جامعة يحي فارس-المدية-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

عنوان المذكرة

دور بطاقة الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية

دراسة تقييمية في مؤسسة بريد الجزائر- وكالة المدية -

مذكّرة تخرج مقدّمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات

إعداد الطّالب:

*جمال لخضرالزّين.

إشراف الدكتور:

*أ/د حكيم بوجطو.

أعضاء لجنة المناقشة	
أ/د نذير بوسهوة	رئيسا
أ/د حكيم بوجطو	مشرفا ومقررا
أ/د باسور رضوان	ممتحنا

السنة الجا ة: 1441/1440 ، 2020/2019

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين وصلى على سيدنا محمد وعلى أله وصحبه أجمعين ...و بعد

نشكر اولا وأخيرا الله سبحانه وتعالى على نعمته العظيمة ونحمده على فضله علينا لإتمام الدراسة ونرجو الله أن ينتفع بها كل من يطلع عليها، فان قصرنا فمن أنفسنا وإن أصبنا فمن الله .

ويسرني أن أتقدم بأوفر وابلغ معاني الشكر للدكتور الكريم والمشرف السيد " بوجطو حكيم" الذي لم يبخل علي بتوجيهي وارشادي لا تمام هذا البحث. كما لا أنسى الزميل في العمل و المهندس في الاعلام الالي السيد "نزليوي فيصل " الذي زودني بكل ما يتعلق بالملومات التقنية في الجانب التقييمي للمذكرة.

إهداء

إلى من سار معي منذ بداية الطريق حتى هذه اللحظة وكان دافعا لي لكل نجاح، إلى من بذل كل غالي و نفيس ليسعدني في هذه الحياة، إلى مصدر الأمان "الوالدين الحبيبين "

إلى من حفزني وشجعني على انجاز وإتمام هذا العمل في ظل المسؤولية العائلية والمهنية والظروف الصحية التي مررت بها، إلى "الزوجة الصالحة" .

إلى أبنائي اللذان ادعوا الله ان يحفظها لي " لينة، ادم".

إلى من جعلتهم أيام الدراسة إخوة لي زملائي وزميلاتي كل باسمه .

المستخلص

نحاول من خلال هذه الدراسة التطرق الى سبب عزوف المواطن الجزائري من كل ما هو تعامل الكتروني، خاصة إذا ما تعلق الامر بعملية الدفع الالكتروني، ومن هنا نسعى الى اقناع هذا العميل باستخدام مختلف وسائل الدفع وعلى راسها بطاقة الدفع الالكتروني.

ومن اجل ذلك سنتطرق الى مفاهيم عامة لوسائـــــل الدفـــع الالكتروني، و مختلف خصائصها و أنواعها، و لإعطاء الموضوع اكثر اثراء، قمنا باختيار مؤسسة بريد الجزائر كدراسة ميدانية لمعرفة مدى مساهمة بطاقة الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية في ظل تطورات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال التي يشهدها العالم المعاصر.

وبالتالي توصلنا الى بعض النتائج التي من خلالها تبين لنا ان وسائل الدفع الالكتروني شجعت كثيرا على القيام بالعمليات المالية الالكترونية التي تتلاءم مع تطورات العصر من حيث السرعة والفعالية، وخصوصا بطاقة الدفع الالكتروني التي ساهمت كثيرا في تطوير جودة الخدمات المالية الالكترونية لدى بريد الجزائر.

الكلمات المفتاحية:

الدفع الالكتروني، الشباك الالي، نهاءي الدفع الالكتروني، البطاقة الذهبية، بريد الجزائر (وكالة المدية) .

Abstract

Through this study, we try to address the reason for the Algerian citizen to refrain from all electronic transactions, especially if it is related to the electronic payment process, and from here we seek to persuade this customer to use the various payment methods, foremost of which is the electronic payment card.

And for this we will look at general concepts of electronic payment

means, and its various characteristics and types, and to give the subject more enrichment, we have chosen the Algeria Post Corporation as a field study to know the extent of the electronic payment card contribution to improving the quality of postal financial services in light of developments in information and communication technology Witnessed by the contemporary world.

Consequently, we reached some results through which it was revealed to us that electronic payment methods have greatly encouraged the conduct of electronic financial operations that are appropriate to the developments of the times in terms of speed and effectiveness, especially the electronic payment card that contributed a lot to developing the quality of electronic financial services at Algeria Post.

Keywords: ATM, gold card,TPE, Algeria post (Médéa Agency)

الفهرس

مقدمة.....08
الفصل الأول: وسائل الدفع الالكتروني 12
تمهيد 12
المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني 13
المطلب الأول: مفاهيم حول وسائل الدفع الالكتروني..... 13
المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكتروني.....15
المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني.....20
المبحث الثاني: ماهية البطاقات الالكتروني.....22
المطلب الأول: مفهوم البطاقة الالكتروني.....23
المطلب الثاني: التمييز بين بطاقة الدفع الالكتروني ووسائل الدفع الحديثة 25
المطلب الثالث: مزايا وعيوب استخدام بطاقة الدفع الالكتروني.....27
خلاصة الفصل الأول.....32
الفصل الثاني :الخدمات المالية وتحسين جودتها من خلال بطاقة الدفع الالكتروني.....33
تمهيد 33
المبحث الأول: مدخل للخدمة المالية 34
المطلب الأول: مفهوم الخدمة المالية وخصائصها 34
المطلب الثاني: أنواع الخدمة المالية.....36
المطلب الثالث: الخدمات المالية الالكترونية.....38
المطلب الرابع: دورة حياة الخدمة المالية.....42
المبحث الثاني :جودة الخدمات المالية ورضا العملاء.....44
المطلب الأول :مفهوم جودة الخدمة المالية 44
المطلب الثاني :نماذج تقييم جودة الخدمات المالية.....47
المطلب الثالث :أثر جودة الخدمة المالية على رضا العملاء 49
المبحث الثالث :جودة الخدمات الالكترونية في القطاع المالي 51

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المالية الالكترونية 52
المطلب الثاني :مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المالية على الانترنيت وأبعادها 55
المطلب الثالث :تقييم الموقع الالكتروني ومفاتيح النجاح لاعتماد المعاملات المالية فيه.....57
خلاصة الفصل الثاني.....62
الفصل الثالث: دراسة حالة: مؤسسة بريد الجزائر –وكالة المدية – 63
تمهيد..... 63
المبحث الأول: التعريف بمؤسسة بريد الجزائر..... 64
المطلب الأول: مؤسسة بريد الجزائر..... 64
المطلب الثاني: مؤسسة بريد الجزائر – وكالة المدية –.....73
المطلب الثالث: الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر – وكالة المدية – 77
المطلب الرابع: مقارنة بين الخدمة التقليدية والالكترونية.....80
المبحث الثاني: عموميات حول البطاقة الذهبية 81
المطلب الأول: مفهوم البطاقة الذهبية.....81
المطلب الثاني: طلب البطاقة الذهبية 83
المطلب الثالث: الأجهزة المساعدة للبطاقة الذهبية:TPE، GAB.....93
المبحث الثالث: الإطار العام للخدمة المالية.....101
المطلب الأول: إحصائيات حول البطاقة الذهبية 101
المطلب الثاني: إحصائيات حول البطاقة الذهبية بولاية المدية 104
المطلب الثالث: تقييم لمدى نجاعة استخدام البطاقة الذهبية.....108
خلاصة الفصل الثالث.....110
الخاتمة.....111

قائمة الجداول والاشكال:

الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	مزايا وعيوب بطاقات الدفع الالكتروني	22
02	أبعاد جودة الخدمة الالكترونية نموذج –ا –	57
03	أبعاد جودة الخدمة الالكترونية نموذج –ب –	57
04	رسوم وأسعار استعمال البطاقة الذهبية	91
05	العمليات المنجزة بواسطة بطاقة الذهبية	91
06	عمليات الخدمة المالية الذاتية المنجزة بواسطة طاقة الذهبية	92
07	الحدّ من قيمة العمليات المالية المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية	92
08	نسبة الرسوم المطبقة على العمليات في جهاز TPE	97
09	تطور عدد حاملي البطاقة الذهبية بولاية المدية	104
10	عدد العمليات المجراة على الشبابيك الألية GAB بولاية المدية خلال شهر مارس 2020	105

الاشكال

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	دورة حياة الخدمة المالية	43
02	النموذج المفاهيمي لجودة الخدمات الالكترونية	54
03	الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على المستوى المركزي	71
04	مخطط التنظيم الاقليمي والوحدات الولائية	72
05	الهيكل التنظيمي لـ – مكتب بريد: المدية ولد امام–	76

مقدمة

لقد تعرض الاقتصاد العالمي الى عدة أزمات وتحولات كبيرة جراء التطورات التكنولوجية الحديثة التي يشهدها العالم المعاصر، وبصفة خاصة ما تعلق بالمعاملات اليومية التي يقوم بها افراد أي مجتمع لاقتناء حاجياته، و لعل من ابرز طرق الحصول على تلك المستلزمات اليومية يتم تسويته عن طريق النقود، لكن مع التطور الزمني أصبح يتم يوميا إجراء ملايين المعاملات والصفقات باستخدام تلك النقود، مما أدى إلى ظهور عدة مشاكل أهمها حودث السرقة والضياع، و من اجل تفادي هذه المشكلات وجب اتخاذ شكل معين من الحلول يسمح بقيام مقام النقود، يطلق عليها باسم وسائل الدفع، و قد تطورت هذه الوسائل على عدة مراحل حتى أصبحت تعرف الآن بوسائل الدفع التقليدية، وقد فرض التطور التكنولوجي وزيادة تطبيقه في جميع مناحي الحياة ومنها العمل المصرفي، استخدام وسائل دفع تختلف عن تلك الوسائل التقليدية والتي تعرف بوسائل الدفع الالكترونية .

وبما سلوك المجتمع الجزائري معروف باعتماده سيولة النقود الورقية أو المعدنية في قضاء حوائجه اليومية، وبالتالي عدم ثقته في وسائل الدفع الحديثة، ولهذا في سنة 2005 ظهر تعاون و تنسيق في الجهود الوطنية والدولية بمساعدة البنك العالمي من اجل تطوير وتحديث النظام المصرفي في الجزائر، والتي دخلت حيز التنفيذ في سنة 2006 بإطلاق مشروع تطوير وتحديث وسائل الدفع، وقد تضمن هذا المشروع بطاقات الدفع الالكتروني كوسيلة دفع، ولم يقتصر المشروع على البنوك فقط بل شمل أيضا مؤسسات النظام التي تتكون من البنك المركزي والخزينة العمومية ومؤسسة بريد الجزائر طرفا معنيا بهذه العملية، وبالفعل فان هذه المؤسسة التزمت بالتحضير والتخطيط لتنفيذ المشروع من طرفها وذلك بالتعاون مع بنك الجزائر، والبنوك الأخرى، و عليه سنتخذ من بريد الجزائر – وكالة المدية– كدراسة تطبيقية يمكن اسقاط الجانب النظري لهذا البحث عليها.

الإشكالية

إلى أي مدى يمكن أن تساهم بطاقة الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية المقدمة في بريد الجزائر (وكالة المدية)؟

التساؤلات الفرعية:

–ما المقصود بوسائل الدفع الالكتروني؟ وكيف تطورت؟

–ما مدى مساهمة تكنلوجيا الاعلام والاتصال في تطوير جودة الخدمات المالية؟

-هل يمكن القول ان البطاقة الذهبية ساهمت في نجاح عملية الدفع الالكتروني في مؤسسة بريد الجزائر (وكالة المدية)؟

الفرضيات:

- وسائل الدفع الالكترونية هي تطور لوسائل الدفع التقليدية، حيث تم اعتمادها لتغطية النقائص الموجودة فيها؛

- ساهم اعتماد تكنلوجيا الاعلام والاتصال بشكل كبير في تطوير جودة الخدمات المالية؛

-ساهمت خدمة البطاقة الذهبية في تحسين وتسهيل معظم الخدمات المالية المقدمة من طرف بريد الجزائر؛

أهمية الموضوع:

تنبثق أهمية الموضوع من الدور الذي تلعبه مؤسسات البريد في أنحاء العالم لإنجاح عملها وتحقيق أهدافها التسويقية وذلك باستخدام شبكات الانترنيت وكـل الأعمال الالكترونية الأخرى في تقديـم الخدمات بكفاءة وفعالية، أي ضمان جودتها للعملاء، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي المستمر الذي تحاول تحقيقه لتنويع خدماتها لإرضاء عملائها وذلك باستخدام تقنيات التسويق الالكتروني وتوفير قاعدة بيانات تساعدها على تحقيق المزايا التنافسية.

اهداف الدراسة

- التعرف على وسائل الدفع الالكتروني؛
- معرفة اهم أنواع البطاقات الالكترونية وكذا اهم ايجابياتها ؛
-التعريف بالخدمة المالية وخصائصها؛
-التعرف أكثر على مؤسسة بريد الجزائر ومكانتها، وابراز مختلف خدماتها المقدمة؛
-التعريف بالبطاقة الذهبية وابراز أهمية استخدامها في الدفع الالكتروني؛

أسباب اختيار الموضوع:

-دراسة هذا الموضوع تدخل ضمن عملي الشخصي، لذلك يكون من الموضوعي ان اختار دراسة تتماشى وهذا العمل ؛

-حداثة الموضوع في الدراسات الاقتصادية ؛

- التعرف على وسائل الدفع الالكتروني الحديثة في بريد الجزائر .

منهج الدراسة

من دراسة هذا الموضوع اخترت المنهج الوصفي لسرد مختلف المفاهيم والحقائق التي تدور حول الموضوع في

الجانب النظري، ثم انتقلت إلى منهج دراسة حالة على مستوى بريد الجزائر (وكالة المدية) وتوضيح أهم الخدمات التي تقدمها من خلال مختلف المؤشرات والإحصائيات.

