110 أفراد من عملاء أبل في السعودية، تم دعم البيانات الأولية المستخلصة من الاستبيان بالبيانات الثانوية، واستخدام الأدوات الإحصائية والتحليل النوعي لتقديم نتائج موثوقة وشاملة حول تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على زيادة الربحية في شركة أبل.

هذا المزيج من الأدوات ساعد في جمع بيانات متنوعة وشاملة، مما أدى إلى نتائج موثوقة وقابلة للتطبيق، الاستبيان الإلكتروني وفر بيانات كمية يمكن تحليلها بسهولة، بينما البيانات الثانوية قدمت سياقاً تاريخياً ودعمت التحليل الكمي، بالإضافة إلى ذلك، التحليل النوعي قدم رؤى أعمق حول تجربة العملاء وسلوكهم، مما ساعد في تقديم توصيات مستنيرة لتحسين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتعزيز الربحية في شركة أبل.

حدود الدراسة ؛

الحدود الزمانية؛ سوف يتم تطبيق هذه الدراسة في العام الحالي الموافق 2024

الحدود المكانية؛ سوف يتم تطبيق هذه الدراسة في المملكة العربية السعودية

الفصل الرابع:

الدراسة التطبيقية

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

طريقة الدراسة الميدانية

1. تصميم الدراسة الميدانية:

تم تصميم الدراسة الميدانية باستخدام استبيان إلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات من المشاركين، الهدف من هذا الاستبيان هو قياس تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تجربة العملاء وربحية شركة أبل، تم تطوير الاستبيان ليشمل أسئلة مغلقة ومفتوحة للحصول على بيانات كمية ونوعية، تم التأكد من أن الأسئلة تعكس بشكل دقيق الموضوعات الرئيسية للدراسة مثل رضا العملاء، سهولة الاستخدام، الأمان، والولاء.

2. تحديد العينة:

تم اختيار عينة الدراسة من عملاء أبل في السعودية لضمان تمثيل متنوع وشامل، بلغ حجم العينة 110 مشاركاً، تم اختيارهم بشكل عشوائي لضمان الحيادية، التوزيع العشوائي يساعد في تجنب التحيز ويضمن تمثيل متوازن للمستخدمين من مختلف الخلفيات والأعمار، العينة المختارة تعكس شريحة واسعة من العملاء الذين يستخدمون أنظمة الدفع الإلكترونية، مما يضمن شمولية البيانات المستخلصة.

تم توزيع الاستبيان إلكترونياً على المشاركين، مما سمح بجمع البيانات بسرعة وكفاءة، استخدام الوسائل الإلكترونية في توزيع الاستبيان يتيح الوصول إلى عدد كبير من المشاركين في وقت قصير ويقلل من تكلفة جمع البيانات، تم إرسال الدعوات للمشاركة في الاستبيان عبر البريد الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي لضمان وصولها إلى الفئة المستهدفة.

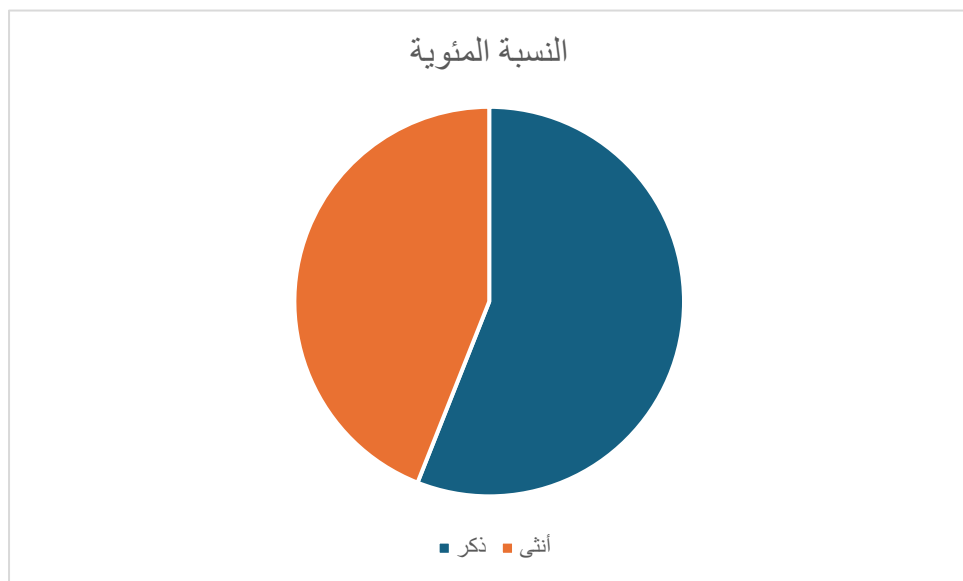
بعد توزيع الاستبيان، تم جمع الردود إلكترونياً وتخزينها في قاعدة بيانات مركزية جاهزة للتحليل، البيانات المجموعة شملت ردوداً كمية من الأسئلة المغلقة ونصوصاً نوعية من الأسئلة المفتوحة، هذا الجمع المتكامل للبيانات الكمية والنوعية يساعد في تقديم صورة شاملة ومتكاملة عن تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية.

تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية خطوات دقيقة ومنظمة تهدف إلى جمع وتحليل البيانات بشكل يعكس تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على زيادة الربحية في شركة أبل، بدءاً من تصميم الدراسة وتحديد العينة، مروراً بتوزيع وجمع الاستبيانات، وصولاً إلى التحليل الكمي والنوعي للبيانات، تضمن هذه الإجراءات تحقيق نتائج موثوقة وشاملة، التحليل الإحصائي والنوعي المتكامل، بالإضافة إلى الالتزام بالأخلاقيات، يعزز من دقة ومصداقية الاستنتاجات المستخلصة، مما يساهم في تقديم توصيات عملية لتحسين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وزيادة الربحية في شركة أبل.

مجتمع وعينة الدراسة

الجدول 1: الجنس

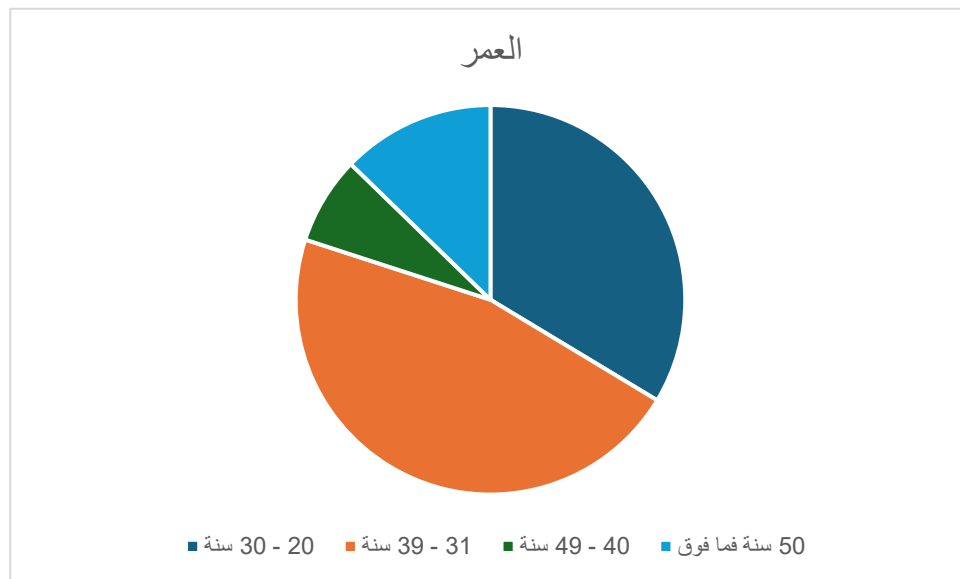
النوع	النسبة المئوية	العدد
ذكر	56%	56
أنثى	44%	44



يوضح الجدول 1 توزيع الجنس بين المشاركين في الدراسة، حيث يظهر أن هناك نسبة أعلى من الذكور (56%) مقارنة بالإناث (44%)، يمكن تفسير هذا التوزيع بأسباب مختلفة، منها طبيعة استخدام التقنية بين الجنسين أو تركيبة العينة المستهدفة، فهذه النتيجة تشير إلى أن استخدام Apple Pay قد يكون أكثر شيوعًا بين الذكور في هذه العينة المحددة.

الجدول 2: العمر

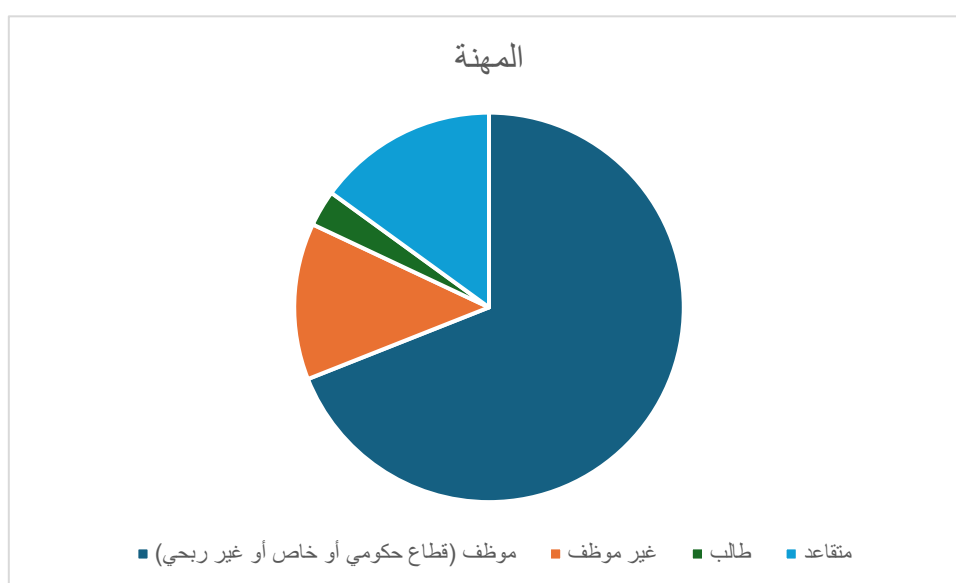
العمر	العدد	النسبة المئوية
20 - 30 سنة	37	33.64%
31 - 39 سنة	51	46.36%
40 - 49 سنة	8	7.27%
50 سنة فما فوق	14	12.73%



يعرض الجدول 2 توزيع الأعمار بين المشاركين، الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً هي بين 31 و39 سنة، حيث تشكل 46.36% من العينة، يليها الفئة العمرية بين 20 و30 سنة بنسبة 33.64%، يمكن تفسير هذه النسبة بأن الفئات العمرية الأصغر والأكثر نشاطاً قد تكون أكثر تقبلاً واستخداماً للتقنيات الحديثة مثل Apple Pay، في المقابل، تشكل الفئات العمرية بين 40 و49 سنة و50 سنة فما فوق نسب أقل، مما قد يشير إلى أن هذه الفئات تكون أقل استخداماً للتقنيات الحديثة.