الدراسات السابقة

-دراسة (محمد سحنون) بعنوان النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الالية، مجلة العلوم الإنسانية - جامعة بسكرة ، العدد 04 /2003.

بتناول هذا الموضوع المرحلة الأخيرة لتطور أنواع النقود، حيث يوضح أهمية النقود الالية (الالكترونية) كشكل جديد في الحياة النقدية والمالية باعتباره النتيجة الحتمية للتطور الهائل الذي عرفه النظام النقدي الورقي، كما يتعرض لاهم أنواع هذه النقود والى أساليب استخدامها في الاقتصاديات الحديثة انطلاقا من البطاقات الائتمانية وصولا الى شبكة الدفع الالي .

-دراسة (حوالف عبد الصمد) بعنوان النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تلمسان، 2014-2016 .

تناول حوالف عبد الصمد في هذا الموضوع الدفع الالكتروني كتقنية معقدة لتحقيق اهداف وتنفيذ التزامات مستعمليها، بما يستوجب تدخل اطراف أخرى لخصوصية هذه التقنية التي تتم عبر دعامات الكترونية، وكذلك وسائل الدفع الالكتروني من حيث كونها وسيلة تستخدم لإجراء الدفعات خلال عمليات الشراء، فبين مفهوم وسائل الدفع بالمعنى التقليدي، ووسائل الدفع الالكترونية للتعامل بها كرديف لوسائل الدفع العادية، فهي صيغة جديدة للتعامل بين الناس تستوفي الخصائص العامة لوسائل الدفع العادية، وتختلف عنها في الكيفية التي تتم من خلال الصفقات .

-دراسة (عبد القادر براينيس) التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية – الجزائر 2006-2007.

في هذه الدراسة وضحت هبة ان الاقتصاد العالمي شهد تحولات افرزتها معطيات مختلفة، أبرزها وأهمها التطورات التكنلوجية، وظهر الى الوجود أفكار اقتصادية جديدة تعكسها هذه التطورات التي تسمح بتجديدها، هذه الأفكار امتدت الى الجهاز المالي الذي استغلها كحلول لوسائل الدفع التقليدية التي لم تعد تدر عليه ربحا في غالب الأحيان وتكبده خسائر فادحة، فكان من المنطقي ان يعتبر الحل إيجاد بدائل عنها في ظل التطورات توفر كل الأدوات والإمكانيات لتحقيق ذلك.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: باعتباري موظف بمديرية وحدة بريد الجزائر لولاية المدية، فقد كانت حدود الدراسة التقييمية للمذكرة

محصورة فقط داخل ولاية المدية.

الحدود الزمانية: حتى تكـــون الدراسة التقييمية أكثر واقعية، قمت بتحديـــــد الحدود الزمانية من سنة 2018 الى سنة 2020 .

هيكل الدراسة

من خلال الدراسة قمت بتقسيم الدراسة الى ثلاث فصول:

في الفصل الاول تطرقت الى مفاهيم اساسية حول وسائل الدفع الإلكترونية من خلال تعاريف وانواع ومزايا، وكذلك الى مفهوم البطاقات الالكترونية بشكل عام.

اما الفصل الثاني فقد تناولت الخدمات المالية الالكترونية وذلك من خلال تعاريف وخصائص، وايضا مفهوم الجودة بكل انواعها.

اما الفصل الثالث فقمت بدراسة تقييمية في مؤسسة بريد الجزائر وكالة المدية، حيث تناولت اولا تعريف البريد ونشأته، وابراز اهم الخدمات والوسائل التي يقدها وهي خدمة الشباك الالي للأوراق النقدية GAB وكذا جهاز نهائي الدفع الالكتروني TPE،بالإضافة الى خدمة البطاقات الالكترونية والتي تتمثل في خدمة البطاقة الذهبية وكل ضوابطها.

الفصل الأول: وسائل الدفع الالكتروني

تمهيد

ان العالم يشهد الكثير من التطورات في تكنولوجيات المعلومات والاتصال، وكان من نتائج هذه التطورات أن قامت المؤسسات المالية بتطوير تشكيلة خدماتها، معتمدة في ذلك على أحدث الأجهزة التي توصلت إلى إنتاجها أكبر المؤسسات الرائدة في مجالِ الاتصالات، فنتج عن ذلك ما يعرف بوسائل الدفعِ الكترونية.

وعليه و من أهم مؤشرات التنمية لأيِ اقتصاد ما، ومفتاح جودة تلك الخدمات هي الحزمة الواسعة من تشكيلات وسائل الدفع، لكن من جهة أخرى فإن العمل المتناسق لهذه الوسائل الحديثة النشأة يتطلب تنظيًما قانونًيا ودرجة أمان عالية، لذلك في هذا الفصل سنسلط الضوء على مختلف التعاريف و خصائص و انواع وسائل الدفع الالكتروني، و كذا اهم مزاياها و عيوبها.

المبحث الأول :ماهية وسائل الدفع الالكتروني

نظرا للتطور التكنلوجي الحاصل وجد الاقتصاديون انفسهم ملزمين بخلق وسائل دفع حديثة تمكن من تأدية نفس وظائف الوسائل التقليدية، إضافة الى إعطائها ميزات تجعلها اسرع واضمن، هذا ما أدى الى خلق ما يسمى بوسائل الدفع الالكتروني، وهذا ما سنتطرق اليه في هذا المبحث .

المطلب الأول :مفاهيم حول وسائل الدفع الالكتروني

شهدت الحركة المالية حدثا كبيرا، حيث أصبح بإمكان العملاء إجراء عمليات البيع والشراء من خلال شبكة الانترنت باستخدام وسائل الدفع الحديثة التي تنتجها المؤسسات المالية، فظهرت النقود الالكترونية أوالرقمية والشبكات الالكترونية.

أولا :تعريف وسائل الدفع الالكتروني

يعتبر النظام الذي يمكن المتعاملين من التبادل المالي الكترونيا، بدلا من استخدام النقود المعدنية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن[1]، كما تعتبر وسائل الدفع الالكترونية كل الأدوات التي مهما كانت والأساليب التقنية المستعملة التي تسمح لكل الأشخاص بتحويل أموال، كما عرفت وسائل الدفع على أنها مجموعة الأدوات والتحويلات التي تصدرها المؤسسات المالية، ومؤسسات الائتمان الكترونيا.

ويعرف أيضا على انه عملية تحويل الأموال، هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أو باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات[2]، أما التشريع الجزائري فقد عرفها من خلال قانون النقد والقرض في المادة 96 من الأمر رقم 11 -30 المؤرخ 29 أوت سنة 2011 على أنها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السن أو الأسلوب التقني المستعمل ".

ثانيا :خصائص وسائل الدفع الالكتروني

تتميز وسائل الدفع الالكترونية بالخصائص التالية:

1-**يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية** :أي انه وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

2-**يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية** :وهي قيمة تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي مهيمن على إدارة عملية التبادل.

---

[1] محمد عبد حسين الطائي، **التجارة الالكترونية-المستقبل الواعد للأجيال القادمة**، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص171 .

[2] عبير بن صالح، **دور وسائل الدفع الالكترونية في عمليات تبييض الأموال**، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص بنوك وأسواق مالية، جامعة مستغانم، 2016/2015ص 7.

3-**يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية** عن بعد :حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الالكترونية.

بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

4-يتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين :

أ- الأسلوب الأول :من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض (الدفع عبر شبكة الانترنت، وذلك بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية) ، ومن ثم الدفع لا يتم الا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.

ب- الأسلوب الثاني :من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل أن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملات مالية

5-يلزم تواجد نظام مالي معد لإتمام ذلك :أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

6-يتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

أ- النوع الأول :شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد، و يفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

ب - النوع الثاني :شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

ثالثا :أهمية وسائل الدفع الالكتروني[1]

إن اتساع نطاق التجارة الالكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الالكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديل للشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية.

لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الالكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية .من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية، لهذا يتم الدفع الكترونيا.

يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين مثل إرسال شيك عن طريق البريد أو من خلال الفاكس، أوإرسال البيانات الخاصة بحساب بريدي، لكن هذه الوسائل لا تصلح

[1]عبير بن صالح، **دور وسائل الدفع الالكترونية في عمليات تبييض الأموال**، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص بنوك وأسواق مالية، جامعة مستغانم، 2016/2015 ، ص 13.

وخصوصية التجارة الالكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الالكتروني من خلال شبكة اتصال لا سلكية موحدة عبر الحاسب وما زاد من أهمية وسائل الدفع الالكترونية هي تلك الخصائص التي تميزها عن وسائل الدفع التقليدية.

رابعا :أطراف التعامل بأنظمة الدفع الالكتروني

تشترك أنظمة الدفع الالكتروني في أنها وسيلة لانتقال النقود من شخص إلى أخر، ومجموعة لشخص أخر أو مجموعة عبر شبكة الانترنت دون الحاجة للتفاعل وجها لوجه، وعلى الرغم من اختلاف هذه النظم تجد أنها تحتوي جميعها على أربعة عناصر[1]

1المنظم (المركز العالمي للبطاقة :)هي مؤسسة عالمية تقوم بعملية إنشاء البطاقات وتتولى رعايتها وتصدر تراخيص لجميع المؤسسات المالية الموجودة في أنحاء العالم بالموافقة على دخولها في عضوية هذه البطاقات وهي تتولى تسوية العمليات المالية المستحقة جراء استخدامها ويتم ذلك مقابل عمولة تتراوح عادة ما بين 4% – 1%من قيمة العملية يدفعها التاجر إضافة للاشتراك السنوي.

2المصدر (المحرر :) هو المؤسسة المالية الكبرى التي لها ادوار عدة، ومنها التعاقد مع المركز العالمي للبطاقات من اجل حصولها على ترخيص يسمح لها بإصدار البطاقات من خلال دخولها في عضوية إصد ار البطاقات، والتعاقد مع التجار المحليين من اجل قبول هذه البطاقات من عملائها لتسوية عملياتهم من شراء أو تقديم خدمات معينة بالإضافة إلى التعاقد مع عملائهم للتعامل بمثل هذه البطاقات في دفع ما يستحق عليهم للتاجر مقدم السلعة أوالخدمة وحصول التاجر على مقابل ما يقدمه إلى عملائه باستخدام هذه البطاقة.

3التاجر :أن هذا الوصف يطلق على الشركات، أو المؤسسات صاحبة السلع ومحلات البيع ومراكز تقديم الخدمات للجمهور بشكل عام ويبرم اتفاق مع مصدر البطاقة لقبول البيع بالبطاقة ومن ثم يرجع إلى مصدر البطاقة للحصول على ثمن هذه السلعة.

4حامل البطاقة :هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة بناءا على طلب تم تقديمه للمصدر ووافق على منحهم إياها، لتمكنهم من الشراء بواسطتها أو الحصول على الخدمات وكذلك تمكنهم من السحب النقدي من الصراف الآلي باستخدام البطاقة الممنوحة لهم من المصدر.

المطلب الثاني :أنواع وسائل الدفع الالكتروني

نتيجة للتطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية حولت مؤسسة بريد الجزائر اغلب وسائل الدفع إلى وسائل دفع الكترونية، وتعددت هذه الأخيرة وأخذت أشكالا تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، و كانت أولها البطاقات البنكية والتي تطورت من البطاقات ذات الشكل المغناطيس ي إلى البطاقات ذات الخلية الالكترونية، كما ظهرت وسائل دفع الكترونية أخرى.

[1] نفس المرجع، ص 22.

أولا :البطاقات النقدية وأنواعها

تعددت تعاريف البطاقات النقدية فيما يلي نذكر البعض منها :

تعرف البطاقة النقدية على أنها " :عبارة عن بطاقة بلاستكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع .كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا للمرخص له .بعض هذه البطاقات الالكترونية تسمى البطاقات الذكية لاحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى[1]".

تعرف أيضا على أنها ":عبارة عن بطاقة مغناطيسية تسمح لحاملها باستخدامها في شراء معظم حاجاته أوأداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال التي قد تتعرض لمخاطر السرقة والضياع أو التلف، حيث تمكن حاملها سحب النقود من الآلات المخصصة لذلك2".

عرفت أيضا بأنها ":بطاقات معدنية ممغنطة، يدون عليها اسم حاملها وتاريخ إصدارها وتاريخ نهاية صلاحياتها كما تستخدم في الحصول على النقد أو في شراء السلع والخدمات."

وفي الأخير يمكن استخلاص أن البطاقة النقدية هي بطاقة بلاستكية ذ ات خصائص معينة صادرة عن مؤسسة مالية تستخدمها كوسيلة تعامل عوضا عن النقود، ويستطيع حاملها الحصول على النقود أو التمتع بواسطتها بخدمات مالية إضافية إلى إمكانية استفادته من الائتمان الممنوح بموجبها من المؤسسة المالية المصدر لها وذلك لتلبية حاجاته المختلفة أي قد تعتبر في بعض الحالات بمثابة فتح اعتماد بمبلغ لمصلحة صاحب البطاقة حيث يستطيع الوفاء بقيمة مشترياته من السلع التي عليها من طرف التجار المتعاقدين مع تلك المؤسسة، وهناك عدة أنواع للبطاقات النقدية وهي كما يلي:

1-البطاقات غير الائتمانية :يطلق على هذا النوع بطاقة الخصم الفوري (المدينة Card Debit)حيث تستخدم كأداة وفاء فقط حيث يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من حيث السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة، ويتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح من طرف المؤسسة المالية المصدر دون الانتظار إلى إعداد كشف حساب البطاقة والذي يستخدم هنا كوسيلة لعرض البيانات فقط، وتشمل البطاقات الغير الائتمانية عدة أنواع نذكر منها ما يلي:

ا-بطاقة الدفع المسبق: حيث يقوم صاحب البطاقة الالكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أوالمعبأ في البطاقة ولإعادة استخدامها يجب إعادة شحنها وهكذا .وقد عممت هذه الطريقة على مجالات عدة أهمها قطاع الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة.