الجدول 3: المهنة

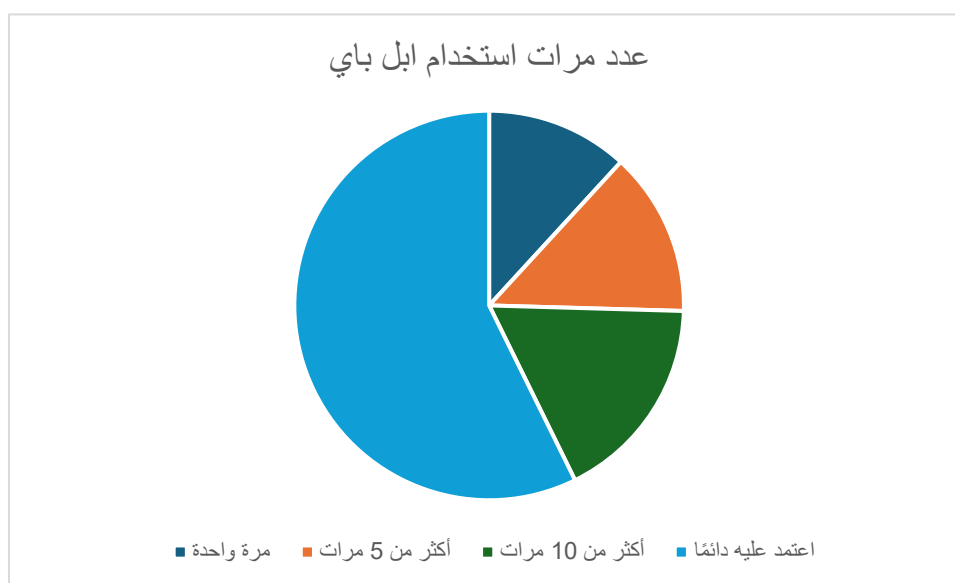
المهنة	النسبة المئوية	العدد
موظف (قطاع حكومي أو خاص أو غير ربحي)	69%	69
غير موظف	13%	13
طالب	3%	3
متقاعد	15%	15



يبرز الجدول 3 أن الغالبية العظمى من المشاركين هم موظفون في القطاع الحكومي أو الخاص أو غير الربحي بنسبة 69%، هذه النتيجة تشير إلى أن الأشخاص الذين لديهم دخل ثابت ومستقر يميلون إلى استخدام Apple Pay بشكل أكبر، النسبة الأقل كانت من غير الموظفين (13%)، والطلاب (3%)، والمتقاعدين (15%)، مما يعكس أن الاستخدام قد يكون مرتبطاً بالدخل والاستقرار المالي.

الجدول 4: عدد مرات استخدام Apple Pay

عدد مرات الاستخدام	عدد العملاء	النسبة المئوية
مرة واحدة	13	11.82%
أكثر من 5 مرات	15	13.64%
أكثر من 10 مرات	19	17.27%
اعتمد عليه دائماً	63	57.27%



يوضح الجدول 4 تكرار استخدام Apple Pay بين المشاركين، تشير النتائج إلى أن غالبية المشاركين (57.27%) يعتمدون على Apple Pay دائماً، مما يدل على مستوى عالٍ من الثقة والاعتماد على هذه الخدمة، في المقابل، النسبة الأقل كانت لأولئك الذين استخدموا الخدمة مرة واحدة فقط (11.82%)، هذه النتائج تدل على أن Apple Pay قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الكثير من المستخدمين، خاصة أولئك الذين يستخدمونها بشكل دائم أو أكثر من 10 مرات (17.27%).

التحليل الإحصائي؛

الجدول 5: معامل الارتباط Cramér's V:

العلاقة بين أنظمة الدفع الإلكتروني والمبيعات	حجم العينة ((N الحرية))	درجات الحرية ((df))	قيمة Cramér's V	قوة العلاقة
استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية ساهم في زيادة حجم المبيعات في شركة أبل	110	4	0.83	قوية جداً
أنظمة الدفع الإلكترونية تسهل عملية الشراء للعملاء، مما يزيد من المبيعات	110	4	0.89	قوية جداً
العملاء يفضلون استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية عند الشراء من شركة أبل	110	4	0.91	قوية جداً
استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يزيد من ولاء العملاء في شركة أبل	110	4	0.64	متوسطة
استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يزيد من فرص التوسع في الأسواق الجديدة لشركة أبل	110	4	0.60	متوسطة

استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يعزز القدرة التنافسية لشركة أبل في الأسواق الجديدة	110	4	0.72	قوية
--	-----	---	------	------

الجدول 6: قيمة كاي تربيع

قيمة كاي -

تربيع

العلاقة بين أنظمة الدفع الإلكتروني والمبيعات

استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية ساهم في زيادة حجم المبيعات في شركة أبل	166.3
أنظمة الدفع الإلكترونية تسهل عملية الشراء للعملاء، مما يزيد من المبيعات	188.4
العملاء يفضلون استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية عند الشراء من شركة أبل	197.9
استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يزيد من ولاء العملاء في شركة أبل	70.7
استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يزيد من فرص التوسع في الأسواق الجديدة لشركة أبل	61.7
استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يعزز القدرة التنافسية لشركة أبل في الأسواق الجديدة	94.0

العلاقة بين أنظمة الدفع الإلكتروني وحجم المبيعات

وفقاً للبيانات، فإن استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني ساهم بشكل كبير في زيادة حجم المبيعات في شركة أبل، قيمة كاي-تربيع لهذه العلاقة بلغت 166.3 مع درجات حرية تساوي 4، مما يشير إلى أن الفرضية القائلة بأن أنظمة الدفع الإلكتروني تساهم في زيادة المبيعات صحيحة إحصائياً، قيمة

Cramér's V بلغت 0.83، مما يدل على قوة العلاقة القوية جداً بين المتغيرين، هذه النتائج تعني أن استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني يعزز بشكل كبير من حجم المبيعات لشركة أبل.