ب-البطاقات المدينة :ويتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة حيث يتيح

[1]محمد عبد حسين الطائي، **التجارة الالكترونية-المستقبل الواعد للأجيال القادمة**، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، ص 50.

استخدام البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا وفي حالة العكس لا تتم عملية التسوية تتطلب رصيد ا كافيا ومغطيا للنفقات المجرات بواسطة البطاقة.

ج–بطاقة الشيكات :يتعهد بمقتضاها البنك المصدر لهذه البطاقة لعميله حامل البطاقة بان يضمن سداد الشيكات التي يحررها العميل من هذ ا البنك بشروط معينة، وتحتوي هذه البطاقة عادة على اسم العميل، توقيعه، رقم حسابه والحد الأقص ى الذي يتعهد البنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل، وأن البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه، وظهور هذه البطاقة جاء لعدم اكتمال الثقة في أشخاص يتعامل معهم البنك دون أن يعرفهم.

2–**البطاقات الائتمانية**:وهي بطاقات خاصة تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية الأخرى لعملائها كخدمة إضافية، وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها أن يستخدمها في شراء معظم احتياجاته أوأداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات.

كما تعرف كذلك بأنها :البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة ويتم استخدامها كأداة ضمان وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر كلا من الوقت والجهد لحاملها وكذلك تزيد من إيرادات البنك المصدر لها لما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو من فوائد مقابل التأخر في السداد ولا يتم إصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة جيدة لموقف العميل حتى لا يواجه البنك المصدر مخاطر عالية في حالة عدم السداد ، وتنقسم البطاقات الائتمانية بدورها إلى :

أ)**البطاقات الائتمانية المتجددة** :هذا النوع هوالأكثر شهرة واستخداما ومن أمثلته بطاقتين شهيرتين هما **فيزا) Visa) وماستر كارد)Card Master(** ، والأصل في بداية هذا النوع أن يصدر عن بنك تجاري يوجد به حساب نقدي لحامل البطاقة، ويقوم البنك المصدر بسداد فواتير المشتري في أي مكان يقبل بهذه البطاقة وتدفع للمحل كامل المبلغ، ويقوم البنك المصدر للبطاقة بإرسال فاتورة شاملة مصنفة للعميل حسب المشتريات ويطالبه بسداد جزء بسيط من المبلغ لا يتجاوز 2% ويزيد البنك المصدر على حامل البطاقة على المبلغ الذي في ذمته (الرصيد دائن .)بنسبة معلومة شهريا تصل إلى 2.1% ولكن لويسدد حامل البطاقة كامل المبلغ الدائن خلال فترة الاستفادة، لا يترتب على ذلك أي زيادة في التسديد.

وفي كلتا الحالتين السابقتين يتم تجديد القرض الأول لحامل البطاقة لذلك سميت ببطاقة الائتمان المتجددة.

ب)البطاقات الائتمانية غير المتجددة :تسمى ببطاقات الصرف الشهري لأنه يتوجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل من قبيل عميل البنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب، أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز الشهر.

تسمى أيضا بطاقة الوفاء المؤجل أو بطاقة الحساب والفر ق الرئيس ي بينها وبين سابقتها انه لا يمكن أن يكون

لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر ومن ثم فعندما يقوم الفرد باستخدامها فانه يحصل آليا على قرض (ائتمان) مساوية لقيمة السلعة أوالخدمة ولكل عميل حد أعلى للقرض يحدده العقد ويسمى خط الائتمان، ويلتزم حامل البطاقة لشروط الإصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة لا تزيد غالبا عن 03 يوم من تاريخ استلامه لها، وفي حالة المماطلة يقوم البنك المصدر بإلغاء عضوية حامل البطاقة وسحبها منه

ثانيا :النقود الالكترونية[1] : عرفت بأنها " :قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بها بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.

والنقود الالكترونية عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى شخص آخر، وتخزن على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر في مكان يسمى المحفظة الالكترونية، بحيث يمكن استخدام هذه الوحدات في إتمام التعاملات المالية والتجارية عبر شبكة الانترنت بما في ذلك شراء المستلزمات اليومية ودفع ثمنها في شكل وحدات من النقود الالكترونية.

ومن خلال ما سبق يمكن تحديد عناصر النقود الالكترونية بما يأتي :

– القيمة النقدية :حيث تشمل النقود الالكترونية على وحدات نقدية لها قيمة مالية.

– التخزين على وسيلة الكترونية :حيث يتم شحن القيمة النقدية بطريقة الكترونية على بطاقة بلاستكية أو على القرص الصلب لكمبيوتر الشخص المستهلك.

– أنها لا تشترط اخذ عمولة مقابل الخدمات التي تقدمها :و هذا ما يميزها عن بطاقات الدفع الالكتروني كبطاقات الائتمان التي تشترط للمتعامل بها أن يفتح حسابا لدى المصرف الذي يقوم ها بإصدار، والتي تمكنهم من القيام بدفع أثمان السلع والخدمات التي يشترونها مقابل عمولة يتم دفعها للمصرف مقدم هذه الخدمة، فالنقود الالكترونية هي عبارة عن استحقاق حر اوعائم على مصرف خاص أو مؤسسة مالية أخرى وغير مرتبط بأي حساب آخر.

والنقود الالكترونية تتشابه مع النقود الحقيقية في الآتي:

–إن استخدام هذه النقود لا يحتاج إلى إذن مسبق من المؤسسة المالية التي تصدرها أو من طرف ثالث فالمستهلك يمكنه استخدام هذه النقود بصورة مباشرة كما يستخدم أمواله الحقيقية تماما.

–يمكن استخدام هذه النقود للوفاء بقيمة السلع والخدمات والمنتجات التي يشتريها، أي يستخدم هذه الأموال في الوفاء بالتزاماته كما يستخدم أمواله الحقيقية.

–تتصف هذه النقود بلا اسمية، حيث يمنك استخدام هذه النقود دون أن تحمل اسم صاحب الكارت المحملة عليه بحيث لا يمكن تتبع هذه النقود في حركتها، وبمعنى آخر لا تحمل هذه النقود هوية الشخص الذي يستخدمها، وذلك

[1] عبير بن صالح، مرجع سابق، ص 33.

كما يحدث في حالة الوفاء بأمواله الحقيقة.

ثالثا :الشيكات الالكترونية :هومحور ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بشكل كلي، أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بان يدفع مبلغا من النقود لإ ذن شخص ثالث يسمى المستفيد، ولعل الشيك الالكتروني هوأكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في المستفيد، ولعل الشيك الالكتروني هوأكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الالكترونية .

ومنه فأن التعامل مع الشيك الالكتروني يتم عن طريق ثلاث أطراف متمثلة في كل من : مصدر الشيك وحامل الشيك وكذا البنك، حيث ينتقل الشيك المصدر إلى المستفيد والمتمثل في حامله والذي بدوره يقدمه إلى البنك عبر الانترنت حيث يتم التحقق من سلامة البنك والتوقيع الالكتروني وبعدها يتم صرف الشيك لصالح حامله وإلغاء الشيك وإعادته الكترونيا إلى حامله بعد الصرف وتحويل المبلغ.

ومن اجل المعاملات الالكترونية يجب الأخذ بعين الاعتبار الاحتياطات التالية :

-على التاجر توثيق البطاقات للتأكد من أنها سرية وغير مسروقة.

-يمكن للتاجر الفحص مع مصدر البطاقة الخاصة بالمستهلك لضمان وجود المبالغ وحجزها واللازمة لمقابلة العبء الحالي.

-أهم نظامين يعتمد عليها حاليا الشيكات الالكترونية هما :

- نظام :(FSIC (corporation technology services Financial وهو نظام معتمد من قبل اتحاد مالي لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية الأمريكية، وهو يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بيم مجموعة من وسائل الدفع الالكترونية أهمها الشيك الالكتروني القياس ي والشيك الالكتروني المؤكد وآلات الصرف الذاتي.

- نظام :cash Cyber وهو عبارة عن نظام دفع يعتمد على الشيكات الالكترونية لشركةcuber cashالأمر يكية، تتعامل به مجموعة من البنوك والمؤسسات التجارية المشتركة بهذا النظام.

رابعا :التحويلات الالكترونية للأموال :تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المالية التي تقوم بها المؤسسة المالية سواء كان بنكا تقليديا أو بنكا الكترونيا مؤسسة بريد، ويعد نظام التحويلات المالية الالكترونية جزءا بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال المؤسسات المالية الالكترونية التي تعمل عبر الانترنت، يتيح هذا النظام نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بريدي لآخر وكذا المعلومات المتعلقة بها بطريقة الكترونية آمنة وسهلة.

وتعرف التحويلات الالكترونية للأموال بأنها " : عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة من حساب بنكي لآخر . وتنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة، وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام تحويل الأموال الالكتروني.

1- **الكيفية التي يتم بها التحويل الالكتروني للأموال** :

يقوم العميل بتوقيع نموذج معتمد واحد لصالح الجهة المستفيدة، والذي يتيح اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين، حيث تتم عملية التحويل الالكتروني للموال بأسلوبين،

فإما أن يتعامل البنك والعميل مع وسيط يقوم بتوفير البرمجيات اللازمة لذلك ويمكن إيجاد العديد منهم على الانترنت، يقوم الوسيط هنا بتجميع التحويلات الواردة إليه وإرسالها إلى دار المقاصة المالية الآلية، التي

ترسل بدورها نموذج التحويل الالكتروني للموال إلى بنك العميل ليقوم باقتطاع قيمة التحويل من رصيد العميل وتحويلها إلى حساب المستفيد.

أما إذا رغب المستفيد (التاجر)تنفيذ التحويلات المالية عبر دار المقاصة المالية دون المرور بوسيط، فانه يقوم باقتناء برمجيات خاصة تسمح بإجراء هذه العملية، أما العميل فيقوم باعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك مصدق لصالح التاجر الذي يرسل الاعتماد إلى دار المقاصة، هذه الأخيرة تحوله بدورها إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد له وإضافته إلى حساب التاجر.

2- **أهمية التحويلات الالكترونية المالية** :يستفيد كل من العميل و التاجر من عملية التحويل الالكتروني للموال، فهي توفر لكليهما فضلا عن اليسر، السرعة في انجاز الأعمال وتكبد عناء التنقل إلى البنك فوائد أخرى أهمها:

ا-**تنظيم الدفعات** :حيث يتم تنظيم عمليات الدفع من خلال الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد التحويلات المالية، وهوما يقطع أي شك في عملية السداد.

ب-- **السلامة والأمن** :فقد أزالت المقاصة الآلية والتحويلات المالية الالكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية أو ضياعها والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.

ج- **توفير المصاريف** :حيث تقلل شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إد ارة عمليات المقاصة.

المطلب الثالث : مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني

بالرغم من حداثة وسائل الدفع الالكتروني وتوفرها على عدة ايجابيات فلها بالمقابل بعض السلبيات التي صاحبتها حماية الزبون والتاجر أثناء تعاملاتهم.

اولا: مزايا وسائل الدفع الالكتروني :تتميز وسائل الدفع الالكتروني بعدة مزايا والتي يمكن تلخيصها كما يلي :

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

2- **بالنسبة للتاجر** :تعد اقوي ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

3-بالنسبة لمصدرها : يجني مصدر البطاقة عدة مزايا منها الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.

ثانيا :عيوب وسائل الدفع الالكتروني :

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

2-**بالنسبة للتاجر** :إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر اوعدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء، وهوما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

3-بالنسبة لمصدرها : أهم خطر مصدريها هومدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

الـجدول رقـم 01 (يوضح مزايا وعيوب بطاقات الدفع الالكتروني)

الجهات	المزايا	العيوب
حامل البطاقة	سهولة ويسر الاستخدام -الأمان وتفادي السرقة و الضياع -توفير فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة. -إتمام الصفقات فوريا بمجرد ذكر رقم البطاقة.	زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية. -عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء
التاجر	تعد أقوى ضمان لحقوق البائع -تسهم في زيادة المبيعات. -نقل عبء متابعة ديون الزبائن إلى عائق البنك والشركات المصد رة	قد تؤدي مخالفته أوعدم التزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع اسمه في القائمة السوداء ما يترتب على ذلك من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري
مصدر البطاقة	تعزيز الأرباح من خلال الفوائد والرسومات والغرامات. -خطر تعثر سداد حاملي البطاقات للديون المستحق	خطر تعثر سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم.

المصدر :محمد عبد حسين الطائي، التجارة الالكترونية-المستقبل الواعد للأجيال القادمة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء الخاصة، دار الثقافة، 2010، ص 187.

المبحث الثاني: ماهية البطاقة الالكترونية

تعتبر البطاقات الإلكترونية من أهم وسائل الدفع الحديثة نظرا لما توفره من سرعة وسيولة في التعامل بها، وبذلك تم استحداث أسلوب تقني أكثر تطورا وهو الدفع بواسطة بطاقات الوفاء أوالدفع، وتعد هذه البطاقة من أوسع البطاقات انتشارا في العالم، وهي تمكن العميل من الوفاء أوالدفع، تعد هذه البطاقات انتشارا في العالم، وهي تمكن العميل من الوفاء بقيمة السمع والخدمات بدلا من الوفاء النقدي.

المطلب الأول:مفهوم البطاقة الالكترونية

سنتطرق في هذا المطلب إلى تبيان مختلف التعاريف التي تناولت موضوع بطاقات الدفع الإلكتروني وذلك بالتعرض إلى التعريف الشكلي والمالي هذا من جهة، ومن جهة أخرى سنتطرق الى نشأتها وتطورها في العالم.

اولا: نشأة البطاقة الالكترونية[1]

تعتبر البطاقات الالكترونية وسيلة جديدة من وسائل الدفع، ظهرت نتيجة استخدام الحاسبات الآلية وانتشارها في جميع مجالات الحياة خاصة في قطاع البريد، وتتميز هذه الوسيلة المستحدثة بأنها أداة دفع الكترونية، تقوم بتسوية المعاملات التجارية والبنكية بين الأفراد والبنوك، طبقا لنظام التحويل الآلي للنقود.

إن فكرة بطاقة الإئتمان بدأت بالظهور عام**1914**في الولايات المتحدة الأمريكية، وأصدرتها بعض المتاجر الكبرى والفنادق وشركات البترول وكانت تصدر في شكل بطاقات معدنية للعملاء، وكان الهدف من إصدارها هوضمان استمرار العملاء في التعامل مع هذه المنشآت والشركات وذلك عن طريق منح تسهيلات ليهم غير أن المفهوم الحديث للبطاقات الإلكترونية ظهر عام**1950**عندما قامت البنوكالأمريكية بإصدار هذه البطاقات والتوسع في دائرة استخدامها، ويعد بنك ناشيونال فرانكلين **1952**وتم إصدارها بعد ذلك منقبل البنك الأمريكي عام **1958**ثم ظهرت بطاقة أميريكان اكسبرس عام **1958**لتمكن حاملها من الاستفادة بها في الحصول على السلع والخدمات من الفنادق والشركات على أنتحصل عملاؤها ما يضمن استرداد ما يقوم بدفعه لحساب فواتيرهم.

وقد تم استخدام هذه البطاقة في فرنسا عام**1954**بظهور بطاقة **cartes de dinersclub**ثم انتشرت بطاقات ائتمان أخرى عام**1967**سميت بالكارت الذهبي والبطاقة الزرقاء الأولى صدرت عن اتحاد الفنادق والثانية عن مجموعة البنوك الفرنسية.

أما في العالم العربي فقد ظهرت بطاقة الإئتمان لأول مرة في الثمانينات على شكلبطاقة الدفع الفوري، وقد عرفت باسم "فيزا كارد المصرف العربي،" ثم أصدر بعد ذلك بنك البتراء في الأردن بترخيص من شركة فيزا الدولية سنة 1982بطاقة"**petra.card**"،كما طرحت المجموعة الوطنية السريعة للبطاقات بطاقة ذات منشأ أردني سميت **NationalExpress** وذلك سنة1992.

ثانيا: تعريف البطاقة الالكترونية

يمكن تعريف البطاقة الالكترونية من خلال عدة جوانب، وهذا ما تطرقنا له في هذا الفرع من خلال تعريفها شكليا، ومن حيث المضمون، وكذلك تعريف فقهي للبطاقة.

1- التعريف الشكلي

هي بطاقة بلاستيكية مصنوعة من مادة خاصة مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها مطبوع على أحد

[1] محمد توفيق سعودي، **بطاقات الإئتمان والأسس القانونية للعلاقات الناشئة عن استخدامها**، دار الأمين، مصر، 2009، ص ص: 17-18.

وجهيها وبشكل بارز رقمها واسم حاملها ورقم حسابه واسم الشركة العالمية للبطاقة وشعارها والمصرف المصدر لها وتاريخ انتهاء صلاحيتها، وعلى الوجه الاخر شريط معلوماتي الكهرومغناطيسي مكتوب عليه أن البطاقة ملك المؤسسة المصدر لها، يليه شريط ورقي مخصص لتوقيع حاملها، وبعضها تطبع عليها بطريقة خاصة صورة حاملها وتوقيعه[1].

2- تعريف بطاقة الدفع من حيث المضمون

يختلف تعريفها من خلال عدة جوانب، حيث تعرف مصرفيا بأنها[2]:

عبارة عن صك اسمي يصدره البنك لمصلحة عملية يعطيه الحق في الحصول على ما يلزمه من سلع أوخدمات تجاه هذه المشروعات، مقابل الوفاء بقيمة السلع والخدمات التي حصل عليها العميل حامل البطاقة استنادا على الشروط المتفق عليها بينهما " لكن يعيب على هذا التعريف أنه حصر اصدارها على البنوك فقط لأن اصدارها لا يقتصر فقط على البنوك فقد تصدرها الشركات أوالمجموعات الاقتصادية أوالمحلات التجارية الكبيرة أوالمنظمات المختصة.

وتعرف أيضا " أداة مصرفية بلاستيكية كبديل للنقد والائتمان في نفس الوقت وتعطي لحاملها الحق في الحصول على تسهيل ائتماني من مصدر هذه البطاقة، وذلك للوفاء بقيمة مشترياته من سلع وخدمات لدى التجار المتعاقد معهم المصدر بقبول الوفاء بالبطاقات مقابل توقيع الحامل للتاجر على إيصال بقيمة التزاماته على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من البنك مصدر البطاقة ويتعين على حامل البطاقة سداد القيمة لمصدرها خلال أجل معيف متفق عليه ولا تمنح هذه البطاقات إلا بعد تأكد مصدرها من وجود ضمانات كافية (شخصية أوعينية) تتناسب مع الحد المصرح به للبطاقة".

أما في علم الحاسب الآلي تعرف على أنها " بطاقة مغطى سطحها بمادة قابلة للمغنطة يمكن تسجيل البيانات عليها،وبالتالي يمكن استخدامها كوسيلة من وسائل تخزين البيانات.

3- التعريف الفقهي[3]

من بين التعريفات الصاردة بشأن بطاقة الدفع الإلكتروني نجد:"البطاقات التي ينحصر ذكرها في كونها أداة الوفاء بثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها حامل البطاقة من بعض التجار المقبولين لدى الجهة المصدرة للبطاقة"

وفي تعريف آخر:" بطاقة تصدرها مؤسسة مجازة وتسلمها إلى عميلها بهدف استعمالها بشكل متكرر في سحب النقود أوبهدف تسديد ثمن السلع كالخدمات للموردين دون أن يكون قبولها محصورا بالمؤسسة مصدرة البطاقة فقط".

---

[1] رشاد نعمان شايع العامري، **الخدمات المصرفية الائتمانية في البنوك الاسلامية دراسة مقارنة في القانون والفقه الاسلامي**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2013، ص: 234.

[2] محمد ناظم نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، **الصيرفة الإلكترونية**، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص: 47.

[3] صونية مقري، **المسؤولية المدنية عند الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، السنة الجامعية 2014-2015، ص ص:23-24.

أيضا عرفت على أنها: "عقد تتعهد بمقتضاه الجهة المصدرة للبطاقة وهي في الغالب أحد البنوك بفتح اعتماد في حدود مبلغ معين لمصلحة شخص يسمى حامل البطاقة (العميل) الأمر الذم يمكنه من الوفاء كسداد قيمة مشترياته لدى المحال التجارية التي ترتبط في ذات الوقت بالجهة مصدرة البطاقة بعقد يلزمها بقبول الكفاء بمقتضى هذه البطاقات لمبيعاتها أوخدماتها كذلك من خلال مدة معينة".

يلاحظ على التعاريف السابقة ما يلي:

-حصر التعريف الأول وظيفة بطاقة الدفع في وفاء ثمن المشتريات التي نفذها الحامل سواء كانت سلع أو خدمات.

-أضاف التعريف الثاني وظيفة أخرى لبطاقة الدفع وهي سحب النقود كما أنه لم يحصر قبولها لدى الجهة المصدرة لها.

-في حين نجد أن التعريف الثالث بين أن التعامل ببطاقة الدفع يكون على أساس عقدين: العقد الأول يبرم بين البنك المصدر والحامل بهدف تسديد قيمة المشتريات التي قام بها هذا الأخير كالمسمى "بعقد الحامل"، أما العقد الثاني فيربط بين البنك المصدر والتاجر كالمسمى "بعقد التاجر،" حيث يلتزم المصدر بموجبه بضمان الوفاء للتاجر بالفواتير المنفذة عن طريق حامل البطاقة، مقابل قيام التاجر بقبولها في الوفاء وتنفيذ التزاماته المتعلقة بسير عمليات الوفاء.

وفي تعريف آخر: "بطاقات تصدر بواسطة مؤسسة مالية باسم أحد الأشخاص وتقوم تلك البطاقة بوظيفتي الوفاء والائتمان، أي أن حاملها يملك إمكانية تتبع سداد المبالغ التي استخدمها في الاعتماد المفتوح من جانب مصدر البطاقة".

المطلب الثاني: التمييز بين بطاقات الدفع الالكتروني ووسائل الدفع الحديثة الأخرى

تتميز بطاقات الدفع الالكتروني بجملة من الخصوصيات التي تميزها عن باقي وسائل الدفع الأخرى، لكن نلاحظ في الواقع العملي أنه لا يزال يجري الخلط بينها وبين باقي الوسائل التي تعتمد التكنولوجيا الحديثة في إتمام عمليات الدفع، ويرجع السبب الرئيسي في هذا الخلط إلى حداثة هذه الوسائل والتداخل الحاصل في مواضيع التجارة الالكترونية.

لذلك برزت الحاجة الى تمييزها عن غيرها من وسائل الدفع الأخرى التي قد تتشابه معها كما يلي:

اولا: التمييز بين البطاقة الالكترونية والنقود الالكترونية[1]

رغم التشابه بين بطاقة الائتمان والنقود الالكترونية المخزنة على البطاقات الذكية سواء من حيث الشكل: اذ أنهما يتميزان بأن لهما نفس الحجم مع الفارق في أن الأخيرة تكون مزودة بكمبيوتر صغير أو معالج الكتروني "Micro-processeur" به ذاكرة تسمح بتخزين بيانات.

أومن حيث الاستعمال: اذ أنهما تستعملان على السواء في العالم المادي، أي في نقاط البيع (POS)، وفي العالم الافتراضي، أي عبر شبكة الانترنت، مع الاختلاف في كيفية استخدامها لإتمام عملية الدفع.

[1] عبد الصمد حوالف، **النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية: 2014-2016، ص ص: 160-161.

إلا أنهما يختلفان في عدة أمور لعل أهمها:

-يرتبط الدفع ببطاقات الائتمان بحساب مصرفي لإتمام عملية الدفع عكس الدفع بالنقود الالكترونية التي لا ترتبط بحساب مصرفي، ولا تتطلب تدخل المصدر لإتمام عملية الدفع.

-يتم الاحتفاظ بوحدات النقد الالكتروني –باعتبارها قيمة نقدية غير ملموسة- على البطاقة الذكية التي تمثل الوسيط الذي يعطي تلك الوحدات الشكل المادي الملموس، بحيث تندمج تلك الوحدات في البطاقة، وتصبح هذه الأخيرة الأداة التي تسمح بتداولها ونقلها، أما بطاقات الائتمان فلا تحمل بالقيم النقدية، ولا تخرج عن كونها مجرد أداة يوفرها البنك بإجراء تسوية لهذه المدفوعات مع التاجر فيما بعد.

-يمكن استخدام النقود الالكترونية من قبل الكافة، ويستطيع كل من يدفع قيمتها مقدما للحصول عليها واستعمالها، ولا يمكن استعمال بطاقات الائتمان إلا من قبل الأشخاص المرخص لهم في ذلك، وفي حدود سقف الائتمان الممنوح لهم.

-تبرأ ذمة المدين بمجرد تحويل وحدات النقد الالكتروني إلى الدائن، أما في حالة الدفع ببطاقات الائتمان فلا تبرأ ذمة المدين إلا بقيام البنك بإجراء تسوية لاحقة للمعاملات التي تمت باستخدام البطاقة، وقيد المبلغ في الجانب الدائن من حساب التاجر.

-في الدفع بالنقود الالكترونية هناك اعتماد على نظام تشفير معقد وهذه الوسيلة أنشأت خصيصا لتسوية معاملات التجارة الالكترونية، وهي أكثر أمانا إذا ما قارناها ببطاقات الائتمان التي تنتقل بشكل غير مشفر مما يجعلها عرضة للسرقة عبر شبكة الانترنت.

ثانيا: تمييز البطاقة الالكترونية والشيك الالكتروني

يقوم التشابه بين بطاقات الدفع الالكتروني والشيك الالكتروني في كونهما وسيلة نقل مديونية من شخص لآخر وكذلك يتم تعامل المصرف بهذين النوعين من وسائل الدفع يكون عبر شبكة الانترنت، وذلك من خلال التوقيع الالكتروني ومع ذلك تبقى الفروقات أو الاختلاف بينهما في العديد من النقاط منها[1]:

-البيانات الواردة في الشيك الالكتروني وبقية الأوراق التجارية إلزامية، ينبغي أن يتضمنها السند حتى يكون ورقة تجارية خاضعة لقانون الصرف في حين لا يوجد مثل تلك البيانات في بطاقات الدفع الالكتروني ولذلك تكون هذه الأخيرة غير خاضعة لأحكام الأوراق التجارية (قانون الصرف).

-بطاقات الدفع الالكتروني تقوم على ثلاثة أطراف هي: التاجر وحامل البطاقة ومؤسسة البريد، فمصدر البطاقة (المؤسسة) تلتزم بالدفع للتاجر في الحدود المتفق عليها مع حامل البطاقة، بمعنى التزام مؤسسة البريد (مصدر البطاقة) بصفة أصلية بالوفاء للتاجر عما نفذه حامل البطاقة من مشتريات، أما في الشيك الالكتروني يوجد طرفان رئيسيان

[1] هشام زرقان، **النظام القانوني لبطاقات الدفع الالكتروني**، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2015-2016، ص ص:24-25.

هما: المدين والمستفيد وهو الساحب، وينحصر دور الطرف الثالث المسحوب علية (المؤسسة) في كونه وكيلا عن المدين دون أن يكون ملتزما بالدفع عنه، اذ يكون الساحب دائنا للمصرف دائما، الا في حالة اعتماد السحب المكشوف مقابل ضمانات يقدمها الساحب لمؤسسة البريد.