تسهيل عملية الشراء وزيادة المبيعات

أظهرت البيانات أن أنظمة الدفع الإلكتروني تسهل بشكل كبير عملية الشراء للعملاء، مما يزيد من المبيعات، قيمة كاي-تربيع لهذه العلاقة بلغت 188.4 مع درجات حرية تساوي 4، مما يشير إلى وجود علاقة قوية جداً وصحيحة إحصائياً بين المتغيرين، قيمة Cramér's V بلغت 0.89، مما يعزز هذا الاستنتاج، هذه النتائج تؤكد أن أنظمة الدفع الإلكتروني تلعب دوراً كبيراً في تسهيل عملية الشراء، مما يؤدي إلى زيادة في المبيعات.

تفضيلات العملاء لاستخدام أنظمة الدفع الإلكتروني

تبين من البيانات أن العملاء يفضلون بشكل كبير استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني عند الشراء من شركة أبل، قيمة كاي-تربيع بلغت 197.9 مع درجات حرية تساوي 4، وقيمة Cramér's V بلغت 0.91، مما يشير إلى وجود علاقة قوية جداً، هذا يدل على أن أنظمة الدفع الإلكتروني ليس فقط تُستخدم بشكل واسع، بل هي مفضلة لدى العملاء، مما يعزز من أداء الشركة في السوق.

ولاء العملاء

أظهرت البيانات أن استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني يزيد من ولاء العملاء لشركة أبل، قيمة كاي-تربيع لهذه العلاقة بلغت 70.7 مع درجات حرية تساوي 4، وقيمة Cramér's V بلغت 0.64، مما يشير إلى وجود علاقة متوسطة القوة بين المتغيرين، هذا يعني أن أنظمة الدفع الإلكتروني تسهم بشكل ملموس في تعزيز ولاء العملاء، ولكن هذه العلاقة ليست بالقوة التي تظهر في متغيرات أخرى مثل حجم المبيعات أو تفضيلات العملاء.

فرص التوسع في الأسواق الجديدة

أظهرت النتائج أن استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني يزيد من فرص التوسع في الأسواق الجديدة لشركة أبل، بلغت قيمة كاي-تربيع لهذه العلاقة 61.7 مع درجات حرية تساوي 4، وقيمة Cramér's V بلغت 0.60، مما يشير إلى وجود علاقة متوسطة القوة، هذه النتائج تشير إلى أن أنظمة الدفع الإلكتروني يمكن أن تكون أداة استراتيجية لتوسيع نطاق أعمال الشركة في أسواق جديدة.

القدرة التنافسية

أظهرت البيانات أن استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني يعزز القدرة التنافسية لشركة أبل في الأسواق الجديدة، بلغت قيمة كاي-تربيع لهذه العلاقة 94.0 مع درجات حرية تساوي 4، وقيمة Cramér's V بلغت 0.72، مما يشير إلى وجود علاقة قوية بين المتغيرين، هذا يعزز الفرضية القائلة بأن أنظمة الدفع الإلكتروني تلعب دوراً مهماً في تحسين قدرة الشركة على التنافس في بيئات السوق الجديدة.

تشير النتائج الإجمالية إلى أن أنظمة الدفع الإلكتروني لها تأثير كبير وإيجابي على أداء شركة أبل من حيث زيادة المبيعات، تسهيل عملية الشراء، تفضيلات العملاء، ولاء العملاء، وفرص التوسع في الأسواق الجديدة، والقدرة التنافسية، قوة العلاقة بين هذه المتغيرات واستخدام أنظمة الدفع الإلكتروني تتراوح بين المتوسطة والقوية جداً، مما يبرز أهمية هذه الأنظمة في استراتيجيات النمو والتوسع لشركة أبل، بناءً على هذه النتائج، يمكن التوصية بمزيد من الاستثمارات في تطوير وتحسين أنظمة الدفع الإلكتروني لتعزيز أداء الشركة وتحقيق مزيد من النمو.

اختبار الفرضيات

جدول 7: العلاقة بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وحجم المبيعات

الفرضية	الاختبار الإحصائي	حجم العينة N))	درجات الحرية df))	قيمة كاي-تربيع	قيمة P	الاستنتاج
يوجد علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وحجم المبيعات	كاي-تربيع	1104	16	66.3	0.05	علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية

تم اختبار الفرضية التي تقترح وجود علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وحجم المبيعات في شركة أبل باستخدام اختبار كاي-تربيع (Chi-Square Test)، تم جمع البيانات من 110 مشاركين، ومع 16 درجة حرية، أظهرت النتائج قيمة كاي-تربيع تبلغ 66.3، كانت قيمة P أقل من 0.05، مما يشير إلى أن النتائج ذات دلالة إحصائية، هذه القيم توضح أن هناك علاقة قوية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وزيادة حجم المبيعات.