-تصدر بطاقات الدفع الالكتروني عادة من مؤسسة بريد الجزائر والمؤسسات المالية الكبيرة المرخص لها قانون، كما تصدر أيضا من المؤسسات التجارية الكبرى إذ يستخدمها العملاء في تسوية مشترياتهم من هذه المؤسسات وفروعها، في حين أن الشيك الالكتروني لا يصدر إلا من مصرف مرخص له بإصدار مثل هذه الشيكات وهذا ما استقر عليه العرف المصرفي والتشريعات المختلفة بأن يكون المسحوب عليه في الشيك بمختلف أنواعه هو المصرف.

-تعدد أنواع بطاقات الدفع الالكتروني تبعا لطبيعة علاقة المديونية بين حامل البطاقة والجهة المصدرة لها، فمنها بطاقة الائتمان وبطاقة ضمان الشيكات وبطاقة الخصم الشهري والبطاقة الذكية، في حين أنه مهما تعدد أنواع الشيك الالكتروني فإن حامل الشيك الالكتروني يكون دائما دائن للمصرف مصدر الشيك من خلال فتح حساب للعميل مع تزويده بدفتر الشيكات.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب استخدام البطاقة الالكترونية

بالرغم من حداثة العمل بنظام بطاقات الدفع الإلكتروني، والذي لا يتجاوز عمره أربعين عاما، إلا أنه لقي نجاحا متميزا حيث ذاع استخدامه في معظم دول العالم، والأكيد أن هذا النجاح لم يكن ليتحقق لولا اكتشاف المتعاملين به مزاياه والتي عجز التعامل بالعملات النقدية أوالشيكات عن تحقيقها لهم، ومع ذلك نجد في نفس الوقت أن التعامل بهذه البطاقات يشكل مخاطر عدة بالنسبة لكل من طرف من أطرافها بالإضافة إلى المجتمع.

أولا: مزايا البطاقة الالكترونية

1- مزايا البطاقة بالنسبة للحامل[1]

إن المزايا التي تقدمها بطاقة الدفع الإلكتروني كما وكيف فاقت كل التطورات فقد ضمنت عددا من الوظائف الأساسية كالتكميلية كما وخاطبت جميع الفئات لما لها من مرونة كيفا، وتتمثل هذه المزايا في الأمور التالية:

-تمكن البطاقة حاملها من التسوق بسهولة ويسر أثناء سفره، لسهولة حملها وقلة تعرضها للسرقة أو الضياع، فيستطيع الحامل شراء السلع وتلقي الخدمات المختلفة في شتى أنحاء العالم بمجرد تقديمها ودون حاجة للدفع النقدي الفوري.

-يمكن أن توفر له بعض البطاقات الحصول على الائتمان، واتساع فترة التسديد تتراوح ما بين25و55 يوم

-تعد وسيلة للتعرف وللإثبات الشخصي، ويمكن أن تكون إحساسا بالمكانة الاجتماعية لأنها لا تعطى إلا لمن تتوافر

[1] أمجد حمدان الجهني، **المسؤولية المدنية عن الإستخدام غير مشروع لبطاقات الدفع الإلكتروني**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن،2010، ص ص: 45-46.

فيه شروط معينة.

-تعطي البطاقة كشفا تفصيليا بعمليات الشراء وأماكن البيع وساعاته ويسمى هذا الكشف"بكشف حساب البطاقة،" وبالتالي بإمكان الحامل مراقبة نفقاته وضبطها، وتجاوز المصاريف غير الضرورية التي قد تؤثر على دخله الشهري.

-تسمح البطاقة لحاملها بالإنفاق أكثر مما لديه، وبالتالي فإنها تجعل الاقتصاد يعمل بشكل أعلى وأسرع مما كان عليه وهذا عندما يتعلق الأمر بالنقد السائل.

-يمكن استخدام البطاقة بالدفع عن طريق التليفون، أوعن طريق الانترنت بإعطاء رقم البطاقة أوالبريد الإلكتروني، والتسوق من المنزل.

-وفي سبيل جذب أكبر عدد من مستعملي البطاقات من باب المنافسة، أصبحت الجهات المصدرة تفرض على زبائنها عدة خدمات كالحصول على تخفيضات معينة عند شراء بعض السلع أو تلقي بعض الخدمات كتقديم تأمين عند السفر جوا، وتعويض إذا تأخرت حقائبه عند وصوله غيرها من الخدمات

-نظرا للتنوع بين فئات المجتمع واختلاف حاجات الموظفين، وتباين مقدرتهم المالية، فقد تم إصدارر عدة فئات من البطاقات، فمنها المحلية، والدولية، **والذهبية**، ويختلف السقف الأعلى لكل فئة.

-لا تشغل البطاقة حيزا فهي سهلة الاستعمال وتحظى بالقبول العام، حتى أنها أسرع من عد النقود إذا كان المبلغ المشترى به كبيرا.

-كما أن البطاقة خفيفة الوزن، صغيرة الحجم، لها مظهر جميل، كلا تشغل حيزا في المحفظة، أوداخل الجيب، بعكس دفتر الشيكات الذي يكون في العادة متوسط الحجم، وكذلك بعكس النقود إذا كانت من فئات العملات الورقية القليلة

-توفر البطاقة الحصول على تخفيض حقيقي في قيمة المشتريات – خصم من التاجر – عن سعر السوق، بنسبة معينة تتراوح ما بين5%إلى 30%حسب السلعة، والمنشأة التجارية، وكذلك ضمان الجهة المصدرة لها من شخص آخر بشكل غير نظامي، وإذا لم يستطع التاجر الحصول على حقه من مصدر البطاقة فإنه لا يستطيع الرجوع إلى حاملها، فهويطالب مصدرها، ومصدرها يطالب حاملها[1].

2-مزايا البطاقات الالكترونية بالنسبة للتاجر[2]

يستفيد التاجر الذي يقبل الوفاء عن طريق بطاقة الوفاء بعدة مزايا منها:

-تعد بطاقة الوفاء وسيلة مشجعة لمتاجر الذي يقبل التعامل بها، فهي تجنب مخاطر إصدار شيكات بدون رصيد من طرف زبائنه أوقبول عملات نقدية، قد تكون مزورة، أوعلى الأقل لن يكون مضطرا لقبول الوفاء بعملة أجنبية.

---

[1]صونية مقري، **المسؤولية المدنية عند الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني**، مرجع سبق ذكره، ص: 43.

[2]جهاد رضا الحباشنة، **الحماية الجزائية لبطاقة الوفاء**، لطبعة الأولى، دار الثقافة للشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008،ص:32.

-يوفر نظام الدفع بالبطاقة الكثير من الوقت والإجراءات التي يقتضيها صرف الشيكات وتحصيلها وإيداع النقود في البنك، وما ينجر عن ذلك من كلفة وخطورة، إضافة إلى ذلك فإن المؤسسات التجارية الكبرى تقبل العمل بهذا النظام بسهولة تامة، لأنها ترى أن التعامل بهذه البطاقات سبيل إلى زيادة الزبائن والعملاء مما يحقق ربحا أوفر لها.

-تشكل بطاقة الوفاء حماية للتاجر من تعرض آلات الحساب لديه للسرقة والسطو، مما يوفر له عامل الثقة والاطمئنان،كون المبالغ التي تشكل قيمة الخدمات تودع مباشرة في حسابه المصرفي

-يمكن العمل بالبطاقة ضمانا بالنسبة للتاجر أوالمورد في الوفاء من طرف المؤسسة المصدرة سواء نقدا أوقيدا في الجانب الدائن لحسابه.

3- مزايا البطاقة بالنسبة للمصدر

هناك فوائد عديدة دفعت مؤسسة البريد لإصدار بطاقات الدفع الإلكتروني نذكر منها[1]:

-يعتبر الوفاء الإلكتروني بواسطة البطاقة، وسيلة لخفض نفقاتها العامة، بداية من الاقتصاد في استخدام الورق بما يؤدي تباعا إلى الاقتصاد في الأيدي العاملة، فالعمليات التي كانت من اختصاص موظفي مؤسسة البريد، سوف يقوم التجار بجزء منها، وهو إجراء التعامل بالبطاقة، أما الجزء الأخير فسوف يسند إلى الآلات التي تقوم بمعالجة العمليات المنفذة بالبطاقة، وإدخال البيانات إلى الحاسب بطريقة الكترونية.

-إن الوفاء بواسطة البطاقة الإلكترونية وسيلة آمنة عن غيرها من النقود الورقية أو المعدنية حيث أنها معرضة للسرقة سواء من الحامل أو التاجر، كما أن استخدام الشيك في الوفاء قد لا يقابله رصيد قائم ومعد للدفع، أو كأن يكون مزورا أو مسروقا، لذا فإن الوفاء بواسطة البطاقة يعد حاجزا قويا منكل سرقة وتزوير وأكثر أمنا من الشيك.

-البطاقة وسيلة لتقديم الائتمان للزبائن، يطلق عميه "الاعتماد المتجدد"كصيغة بسيطة ومرنة لتلبية احتياجات الزبائن، سواء عند صدورها كوسيلة للحصول على الاعتماد الممنوح من المصدر، أو بعد صدورها، إذ تصدر من أجل الوفاء أو الدفع، ثم يرتبط بها الائتمان فيما بعد.

-تعتبر البطاقة وسيلة لتحقيق الربح، وهذا من خلال العمولة التي يتم استيفاءها من التاجر، إضافة إلى رسم سنوي من حملة البطاقة، كما يتقاضى المصدر فائدة شهرية، وهي أعلى بكثير من الفوائد المأخوذة على القروض بسبب ارتفاع نسبة المخاطر.

-اجتذاب زبائن جدد للمؤسسة كالتجار المتعاقدين على التعامل بالبطاقة في محلاتهم، وكذا حملة البطاقات.

-سهولة تسوية المعاملات البريدية والمصرفية عن طريق الحاسب الآلي، الأمر الذي يتسم بالدقة واختصار الإجراءات الإدارية.

-الدعاية القوية لمؤسسة البريد، خاصة وأن البطاقة تتعامل بشكل دوري، مما يساعد على انتشار اسم مؤسسة البريد

[1] صونية مقري، **المسؤولية المدنية عند الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني**،مرجع سبق ذكره، ص: 46.

خارج قطره[1].

ثانيا: عيوب البطاقة الالكترونية

يترتب على استخدام البطاقة الالكترونية مشاكل جمة نلخصها فيما يلي[2]:

-عدم الدقة جراء بعض الأخطاء المرتكبة من قبل الموظفين في التعامل مع الفواتير ومع تكرار الأخطاء تفقد الثقة بين مؤسسة البريد والعميل.

-سرقة البطاقات الائتمانية أوضياعها اواستعمالها من طرف الغير.

-التكاليف العالية بالنسبة لمؤسسة البريد والخاصة بتوزيع البطاقات .

-المنافسة من قبل البنوك التجارية والمؤسسات المالية، لأنه في أي عمل تجاري هناك منافسة وبتعدد البنوك العارضة لخدمات البطاقة الالكترونية وتحسينها يزداد خطر المنافسة بين البنوك التجارية.

كما تنطوي البطاقة على عدة مخاطر أخرى تنجم عن استخدامها منها:

-عدم اعتراف مؤسسة البريد ببعض القسائم المقدمة لها، جراء استخدام بطاقات منتهية الصلاحية أو مسروقة.

-محاولة التاجر زيادة أسعار السلع والخدمات المباعة بالبطاقة.

-إعداد التاجر لفواتير بيع لعمليات لم يقم بها حامل البطاقة.

-عدم تمكن مؤسسة البريد من تحصيل بعض المبالغ المستحقة من حملة البطاقات.

-نقص الكفاءة لدى بعض العاملين في قسم البطاقات مما يخلق متاعب مؤسسة البريد.

-حدوث مشاكل فنية تؤدي إلى زعزعة ثقة العملاء بالبطاقة.

ولمواجهة الأخطار الناجمة عن البطاقة ينبغي وضع ضوابط رقابية للحد والتقليل من هذه المخاطر يهدف حماية العملاء وتسهيل التعامل بها، ويمكن أن نلخص أهم هذه الضوابط الرقابية فيما يلي[3]:

1-بالنسبة لمؤسسة البريد:

-حسن اختيار العملاء الذين تقرر مؤسسة البريد إصدار بطاقات لهم.

-حسن اختيار التجار الذين يتمتعون بسمعة جيدة.

-التسويق المناسب للبطاقات من خلال البيع الشخصي والإعلانات.

2-بالنسبة للتاجر:

-التحقق من صحة البطاقة ومن هوية صاحبها ومن صلاحيتها.

---

[1] صونية مقري، **المسؤولية المدنية عند الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني**، نفس المرجع السابق، ص: 47.

[2] محمد سحنون، **النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الالية، مجلة العلوم الانسانية**، العدد الرابع، جامعة بسكرة، الجزائر، 2003، ص: 69.

[3] محمد سحنون، **النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الالية**، نفس المرجع السابق، ص: 69.

-التأكد من أن مبلغ العملية لا يتجاوز الحد الأقصى.

-الاتصال بمؤسسة البريد هاتفيا في حالة الشك.

-التقيد ببنود الاتفاق المبرم مع مؤسسة البريد وبخاصة مواعيد إرسال الكشوف.

3-بالنسبة لحاملها

-المحافظة على الطاقة والإبلاغ عنها عند الضياع فورا.

-التقيد باستعمال البطاقة لأغراض المخصصة لها.

-الإبلاغ عن التجار الذين يرفضون قبول البطاقة.