تشير النتائج إلى أن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يسهم بشكل ملحوظ في زيادة حجم المبيعات في شركة أبل، التحليل الإحصائي يدعم فرضية أن هذه الأنظمة تحسن كفاءة العمليات الشرائية وتزيد من سهولة وراحة العملاء، مما ينعكس إيجابياً على المبيعات، بالتالي، يمكن اعتبار أن اعتماد أنظمة الدفع الإلكترونية يمثل استراتيجية فعالة لتحفيز المبيعات وتحقيق نمو مالي ملموس للشركة.

جدول 8: العلاقة بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتكاليف المعاملات

الفرضية	الاختبار الإحصائي	حجم العينة N))	درجات الحرية df))	قيمة كاي-تربيع	قيمة P	الاستنتاج
---------	-------------------	----------------	-------------------	----------------	--------	-----------

هنالك علاقة عكسية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتكاليف المعاملات	كاي-تربيع	1104	16	82.3	< 0.05	علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية
---	-----------	------	----	------	--------	-------------------------------

تم اختبار الفرضية التي تشير إلى وجود علاقة عكسية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتكاليف المعاملات في شركة أبل باستخدام اختبار كاي-تربيع، تم تحليل بيانات 110 مشاركين، وأظهرت النتائج قيمة كاي-تربيع تبلغ 82.3 مع 16 درجة حرية، وكانت قيمة P أقل من 0.05، هذه النتائج تشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، مما يعني أن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية مرتبط بانخفاض تكاليف المعاملات.

تدعم هذه النتائج الفرضية بأن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يمكن أن يقلل من تكاليف المعاملات في شركة أبل، يمكن تفسير هذا بأن أنظمة الدفع الإلكترونية تقلل من الحاجة إلى التعامل اليدوي والإجراءات الورقية، مما يؤدي إلى تخفيض التكاليف التشغيلية، هذه النتائج تؤكد على أن الاستثمار في تقنيات الدفع الإلكترونية ليس فقط مفيداً لزيادة المبيعات، بل أيضاً لتحقيق كفاءة مالية أكبر من خلال تخفيض التكاليف المرتبطة بالمعاملات.

جدول 9: العلاقة بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وولاء العملاء

الفرضية	الاختبار الإحصائي	حجم العينة N))	درجات الحرية df))	قيمة كاي-تربيع	قيمة P	الاستنتاج
يوجد علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وولاء العملاء	كاي-تربيع	1104	16	70.7	0.05	علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية

تم اختبار الفرضية التي تفترض وجود علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وولاء العملاء في شركة أبل باستخدام اختبار كاي-تربيع، شملت الدراسة 110 مشاركين وأظهرت النتائج قيمة كاي-تربيع تبلغ 70.7 مع 16 درجة حرية، وكانت قيمة P أقل من 0.05، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، هذا يشير إلى أن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يعزز ولاء العملاء بشكل ملحوظ.

حيث تشير النتائج إلى أن أنظمة الدفع الإلكترونية لها تأثير إيجابي على ولاء العملاء لشركة أبل، يمكن تفسير ذلك بأن هذه الأنظمة توفر تجربة شرائية أكثر سلاسة وأماناً للعملاء، مما يعزز رضاهم وثقتهم بالشركة، بالتالي، يمكن للشركات التي تعتمد هذه الأنظمة أن تتوقع زيادة في ولاء العملاء، مما يساهم في بناء علاقات طويلة الأمد وزيادة فرص الأعمال المستقبلية.

جدول 10: العلاقة بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وفرص التوسع في الأسواق الجديدة

الفرضية	الاختبار الإحصائي	حجم العينة N))	درجات الحرية df))	قيمة كاي-تربيع	قيمة P	الاستنتاج
---------	-------------------	----------------	-------------------	----------------	--------	-----------

هناك علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وفرص التوسع في الأسواق الجديدة	كاي-تربيع	1104	16	61.7	< 0.05	علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية
---	-----------	------	----	------	--------	---------------------------------

تم اختبار الفرضية التي تشير إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وفرص التوسع في الأسواق الجديدة لشركة أبل باستخدام اختبار كاي-تربيع، شملت الدراسة 110 مشاركين وأظهرت النتائج قيمة كاي-تربيع تبلغ 61.7 مع 16 درجة حرية، وكانت قيمة P أقل من 0.05، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، هذا يشير إلى أن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يمكن أن يسهم في زيادة فرص التوسع في الأسواق الجديدة.

تشير النتائج إلى أن اعتماد أنظمة الدفع الإلكترونية يعزز فرص التوسع في الأسواق الجديدة لشركة أبل، يمكن تفسير هذا بأن هذه الأنظمة تسهل العمليات الشرائية عبر الإنترنت وتفتح قنوات جديدة للوصول إلى العملاء في مناطق جغرافية مختلفة، بالتالي، يمكن للشركات التي تعتمد على هذه الأنظمة أن تتوقع توسيع نطاق أعمالها وزيادة حصتها في الأسواق الجديدة، مما يعزز نموها الاقتصادي ويوفر لها مزيدًا من الفرص التجارية.

اهم النتائج

ومن بين اهم النتائج التي تم التوصل اليها في الدراسة ما يلي؛-

- استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يسهم بشكل ملحوظ في زيادة حجم المبيعات في شركة أبل.
- العلاقة بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وحجم المبيعات ذات دلالة إحصائية قوية.
- هناك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتكاليف المعاملات.
- ان اعتماد أنظمة الدفع الإلكترونية يقلل من التكاليف التشغيلية عن طريق تقليل الحاجة للمعاملات الورقية والعمليات اليدوية.
- العملاء الذين يستخدمون هذه الأنظمة يكونون أكثر رضا وثقة بالشركة، مما يزيد من احتمالية عودتهم لإجراء عمليات شراء متكررة.
- استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يفتح فرصاً جديدة للتوسع في الأسواق الجديدة، حيث ان هذه الأنظمة تسهل عمليات الشراء عبر الإنترنت وتسمح للشركة بالوصول إلى العملاء في مناطق جغرافية مختلفة، مما يزيد من الحصة السوقية.
- أنظمة الدفع الإلكترونية تساهم في توفير تجربة شراء أكثر سلاسة وأماناً للعملاء، مما يزيد من رضاهم وثقتهم.
- البيانات المستخلصة من استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يمكن استخدامها لتحليل سلوك العملاء وتوجيه استراتيجيات التسويق بشكل أكثر فعالية.

الخاتمة

تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية من أهم الابتكارات التقنية التي ساهمت في إحداث ثورة في عالم التجارة والأعمال، دراسة حالة شركة أبل كشفت بوضوح عن تأثيرات إيجابية عديدة لهذه الأنظمة على مختلف جوانب الأعمال، بما في ذلك زيادة الربحية، تحسين تجربة العملاء، وتوسيع نطاق الأسواق. أظهرت الدراسة أن أنظمة الدفع الإلكترونية لها تأثير إيجابي ملموس على حجم المبيعات في شركة أبل، حيث تشير البيانات إلى أن استخدام هذه الأنظمة يسهم في زيادة سهولة وراحة العملاء أثناء

عملية الشراء، مما يؤدي إلى زيادة حجم المبيعات، هذه النتائج تتماشى مع الفرضية الأولى للدراسة التي تنص على وجود علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وحجم المبيعات، من خلال تحليل كاي-تربيع، تم التأكيد على أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية، مما يعزز صحة الفرضية.

بالإضافة إلى ذلك، وجدت الدراسة أن هناك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وتكاليف المعاملات، تشير هذه النتائج إلى أن اعتماد هذه الأنظمة يمكن أن يقلل من التكاليف التشغيلية للشركة، مما يعزز الربحية، هذا الانخفاض في التكاليف يعود إلى تقليل الحاجة للمعاملات الورقية والعمليات اليدوية، مما يقلل من الوقت والجهد اللذين يتطلبهما إتمام المعاملات.

ومن ناحية أخرى، أظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية وولاء العملاء، هذه النتيجة تعني أن العملاء الذين يستخدمون هذه الأنظمة يكونون أكثر رضا وثقة في الشركة، مما يزيد من احتمال عودتهم لإجراء المزيد من عمليات الشراء، هذه العلاقة الإيجابية تساهم بشكل كبير في زيادة الإيرادات وتعزيز الاستدامة المالية للشركة على المدى الطويل.

كما وجدت الدراسة أن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يفتح فرصًا جديدة للتوسع في الأسواق الجديدة، من خلال تسهيل عمليات الشراء عبر الإنترنت والوصول إلى العملاء في مناطق جغرافية مختلفة، تساهم هذه الأنظمة في توسيع نطاق السوق وزيادة الحصة السوقية للشركة.

وبناءً على النتائج المستخلصة من الدراسة، حيث أن شركة أبل باستطاعتها اعتماد مجموعة من الاستراتيجيات لتعظيم الفوائد الناتجة عن استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية؛

- ينبغي للشركة الاستمرار في تحسين وتطوير هذه الأنظمة لضمان تجربة سلسة وآمنة للعملاء، تحسين تجربة المستخدم يساهم في زيادة رضا العملاء وولائهم، مما ينعكس إيجابًا على المبيعات والربحية.
- يمكن لشركة أبل استغلال البيانات المستخلصة من استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية لتحليل سلوك العملاء وتوجيه استراتيجيات التسويق بشكل أكثر فعالية، هذه البيانات يمكن أن توفر رؤى قيمة حول تفضيلات العملاء وعاداتهم الشرائية، مما يساعد الشركة على تصميم عروض وخدمات تلبي احتياجاتهم بشكل أفضل.

- ينبغي للشركة تعزيز تكامل أنظمة الدفع الإلكترونية مع منصاتها الأخرى مثل التطبيقات والمواقع الإلكترونية، هذا التكامل يسهم في توفير تجربة متكاملة وسهلة للعملاء، مما يزيد من احتمالية إتمام عمليات الشراء بنجاح.

- كما يمكن لشركة أبل الاستفادة من فرص التوسع في الأسواق الناشئة من خلال تعزيز وجودها الرقمي وتقديم خيارات دفع تتناسب مع تلك الأسواق، على سبيل المثال، يمكن للشركة تقديم خيارات دفع محلية وتوفير الدعم الفني بلغات متعددة لضمان تلبية احتياجات العملاء في مختلف المناطق الجغرافية.

على الرغم من الفوائد الكبيرة لأنظمة الدفع الإلكترونية، فإن هناك بعض التحديات التي يجب على شركة أبل مواجهتها لتحقيق النجاح المستدام، من بين هذه التحديات تأمين الأنظمة ضد الهجمات السيبرانية وضمان حماية بيانات العملاء، يجب على الشركة الاستثمار في تقنيات الأمان المتقدمة وتحديثها بشكل دوري لحماية بيانات العملاء وضمان ثقتهم المستمرة.