خلاصة الفصل الاول

لقد تنوعت وسائل الدفع الإلكتروني الى عدة أنواع وأشكال، فمنها البطاقات البنكية والذكية وبطاقة الائتمان، ومنها النقود الإلكترونية، و كل هذه الأنواع تختلف و تشترك في عدة نقاط من حيث نوع الخدمة و الملموسية، حيث تعتمد على التكنولوجيا بشكل أساسي، فهي الدعامة الرئيسية المساعدة على تطورها وظهورها في جميع المؤسسات المالية سواء العالمية أو المحلية، مما جعل منهاً هدفا سهلا للنصب والاحتيال والتزوير، لكن رغم النقائص الموجودة فيما، إلا أنها تحاول ة إزاحة وسائل الدفع التقليدية وامتلاك السوق واحتلالهِ بمفردها، و جلب اكبر عدد ممكن من الزبائن لتلك المؤسسات المالية.

الفصل الثاني :الخدمات المالية وتحسين جودتها من خلال بطاقة الدفع الالكتروني

تمهيد

يعتبر بريد الجزائر من أهم القطاعات الاقتصادية وأكثرها حساسية وتأثرا بثورة الاتصالات والمعلومات التي يشهدها العالم المعاصر، حيث استخدمت الشبكات وربطت الحواسيب مع بعضها البعض لتنمية مختلف مؤسساتها البريدية بتطبيقها لنظم تقنية عالية من اجل تبادل البيانات و المعلومات وصولا إلى العمل المالي الاعتباري القائم على الركائز الالكترونية المتطورة، زيادة على ذلك فإن المؤسسات المالية عملت ومازالت تعمل على تحقيق جودة عالية لمنتجاتها وخدماتها خاصة في ظل المنافسة المتنامية في هذا القطاع من خلال تحديد متطلبات العملاء والعمل على تلبيتها بمختلف الاستراتيجيات التسويقية، لأن الجودة هي ثمن الدخول إلى السوق والتميز الذي لا يتحقق إلا من خلال امتلاك هذه المؤسسات لتكنولوجيا متطورة.وبالتالي الوصول إلى تحقيق جودة الخدمات الالكترونية في القطاع المالي.

وسنتناول في هذا الفصل ثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول: مدخل للخدمة المالية؛

المبحث الثاني:جودة الخدمات المالية ورضا العملاء؛

المبحث الثالث :جودة الخدمات الالكترونية في القطاع المالي ؛

المبحث الأول: مدخل للخدمة المالية

يعتبر قطاع الخدمات المالية الذي يشمل مؤسسات البريد، الخدمات المصرفية، والأسواق المالية والتأمين، من أهم الخدمات المقدمة، حيث تظهر أهميته في انه الأداة المعتمد عليها في اشباع رغبات العملاء وفي تحقيق أهدافه، وهذا ما سنتطرق اليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المالية وخصائصها

من أجل معرفة وفهم الخدمات المالية بوضوح، يجب توضيح مجموعة من العناصر والمتمثلة في مفهوم الخدمات المالية، وخصائصها، والتي سنعرضها فيما يلي:

اولا: تعريف الخدمة المالية

قبل التطرق لتعريف الخدمة المالية سنحاول ان نقدم تعريفا للخدمة عامة ومن التعاريف المقدمة لها: جاء أن مفهوم جودة الخدمة المالية لا يختلف عن مفهوم جودة الخدمة، و منه فهي تهدف إلى تقديم خدمات للزبائن ذات جودة عالية لإرضائهم وتلبية حاجاتهم ورغباتهم بصفة مستمرة، فهي تكمن في إدراكات العملاء والتعبير عنها.[1]

تفتقر الخدمات المالية الى تعريف واضح ودقيق وشامل بالمقارنة مع التعريفات السائدة للمنتجات الصناعية أو السلع الاستهلاكية مما جعل من الصعب حصر الخصائص والسلوكيات ذات الصلة المباشرة بالخدمات المالية، إلا أن هذه الحقيقة لا تنفي اطلاقا وجود محاولات جادة لفهم قطاع الخدمات المالية من خلال العديد من البحوث والدراسات التي قام بها الأكاديميون والممارسون، ولكن على الرغم من ذلك فان القليل منها الذي يتوقف عند تعريف الخدمات المالية كمصطلح يعبر عن قطاع متنام مهم، وأن غموضا ما لا يزال يحيط بمفهوم هذه الخدمات، إذ أن معظم أدبيات تسويق الخدمات المالية تتغاضى عن أو تتحاشى تقديم تعريف محدد لهذه الخدمات، وقد يكون وراء ذلك أسباب ومبررات عديدة نرى أن من أهمها ما يلي[2]:

-أن الخدمات المالية تخضع للقوانين والتشريعات المالية المعمول بها في كل دولة على حدى، والتي تتناسب مع بيئة الأعمال الخاصة بتلك الدولة.

-ان تعدد وتنوع المؤسسات التي تقوم بتقديم خدمات مالية تجعل من الصعب وصع تعريف موحد وشامل.

-ان أي تعريف يجب أن يتضمن الأنشطة المتعددة والوظائف التي تقوم بها المؤسسات المالية، وهذا بدوره سيخرج التعريف عن الهدف المقصود من ورائه نظرا للنطاق الواسع والعدد الكبير من الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية.

ولكن على الرغم من ذلك فانه يجب أن نحدد بعض التعريفات منها التعريف الذي قدمهmeidan والذي سلط فيه الضوء على بعض الجوانب الخاصة بالخدمات المالية، فقد عرف الخدمات المالية بأنها الأنشطة، المنافع والرضا

[1] ناجي معلا، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، حقوق النشر محفوظة للمؤلف ،2001 ص، 80.

[2] سليمان الجيوشي، محمد الطائي، **تسويق الخدمات المالية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2010، ص ص: 8-9.

المرتبطة جميعها ببيع الاموال والتي تقدم للمستخدمين والعملاء قيمة متعلقة بالأموال.

وتعرف أيضا[1]: تعرف جودة الخدمة المالية على أنها إرضاء لمتطلبات الزبائن و دراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات الزبائن.

ثانيا: خصائص الخدمة المالية

ان من أهم خصائص الخدمات المالية[2]:

1-**المسؤولية الائتمانية:** ونقصد بها الالتزام مقدم الخدمة بإعطاء الاهتمام الكافي والعناية اللازمة بالعميل لتحقيق التوازن الصحيح بين مصالح مؤسسته وتحمل مسؤوليته الائتمانية القائمة على الثقة.

2-**اللاملموسية:** تمثل هذه الخاصية حقيقة الخدمة لكونها لا ترى ولا يمكن لمسها قبل شرائها، وهذه الصفة تجعل عامل المخاطرة ملازمة للمنتجات الخدمية، فقد لا يحصل المستفيد على الخدمة المطلوبة وفقا للوعد بتوفيرها حسب خصائص معينة، فمثلا ترغب بعض المصارف في ايصال معلومات الى جمهورها المهتم بخدماتها مفادها أن تقديم خدماتها يتسم بالسرعة والفعالية، وقد تضيف منتجات ملموسة تضفي المصداقية اللازمة للخدمة والتي تساعد على التقليل من عنصر المخاطرة، مثال ذلك تهيئة المكان المناسب للعملاء الذي يتسم بالجمال والراحة لاستقبالهم وللمظهر العام دوره في عكس صورة السرعة والفاعلية للخدمات.

3-**التلازمية(تكامل الخدمة المالية):** بمعنى عدم القدرة على الفصل بين وقت انتاج الخدمة المصرفية ووقت استهلاكها.

4-**عدم التجانس:** بمعنى عدم امكانية تقديم خدمات متجانسة لكل العملاء، حيث يختلف أداء مقدم الخدمة من فرد لأخر ومن وقت لأخر.

5-**قابلية الخدمة المالية للنفاذ أو الاستخدام بسرعة:** بمعنى تلاشي الخدمة بعد تقديمها، ومن ثم عدم امكانية تخزينها للاستفادة من نتائجها مرة أخرى.

6-**التأكد من تقديم ما يطلبه العميل.**

7-**الاعتماد على الودائع:** حيث تعتمد هذه المصارف في أداء أعمالها على جمع الودائع من أصحاب الفائض واعادة اقراضها لأصحاب العجز.

---

[1] رعد حسن الصرف، **أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنيت وجودة الخدمة المصرفية**، دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد2،ص 32.

[2] أسماء دردور، **أثر التكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية دراسة مصرف سوسيتي جنرال الجزائر –وكالة قسنطينة–**، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن لمهيدي، أم البواقي، السنة الدراسية 2015-2016، ص ص: 33-34.

8-**تنوع وتعدد الخدمات**: ينبغي تقديم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات التي تلبي الاحتياجات المتنوعة من الرغبات و الحاجات التمويلية والائتمانية والخدمات الاخرى.

9-**التدريب والتطوير للعمالة**.

10-**الحاجة الى هوية**.

11-استخدام احدث التقنيات.

المطلب الثاني: أنواع الخدمة المالية

تنوعت الخدمة المالية وذلك بتنوع حاجات ورغبات العملاء، إذ نجد هناك العديد من التقسيمات لها وسوف نأخذ بتقسيم واحد وهوكما يلي:

عمليات الوساطة المالية: هذه العمليات تشمل ثلاث أنواع من الخدمات المالية وهي: تلقي الودائع، منح القروض، الحسابات الجارية، وفيما يلي نشرح كل نوع على حدى:

1-قبول الودائع[1]:

وتتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى المؤسسات المالية وهي:

الودائع الجارية (الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب).

الودائع الادخارية: وهي الودائع لأجل محدد، ودائع التوفير، وشهادات الايداع.

2-منح القروض:

في هذه الخدمة يتم تزويد الأفراد والمؤسسات بالأموال اللازمة على أن يتعهد المقترض بسداد هذه الأموال وفوائدها وعمولاتها المستحقة عليها والمصاريف دفعة واحدة أو على أقساط في تواريخ محددة، ويتم تدعيم هذه العلاقة بتقديم مجموعة من الضمانات التي تتكفل للبنك استرداد أمواله في حالة توقف المقترض عن السداد بدون أية خسائر، وهناك أنواع عديدة للقروض.

ويمكن تقسيم القروض حسب عدة معايير تتمثل في ما يلي[2]:

أ-**من حيث الآجال**: ونميز فيه نوعين :

*القروض قصيرة الأجل: في قروض مدتها لا تتجاوز سنة لتمويل النشاط الاستغلالي للمنشآت ويتم تسديدها في نهاية العملية الممولة ولها عدة أشكال(خصم الأوراق المالية، اعتمادات الصندوق).

[1] علي حدو، **انعكاسات الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2011-2012،ص: 12.

[2] سماح ميهوب، **الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في البنوك والتأمينات، فرع بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية2004-2005، ص ص: 20-21.

*القروض طويلة الأجل(قروض الاستثمار): وتعرف بأنها قروض تمنحها مؤسسات متخصصة وتتجاوز مدتها 07 سنوات، هدفها الرئيسي هو المساهمة في تغطية احتياجات المشاريع الاستراتيجية الكبيرة وتمويل الأصول الثابتة التي تزيد مدة اهتلاكها عن سبع سنوات، مثل تجهيزات البناء، هياكل المصانع، إن القروض طويلة الأجل هي عبارة عن عقد يتم بين المؤسسات المالية والشركة الطالبة للقرض، ز يتم تحديد بنود وشروط العقد على أساس التفاوض بين الطرفين، وتشمل بنود العقد النقاط التالية[1]:

قيمة القرض، مدة القرض وميعاد استحقاقه، معدل الفائدة وكيفية تسديد الفوائد، ضمانات العقد ان وجدت في حالة القروض المكفولة بضمانات.

ب-**من حيث النشاط الممول:**

أي حسب الغرض الذي يرغب المستثمر في تحويله وهي[2]:

*قروض استهلاكية:

وتستخدم للحصول على سلع استهلاكية من خلال تعبئة بطاقة الائتمان أو لمواجهة مصروفات مفاجئة أو استثنائية كالمرض، الوفاة، الدراسة... الخ.

*القروض الانتاجية:

توجه هذه الخدمة لتمويل كل أوجه النشاط التجاري كالزراعة، الصناعة والخدمات بهدف توفير رأس المال العامل لأغراض التشغيل.

ج-**من حيث الضمان:** يعتبر الضمان تأمينا للبنك ضد الأخطار التي قد تنتج عن عمليات الاقراض حيث أنه يمكنه من استرجاع قرضه أو على الأقل جزء منه ويمكن تقسيمها (القروض غير المكفولة بضمان، القروض المكفولة بضمان).

3- الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية

وتتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية، ادارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستثمارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء، وهي جد محدودة في البنوك الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي[3].

4-**الخدمات المالية الحديثة:** ان استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني في الواقع ظهر بفرنسا، فمثلا تم استخدام

---

[1] فضيلة زواوي، **تمويل المؤسسات الاقتصادية وفق الميكانيزمات الجديدة في الجزائر– دراسة حالة مؤسسة سونلغاز**–، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، فرع مالية مؤسسة،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2009، ص: 63.

[2] سماح ميهوب، **الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية**، مرجع سبق ذكره، ص ص: 22، 23.

[3] جهاد صيفي، **تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لدعم القدرة التنافسية في البنوك دراسة حالة بنك الخليج الجزائر– وكالة بسكرة**–، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2013–2014، ص: 12.

بطاقة كوتونيه في الهاتف، وفي الولايات المتحدة الأمريكية تم استخدام البطاقة المعدنية، التي تستعمل في تعريف العميل على مستوى البريد، ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينات من القرن الماضي حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث طرحت شركة AMERICAN EXPRES في عام 1958 بطاقة بلاستيكية، وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة شركات تتكون من ثمانية مصارف كبيرة بطاقة BANK AMERICARD والتي تحولت فيما بعد الى بطاقة VISA المشهورة عالميا، بالإضافة الى اصدار البطاقة الزرقاء من قبل ستة مصارف فرنسية، وقد أثارت ثورة الانترنت وتطور التجارة الالكترونية تحولا كبيرا في مجالات الصيرفة الالكترونية، بظهور الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت، وظهور وسائل الدفع الالكترونية، مثل الشيك الالكتروني والنقود الإلكترونية[1].