وبالإضافة إلى ذلك، تحتاج الشركة إلى التعامل مع التغيرات السريعة في تكنولوجيا الدفع الإلكتروني ومتطلبات السوق، يجب أن تكون الشركة مرنة وقادرة على التكيف مع التغيرات الجديدة بسرعة لضمان استمرارية نجاحها.

أثبتت الدراسة أن أنظمة الدفع الإلكترونية تلعب دوراً كبيراً في تعزيز الربحية وتحقيق النمو المستدام لشركة أبل، من خلال تحسين تجربة العملاء، تقليل التكاليف، وتعزيز الولاء، تساهم هذه الأنظمة في تحقيق مزايا تنافسية كبيرة للشركة، ومع استمرار الاستثمار في تطوير هذه الأنظمة والتكيف مع التحديات المستقبلية، يمكن لشركة أبل تحقيق مستويات أعلى من النجاح في الأسواق العالمية.

تعتبر النتائج والرؤى التي قدمتها هذه الدراسة بمثابة خارطة طريق لشركة أبل لتعزيز الفوائد الاقتصادية وتحقيق النمو المستدام من خلال استغلال إمكانات أنظمة الدفع الإلكترونية بفعالية، من خلال التزامها بالابتكار والتطوير المستمر، يمكن للشركة تعزيز مكانتها كشركة رائدة في السوق وتحقيق نجاحات مستقبلية مستدامة.

المراجع؛

المراجع العربية؛

1. الشرايبي (2024) M. أثر وسائل الدفع الإلكتروني في كفاءة الأداء المصرفي؛ دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي العراقي للمدة من ٢٠١٨-٢٠٢٢؛ *Entrepreneurship Journal* . 152-143 ,for Finance and Business (2), <https://doi.org/10.56967/ejfb2024413>
2. "بري، دلال، و عبدالرزاق، مولاي لخضر. (2017). أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على ربحية البنوك التجارية الجزائرية: دراسة عينة من البنوك التجارية الجزائرية للفترة 2011 - 2015 (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ورقلة"
3. "تلجي، زياد جابر أحمد، و المشرف، مضوي مختار. (2015). أثر وسائل الدفع الإلكتروني على مؤشرات إدارة التجارة الإلكترونية في منظمات الأعمال بالمملكة العربية السعودية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية، أم درمان"
4. "جاسم، علا سمير سبتي، (2020). نظم الدفع الإلكتروني وفرصة تأثيرها في ربحية المصارف؛ بحث تطبيقي في عينة من المصارف التجارية العراقية، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية (51) 15 (JAFS)، 113-130"
5. "سمير، بوختالية. (2019, June 26). دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية دراسة حالة للبنك الوطني الجزائري BNA و بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة ورقلة للفترة 2015 - 2018. <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/22492>
6. "شهران محمد. (2023) Journal, A. U. تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني في الأداء المالي في البنوك اليمنية (دراسة تطبيقية في البنوك العاملة في مدينة صنعاء). *Albaydha* . 15 (1), <https://doi.org/10.56807/buj.v5i1.350>

7. "عبيدات، لورين سليمان كليب، و شطناوي، زكريا سلامة عيسى. (2021). أثر أنظمة الدفع الإلكترونية في أداء البنوك الإسلامية الأردنية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد"

8. "علوان، أحمد محمد شعبان، و شاهين، علي عبدالله أحمد. (2019). واقع تطبيق أدوات الدفع الإلكترونية ودورها في تطوير الأداء المصرفي: دراسة حالة بنك فلسطين (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة"

المراجع الأجنبية؛

1. "Ahmedmtwaly. (2024, May 29). Exploring the Advantages of Electronic Payments - edfapay. Edfapay". <https://edfapay.com/exploring-the-advantages-of-electronic-payments/>
2. "Annapoorna. (2022, May 18). Online Payment Importance and benefits. Cleartax". <https://www.clear.in/s/online-payment-importance-benefits>
3. "Apple. (n.d.). Apple Pay". <https://www.apple.com/apple-pay/#~:text=Apple%20Pay%20enables%20you%20to,that%20you%20add%20to%20Wallet.>
4. "Awwad, B. S. (2021). The role of e-payments in enhancing financial performance: A case study of the Bank of Palestine .*Banks and Bank Systems* " .124–114 ,(4) 16, [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(4\).2021.10](https://doi.org/10.21511/bbs.16(4).2021.10)
5. Britannica money. (2024, July 24). <https://www.britannica.com/money/Apple-Inc>
6. "Choubey, G. (2024, June 24). The impact of payment solutions on customer experience. The Wamo Blog". <https://blog.wamo.io/the-impact-of-payment-solutions-on-customer-experience-and-loyalty/>
7. "GoCardless. (2022, March 28). The advantages of an E-Payment system. GoCardless." <https://gocardless.com/guides/posts/the-advantages-of-an-e-payment-system/>