إضافة الى بنك لهاتف النقال (WAP) تعتبر خدمة الواب المصرفي من أحدث التقنيات التي تقدمها البنوك، وهي تتيح لعملاء البنك الوصول الى حساباتهم المصرفية، اجراء معاملاتهم عبر أجهزة الهاتف الخلوي بيسر وأمان، في أي مكان على مدار 24 ساعة كما تتيح لهم المجال للاستفادة من خدمات عديدة مثل: التحويل المالي ما بين حسابات داخل البنك، التحويل المالي الى عميل اخر في البنك، تسديد الفواتير، معرة العمليات تمت على الحساب، الاستفسار عن أرصدة حساباتهم الجارية والتوفير الودائع، الحصول على كشف حساب ملخص، طلب دفتر الشيكات، وطلب بطاقة الائتمان، اضافة الى الخدمات التي تقدمها المصارف الإلكترونية من خلال خدمة الرسائل القصيرة، خدمة الصراف الآلي، وخدمة البنك الناطق من خلال هاتف البنك المصرفي[2].

المطلب الثالث: الخدمات المالية الالكترونية

يعد قطاع الخدمات المالية من أكثر القطاعات تأثرا بالعولمة والتي تظهر ملامحها في التطورات والتحولات المتتالية التي شهدها القطاع، وذلك للسعي نحو الاستمرار والنمو في السوق من أجل تقديم كل جديد، وهذا ما سنتطرق له في هذا المبحث.

اولا: مفهوم الخدمة المالية الالكترونية

يجدر بنا أولا التطرق لمفهوم الخدمة الالكترونية حيث أنها تعرف في اطارها الواسع على أنها تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية مثل الانترنت، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وانما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد نجاحهم على جودة هذه الخدمات، وعليه، فإن مفهوم الخدمة الإلكترونية واسع في إطاره ولا يقتصر على مزودي الخدمات فقط[3].

ظهر لنا مفهوم الخدمة المالية الإلكترونية، حيث عرفه بأنه مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية في العالم المتقدم، والتي أدخلت في النظام المالي من أجل تسهيل العمليات المالية بين مختلف

[1] أسماء دردور، **أثر التكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية دراسة مصرف سوسيتي جنرال الجزائر –وكالة قسنطينة–**، مرجع سبق ذكره، ص: 35.

[2] نفس لمرجع السابق ص: 36.

[3] بشير عباس العلاق، **الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق مدخل تسويقي استراتيجي**، داينمك للطباعة، القاهرة، مصر، 2004، ص:64.

الأطراف الاقتصاديين والمتعاملين بشكل عام، وتشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات والأفراد والشركات ومن اجل تحسين الربحية وتخفيض التكاليف.

عرفها (RUST&LEMON) بأنها تنطوي على تقديم لخدمة عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل: الانترنت، الهاتف الجوال، الرسائل القصيرة، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وانما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين وعليه فإن مفهوم الخدمة المالية الالكترونية واسع الاطار ولا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للعميل أساسا[1].

كذلك تعرف الخدمة المالية الالكترونية على انها كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها او تنفيذها أو الترويج لها من قبل المؤسسات المالية بواسطة الوسائل الالكترونية مثل: الهاتف والحاسب والشباك الالي، الانترنت، التفلزيون الرقمي وغيرها، والى جانب العمليات التي يقوم بها مصدرو البطاقات الالكترونية، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية الكترونيا، ومن هذه الخدمات المالية : الشباك الالي، الصيرفة عبر الهاتف، الصيرفة عبر الانترنت، واستخدام نقاط البيع الالكترونية، الصيرفة عبر الهاتف الجوال، وخدمة مرسال، وغيرها من الأدوات[2].

ويمكن تعريفها بانهاتسخير المؤسسات المالية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لصالحها، وذلك بتقديمها خدمات مالية تقليدية أو متطورة من خلال أدوات وقنوات اتصال إلكترونية، ونتيجة لإستفادة المؤسسات المالية من التكنولوجيا أصبحت الصيرفة الإلكترونية فرصة لزيادة الربحية وتخفيض تكاليف الاستغلال وكذا رفع الكفاءة العملياتية ومستويات الجودة[3].

وتتميز الخدمات المالية الالكترونية بالخصائص التالية[4]:

-خدمات تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة.

-خدمات لا تعرف قيودا جغرافية.

-خدمات تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية.

يتم الدفع عن طريق النقود الإلكترونية.

---

[1] ليث محمود أحمد الحاج، **نظام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر(SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية**، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم ادارة الاعمال، كلية الأعمال، جمعة الشرق الأوسط، حزيران 2012، ص: 14.

[2] رمزي طلال حسن الردايدة، **أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن (دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الاردنية والمصارف الاجنبية في مدينة عمان**، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الأعمال الكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، يوليو2011، ص: 21.

[3] ايمان بن مسعي، **واقع تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في البنوك التجارية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية–وكالة بسكرة– وبنك الخليج الجزائر –وكالة بسكرة–**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر– بسكرة–، الموسم الجامعي 2016–2017، ص: 13.

[4] أم الخير دراجي، **أثر عصرنة الخدمات المصرفية على الأداء البنكي دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري لفترة 2008–2013**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي الطور الثاني، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح– ورقلة–، السنة الجامعية2014-2015، ص: 5.

ثانيا: أنواع الخدمات المالية الالكترونية

تقدم الخدمة الالكترونية في إطار ما يسمى الدوائر المالية باسم نظام التحويل الالكتروني (EFT) وهو نظام يحقق البساطة والفعالية في شؤون الادارة المالية، ويوفر الوقت والجهد، وهذا ما يجعل العميل يركز اهتمامه في التعرف على أفضل الأسعار للخدمات المالية المعروضة، كما يضمن الأمان في العمليات التي يقوم بها وممارسة نشاطه في أي وقت وفي أي مكان.

ومن بين أهم أنواع الخدمات المالية الالكترونية[1]:

1-**أجهزة الشباك الآلي (ATM)**: أدت الثورة العلمية والتطور السريع والمتوالي في مجال الالكترونيات والحسابات الالية وأجهزة الكمبيوتر الى ظهور آلات السحب الآلي وأجهزة التحويل الآلي في نقاط البيع والتي يطلق عليها نقاط البيع الإلكترونية، ويمكن تعريف الشباك الآلي على أنه " نظام يتيح للعملاء حملة البطاقات التعامل مع حساباتهم البريدية في أي وقت سواء في مواعيد العمل الرسمية أو غيرها ومن خلال الاجازات والعطلات على مدار 24 ساعة".

2-**بطاقات الخصم المباشر في موقع البيع (EFTPOS)**: ويسمى أيضا هذا النوع من لخدمات باسم نهائي نقطة البيع الالكترونية (T.P.E) أصبح من الممكن في بعض الدول الصناعية لبطاقة الخصم الخاصة بجهاز الشباك الآلي أو لبطاقة الائتمان(رغم الاختلاف الموجود بينهما)، أن تتحولا الى ما يعرف ببطاقة الخصم المستخدمة في موقع البيع، أي أن بطاقة الخصم لن تكون مجرد بطاقة ائتمان مقبولة في جهاز الشباك الآلي فحسب، بل يمكن استخدامها في المتاجر التي تقبل التعامل بهذه البطاقات وكذا محطات البنزين وغيرها، ويتم ذلك بإدخال البطاقة في الجهاز الالكتروني الموصول بشبكة تجمع بنوكا مختلفة، بحيث يقرأ المدارات المغناطسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رمز سري PIN يدخله بسرية تامة على لوحة مفاتيح خاصة تابعة للجهاز، وتخصم قيمة المشتريات تلقائيا من حساب العميل في مؤسسة البريد وتضاف لحساب موقع البيع، ويتم هذا كله في ثواني قبل مغادرة العميل للموقع، لذا سمي هذا النظام بنظام تحويل الأموال الكترونيا.

3-**البطاقة الذكية(SMART CARD/CHIP CARD)**: عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي حددت مواصفاتها ومقاييسها م قبل منظمة ISO، وتحتوي تلك البطاقة على رقاقة الكترونية تعمل بواسطة ميكرو كومبيوتر(شبه حاسب آلي) يزودها بطاقة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائح الممغنطة كما تتيح لحاملها الاستغناء عن البطاقات الأخرى[2].

4-**مراكز الاتصال callcenters**: وهي مراكز خدمة مصرفية هاتفية خاصة تقدمها البنوك لعملائها على مدار الساعة وعلى مدار الاسبوع، من خلال تواجد موظفيهم لتقديم المساعدة على الهاتف في كافة أنواع الخدمات المصرفية

[1] صادق مدحت، **أدوات وتقنيات مصرفية**، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، 295.

[2] عادل رحال، **تحديث الخدمة الصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق في الجزائر**، نفس المرجع السابق، ص ص: 38-39.

والاستفسارات العامة لدى العملاء، وهي جزء من الأعمال المصرفية عن بعد، والتي يحصل العميل من خلالها على العديد من الخدمات التي يحتاج اليها، وقد حددت البنوك أرقام هاتفية مخصصة لهذه المراكز للاتصال بها عبرها والحصول على الخدمة المطلوبة بعد ادخال رقم الحساب والرقم السري للتحدث مع الموظف المسؤول.

5-**خدمات نقاط البيع Point of sale services**: تمنح هذه الخدمة عملاء مؤسسة البريد مرونة كبيرة في تسديد قيمة مدفوعاتهم الكترونيا كبديل للنقود الورقية أو الشيكات وخاصة اذا كانت المبالغ المطلوبة كبيرة، حيث يتم استخدام جهاز للدفع الالي متصل بشبكة الكترونية مع شبكة بريد الجزائر يتم فيه التحويل الالكتروني للنقود من حساب العميل(المشتري)الى حساب التاجر باستخدام بطاقة العميل النقدية، حيث يستخدمه العميل عند دفع قيمة الخدمات والبضائع التي يحصل عليها لدى محلات البيع بالتجزئة كالمحلات التجارية والمطاعم والجمعيات ومحطات الوقود وغيرها.

6-**الصيرفة الهاتفية**: تقوم مؤسسة البريد بتشغيل مراكز للاتصالات وخدمة العملاء بحيث تتيح أداء الخدمة المصرفية هاتفيا باستخدام رقم سري، ومن مميزات هذه القناة إتاحة الحصول على الخدمة في أي وقت خلال اليوم والأسبوع (24 ساعة يوميا، 7 أيام بالاسبوع) وهناك العديد من التقنيات المستعملة في مراكز الاتصال من أهمها[1]:

-نظام توزيع الاتصال الآلي لتحويل الاتصال الى الموظف المسؤول عبر تحليل لفحوى الاتصال.

-نظام البريد الالكتروني عبر الانترنت، فالإنترنت هوالذي يوجه خطاب العملاء مباشرة الى مركز التخاطب من كمبيوتر الزبون ويتجاوب من مركز التخاطب ويكون بذلك عبر بريد أواتصال تلفوني.

-نظام إدارة مباشرة يوفر القدرة على التسجيل لمعالجة الاتصالات المباشرة وتقديم أجوبة محددة سلفا للزبائن وهو مجموع تقنية الكمبيوتر والهاتف cit (caller id technology)، أوالجمع بين نظام مؤسسة الهاتف ونظام معالجة المعطيات

كما نذكر من أنواع الخدمة المالية الالكترونية[2]:

7-**البطاقة المدفوعة مقدما(Pre-paid card)** :وهذه البطاقة تحتوي على أجهزة حاسبة مزودة بمبلغ محدد بحيث تمكن حاملها من شراء السلع والخدمات في حدود المبلغ المزودة به، ليتم التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة كلما تم استعمالها، وهي شبيهة ببطاقة الهاتف التي تسمح لحاملها بأن يسدد قيمة مكالمته الهاتفية بواسطتها.

8-**نظام الايداع المباشر(Diposites Direct)** تتم من خلال هذا النظام عملية إيداع المبالغ التي يتحصل عليها العميل بصفة دورية متكررة وبشكل آلي كمدفوعات الأجور والرواتب، المعاش، شيكات المعونة الحكومية، التأمين الاجتماعي، ارباح الأسهم، وكل ما يشبه ذلك من مدفوعات دورية.

---

[1] إيمان بن مسعي، **واقع تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في البنوك التجارية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية–وكالة بسكرة– وبنك الخليج الجزائر –وكالة بسكرة–**، مرجع سبق ذكره، ص: 15.

[2] عادل رحال، **تحديث الخدمة الصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحواقتصاد السوق في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص: 40.