8. Greaves, R. (2023, March 11). What is Apple Pay and How Does it Work? Ecommerce Platforms. <https://ecommerce-platforms.com/articles/what-is-apple-pay-and-how-does-it-work>
9. Jenevive, O. C., & Anyanwaokoro, M. (n.d.). Electronic Payment Methods and Profitability of banking Firms in Nigeria: a panel data analysis. Copyright ? 2012 Scientific & Academic Publishing. All Rights Reserved. <http://article.sapub.org/10.5923.j.ijfa.20170603.01.html>
10. Hayes, A. (2023, January 29). Apple Pay: What It is, How It Works, Growth. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/a/apple-pay.asp>
11. Lim, H., & Rokhim, R. (2020). Factors affecting profitability of pharmaceutical company: an Indonesian evidence. Journal of Economic Studies, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jes-01-2020-0021>
12. Maverick, J. (2022, December 31). Is profitability or growth more important for a business? Investopedia. <https://www.investopedia.com/ask/answers/020415/what-more-important-business-profitability-or-growth.asp>
13. “Mustapha, S. A. (2018). E-Payment Technology Effect on Bank Performance in Emerging Economies–Evidence from Nigeria” *Journal of Open Innovation* .43 ,(4)4, <https://doi.org/10.3390/joitmc4040043>
14. “Nasr, M., Farrag, M., & Nasr, M. (2020). E-PAYMENT SYSTEMS RISKS, OPPORTUNITIES, AND CHALLENGES FOR IMPROVED RESULTS IN E-BUSINESS. International Journal of Intelligent Computing and Information Sciences/International Journal of Intelligent Computing and Information Sciences, 20(1), 1–20”. <https://doi.org/10.21608/ijicis.2020.31514.1018>
15. “WANG, Haopeng and GUNAWAN, Aldy .(2022).Analyzing the impact of digital payment on efficiency and productivity of commercial banks: A case study in China. Proceedings of the 12th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Istanbul, Turkey, March 7-10.1-11"

16. “R. Rupashree, (2022). Relevance of modernized financial payments and its impact on profitability of companies – An Indian overview, AIP Conf. Proc”. 2393, 020026 <https://doi.org/10.1063/5.0074159>
17. “Roemmele, B. (2018, June 8). How does Apple do payments so well? - The Payments Industry. - Medium. Medium”. <https://medium.com/the-payments-industry/how-does-apple-do-payments-so-well-3931b8c82b2e>
18. Staff, F. M. (2023, August 21). Advantages and Disadvantages of virtual payments. Financial and Business News | Finance Magnates. <https://www.financemagnates.com/fintech/payments/advantages-and-disadvantages-of-virtual-payments/>
19. Your Organization Name. (n.d.). What Apple Pay adds to the electronic payments landscape. Better Than Cash Alliance. <https://www.betterthancash.org/news/what-apple-pay-adds-to-the-electronic-payments-landscape>
20. Apple Revenue 2010-2024 | AAPL. (n.d.). MacroTrends. https://www.macrotrends.net/stocks/charts/AAPL/apple/revenue#google_vignette

الملاحق

الجدول 1: استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية ساهم في زيادة حجم المبيعات في شركة أبل

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة 68 32.6% 48.0%

أوافق 26 12.4% 15.3%

محايد 5 2.4% 2.9%

لا أوافق 1 0.5% 0.5%

لا أوافق بشدة 0 0% 0%

الجدول 2: أنظمة الدفع الإلكترونية تسهل عملية الشراء للعملاء، مما يزيد من المبيعات

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة 72 34.3% 47.5%

أوافق 24 11.4% 13.2%

محايد 2 0.9% 1.8%

لا أوافق 2 0.9% 0.9%

لا أوافق بشدة 0 0% 0%

الجدول 3: العملاء يفضلون استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية عند الشراء من شركة أبل

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة	73	34.8%	47.6%
أوافق	25	11.9%	12.8%
محايد	2	0.9%	0.9%
لا أوافق	0	0%	0%
لا أوافق بشدة	0	0%	0%

الجدول 7: استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يزيد من ولاء العملاء في شركة أبل

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة	37	17.5%	47.5%
أوافق	42	20.0%	30.0%
محايد	16	7.6%	10.0%
لا أوافق	5	2.4%	2.4%
لا أوافق بشدة	0	0%	0%

الجدول 8: العملاء يشعرون بالراحة والأمان عند استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية في شركة أبل

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة	44	21.0%	47.7%
أوافق	42	20.0%	26.7%

محاييد	10	4.8%	6.7%
لا أوافق	4	1.9%	1.9%
لا أوافق بشدة	0	0%	0%

الجدول 9: أنظمة الدفع الإلكترونية تساعد في تحسين تجربة العملاء، مما يعزز ولائهم

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة	47	22.4%	47.6%
أوافق	43	20.5%	25.2%
محاييد	6	2.8%	4.7%
لا أوافق	4	1.9%	1.9%
لا أوافق بشدة	0	0%	0%

الجدول 10: استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يزيد من فرص التوسع في الأسواق الجديدة لشركة أبل

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة	40	19.0%	47.3%
أوافق	37	17.5%	28.3%
محاييد	15	7.1%	10.8%
لا أوافق	2	0.9%	3.7%
لا أوافق بشدة	6	2.8%	2.8%

الجدول 11: أنظمة الدفع الإلكترونية تسهل على شركة أبل دخول أسواق جديدة.

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة	41	19.5%	47.4%
أوافق	36	17.1%	27.9%
محايد	14	6.6%	10.8%
لا أوافق	7	3.3%	4.2%
لا أوافق بشدة	2	0.9%	0.9%

الجدول 12: استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية يعزز القدرة التنافسية لشركة أبل في الأسواق الجديدة:

الخيار التردد النسبة المئوية الصحيحة النسبة المئوية التراكمية

أوافق بشدة	52	24.8%	49.4%
أوافق	32	17.1%	24.6%
محايد	12	5.7%	7.5%
لا أوافق	2	0.9%	1.8%
لا أوافق بشدة	2	0.9%	0.9%