9-نظام السحب الالي المباشر/ المدفوعات الالكترونية (Direct withdrawals & automatic payments):

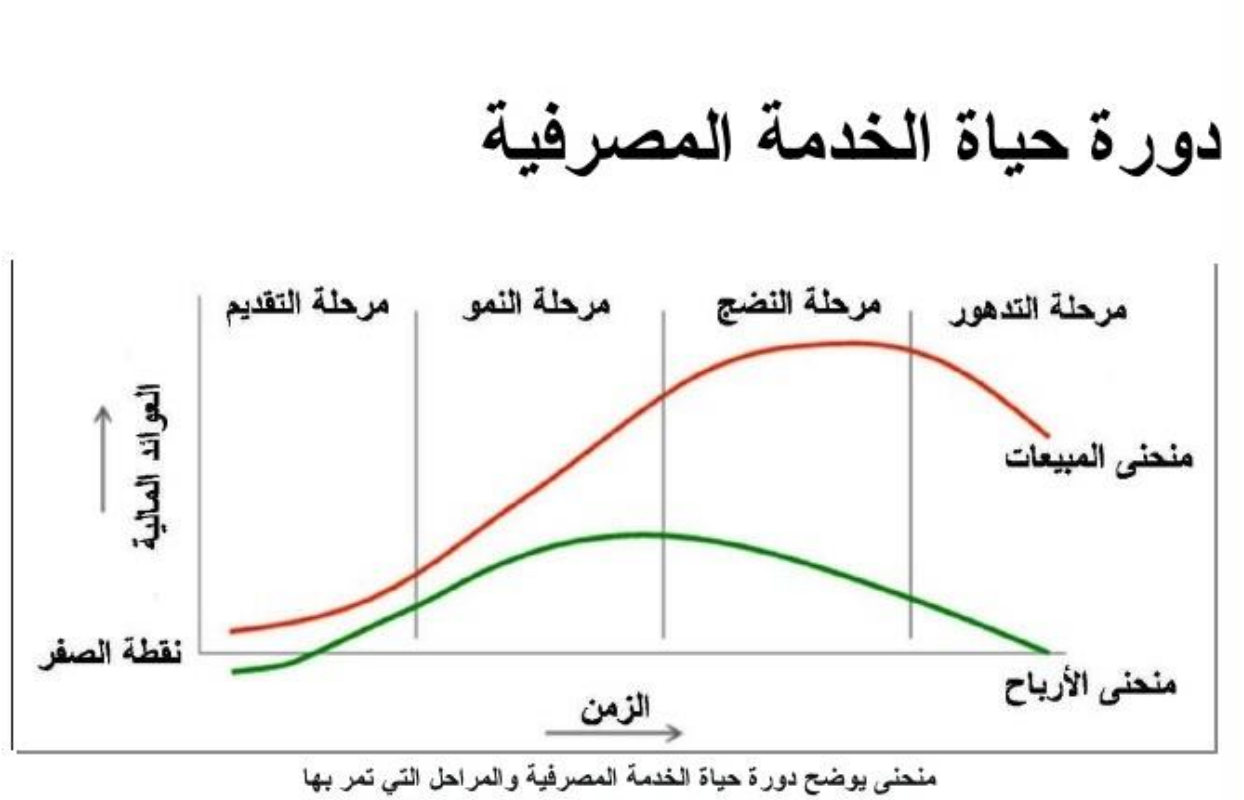
يفوض عميل البنك الذي يتعامل معه مقدما على اجراء هذه المدفوعات بصفة دورية، وحسب التعليمات الصادرة اليه، حيث يعرف هذا الأسلوب في الدوائر المصرفية بالخصم المصرح به مسبقا، ويفيد ذلك في سداد مثل هذه المدفوعات تلقائيا وفي موعدها خصما من حساب العميل دون تحرير شيكات بالقيمة مما يقلل الجهد والنفقة ويجنب العميل الغرامات التي تقع عليه نتيجة التأخير في سداد هذه الالتزامات في موعدها المحدد ومثالها أقساط الرهن العقاري، أقساط التأمين، سداد رواتب العاملين لدى العميل...الخ.

المطلب الرابع: دورة حياة الخدمة المالية

يعد مفهوم دورة حياة الخدمة المالية من المفاهيم العامة في التسويق المالية ويستمد مبادئه النظرية بتفسير سلوك مبيعات الخدمات وأرباحها خلال مراحل حياتها من التفسيير البيولوجي لحياة الكائنات الحية، حيث تبدأ دورة حياة الخدمة المالية بتقديمها الى السوق وتمر بمراحل ثم تنتهي بانحدارها وزوالها، وتعبر دورة حياة الخدمة المالية عن التطور في حجم المبيعات والأرباح عبر مراحل حياتها، وتمر الخدمات المالية خلال حياتها بنفس المراحل التي تمر بها دورة حياة أي منتج أو خدمة أخرى وهذه المراحل هي مرحلة التقديم ثم النمو ومرحلة النضج ثم مرحلة الانحدار، ويعتبر تحليل دورة حياة الخدمة المالية أداة هامة بالنسبة للمؤسسة المالية في وضع الاستراتيجية التسويقية الملائمة لكل مرحلة، كما يعد مفهوم دورة حياة الخدمة المالية مفهوم له أهميته في تقييم وتحليل متطلبات السوق المالية والأخذ في الحسبان ظروف المنافسة السائدة.

والشكل التالي يوضح دورة حياة الخدمة المصرفية:

الشكل رقم: 01 (دورة حياة الخدمة المصرفية)



منحنى يوضح دورة حياة الخدمة المصرفية والمراحل التي تمر بها

المصدر:بتول عبد علي غالي، دور تطوير الخدمات المالية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، قسم ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، سنة 2017، ص: 22.

ويتضح من الشكل أعلاه أن الخدمة المالية تمر بأربعة مراحل أساسية وهي[1]:

أولا–مرحلة التقديم:

في هذه المرحلة يكون الطلب على الخدمة المالية ضعيفا لعدم معرفة الأفراد بها لكونها جديدة وتطرح لأول مرة في السوق، لذلك يجب التركيز على الاعلان بشكل مكثف بهدف تعريف الزبائن بالخدمة المالية المقدمة وفوائدها.

ثانيا–مرحلة النمو و النضج:

تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة المالية، حيث يعبر نها بمرحلة جني الأرباح، ومن أبرز مميزاتها الزيادة الملموسة في حجم التعامل بها ومقدار الأرباح المحققة، وبالتالي تقود مؤسسة البريد الى زيادة درجة التنوع في تشكيلة[2]الخدمات، وتستمر هذه المرحلة ما دام حجم التعامل لم يصل الى أعلى مستوياته الموضوعة من طرف ادارة

[1]علي حدو، **انعكاسات الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية**، نفس المرجع السابق، ص ص: 13-14.

[2]اسماعيل سيد الطاهر، نبيلة عباس، **التسويق المصرفي**، دار الصفاء، عمان، الأردن،2003-2004، ص:274

البريد والعائد من الخدمة لم يصل كذلك الى المستوى المرغوب، وهذا يعني انها لا تزال في مرحلة النمو، توجد مجموعة من المؤشرات تدل على أن الخدمة المالية ي مرحلة النمو نذكر منها[1]:

-التزايد في حجم المبيعات والارباح.

-اشتداد المنافسة بين المؤسسات المالية، وبالتالي يجب على مؤسسة البريد الحفاظ على نهج تنافسي تبرز من خلاله الميزة التنافسية للخدمة وذلك عن طريق:

-تطور خصائص الخدمة وتحسين جودتها.

-الوصول الى اسواق مرتقبة بعد الاسواق الحالية.

-الاهتمام بشبكة التوزيع وتطويرها.

ثالثا-مرحلة التدهور:

وتتصف هذه المرحلة بتراجع مستويات الارباح بسبب تراجع المبيعات وفي ظل ثبات التكاليف الثابتة، وهنا يجب لبحث في اسباب هذا التراجع في المبيعات هل لأن الخدمة لم تعد تلبي حاجات ورغبات العملاء وتحوز على رضاهم ام ان هناك خدمات جديدة يتم تقديمها لدى المنافسين ذات مزايا ومنافع أفضل أم أن هناك خللا في سياسات التوزيع بمعنى أنه من الضروري البحث في أسباب التراجع[2].

المبحث الثاني :جودة الخدمات المالية ورضا العملاء

إن تقديم خدمات مالية عالية الجودة لتحقيق رضا العملاء لا يكون إلا من خلال إجراء مؤسسة البريد لدراسات سوقية تطبيقية للحصول على توقعات العملاء بالاعتماد على نموذج تقييم الخدمة المالية الذي يتضمن أبعاد أو مؤشرات جودة الخدمة.

المطلب الأول :مفهوم جودة الخدمات المالية:

إن الجودة هي مفتاح نجاح أي منظمة، لذا ما هي الجودة في الخدمة المالية والأبعاد التي تقوم عليها وكيف يمكن لمؤسسة البريد أن تتميز عن منافسيها للوصول إلى أهدافها.

اولا: تعريف جودة الخدمات المالية:

1- تعريف الجودة[3]:

"هي الخصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون، وإنها خلو الخدمة من أي عيب أثناء إنجازها وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها ".

---

[1] اسماعيل سيد الطاهر، نبيلة عباس، نفس المرجع، ص:274

[2] بتول عبد علي غالي، **دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية**، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، قسم ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، سنة 2017، ص ص: 88-89.

[3] محمد زيدان :**جودة الخدمات المصرفية، المؤتمر العالمي الدولي حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال**،2007،ص:05

وعرفتها الجمعية الأمريكية للجودة(ASQ) بأنها: المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في مقدرة سلعة أو خدمة معينة على تلبية حاجات معنية وأنها أشياء مختلفة تتفق مع محيط الأفراد ."

إن الجودة العالية للمنتج سواء كانت سلعة أو خدمة وما يرتبط بها من إرضاء هي مفتاح النجاح لأي مؤسسة مهما كان نوعها أو طبيعة نشاطها فالجودة إذا تعني عرض الخدمة على الزبائن وإظهارها لهم بما يرضي ويشبع حاجاتهم كما يتوقعونها وبأقل التكاليف وبالتالي فهي وسيلة لدعم المنافسة وكسب ولائهم.

2-تعريف جودة الخدمات[1]:

تعرف على أنها" معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة.

كما تعرف أيضا بأنها : الفجوة أوالانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة.

وهي " :قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد .فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين،ولكن على الرغم من ذلك فانه يجب أن نحدد بعض التعريفات منها التعريف الذي قدمه meidan والذي سلط فيه الضوء على بعض الجوانب الخاصة بالخدمات المالية، فقد عرف جودة الخدمات المالية بأنها الأنشطة، المنافع والرضا المرتبطة جميعها ببيع الاموال والتي تقدم للمستخدمين والعملاء قيمة متعلقة بالأموال.

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص ما يلي:

*تتعلق جودة الخدمة أساسا بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعلا من استعمال الخدمة والفوائد المرجوة منها.

*تتعلق جودة الخدمة بدرجة تطابق توقعات المستهلكين مع مدى إدراكهم للخدمات المقدمة فعلا.

*ترتبط جودة الخدمة بقدرتها على إرضاء الزبون بصفة دائمة.

3-تعريف جودة الخدمة المالية[2]:

تعددت مفاهيم الجودة عند الباحثين حيث ارتكز مفهومها عند البعض على أبعاد الجودة وعند البعض الآخر على أساليب قياسها .ومن جملة المفاهيم الخاصة بتعريف جودة الخدمة المالية نذكر منها:

"إن مفهوم جودة الخدمة المالية لا يختلف عن مفهوم جودة الخدمة، ومنه فهي تهدف إلى تقديم خدمات للزبائن ذات جودة عالية لإرضائهم وتلبية حاجاتهم ورغباتهم بصفة مستمرة، فهي تكمن في إدراكات العملاء والتعبير عنها .

فجودة الخدمة المالية هي مقياس الدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو التفوق عليها في بعض الأحيان، ولذلك فإن مفهوم الجودة المالية يكمن في المقارنة بين توقعات العملاء لأبعاد الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الجودة التي تتضمنها الخدمات المالية المقدمة لهم.

[1] نفس المرجع،ص: 41

[2] بشير العلاق -حميد عبد النبي الطائي :**تسويق الخدمات**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان،2007 ، ص:02

تعرف جودة الخدمة المالية على أنها إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة مؤسسة البريد على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها، فإذا تبنت مؤسسة البريد عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن تسعى من خلالها للتفوق على متطلبات الزبائن [1]".

ثانيا : أبعاد جودة الخدمة المالية:

الجودة هي ثمن الدخول إلى السوق في حين التميز في الخدمة هو ثمن النجاح، لذا تتمثل مفاتيح الجودة في تقديم الخدمات وفقا لمعايير ومواصفات محددة قد حددها بعض الكتاب بعشرة معايير تم دمجها في خمسة يستخدمها العميل في تقييم جودة الخدمة المقدمة، وهي:

1-الاعتمادية- (RELIABILITY):

وهي القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات، أي تشير إلى قدرة مؤسسة البريد على إنجاز الخدمة المالية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه .وبما أن العميل يريد أن يجري معاملاته مع المؤسسات المالية التي تحافظ على وعودها خصوصا تلك المرتبطة بالمميزات الجوهرية للخدمة، ولذا يجب على مؤسسة البريد أن تكون على دراية بتوقعات الزبون وذلك بالبحث عنها.

2-الاستجابة – (RESPONSIVENESS):

هي قدرة مؤسسة البريد على تقديم الخدمة بسرعة ومساعدة العملاء باستمرار .ويركز هذا البعد على المجاملة واللطف أي التعامل مع طلبات العملاء من استفسارات وشكاوي ومشاكل بسرعة.

3-الأمان – (SECURITY):

ضمان السرية في المعاملات مع مؤسسة البريد والخلو من الخطورة والشك.

4-التعاطف الاهتمام – (EMPATHY):

يعني توافر صفات اللياقة والتأدب في شخص مقدم الخدمة وكذلك الكياسة والمودة والصداقة مع العملاء، حتى يبني علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال وتفهم العملاء والعناية بهم.

5 -العناصر الملموسة:

هي مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى مؤسسة البريد وهي الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال التابعة لمؤسسة البريد (الشباك الآلي، معداتا لتدقيق وحساب النقد) ومستلزمات الراحة للعملاء.

ثالثا : مستويات جودة الخدمة[2]:

لجودة الخدمة المقدمة للزبائن مستويات متباينة إلا أنه يمكن تمييز خمسة مستويات لجودة الخدمة :

[1] ناجي معلا :**الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، حقوق النشر محفوظة للمؤلف، 2001، ص:02.
[2] محمد زيدان، جودة الخدمات المصرفية، مرجع سبق ذكره، ص :21

1- الجودة التي يتوقعها الزبائن :وتمثل في الجودة التي يرى الزبائن وجوب توفرها.

2- الجودة المدركة :من إدارة مؤسسة البريد وترى أنها مناسبة.

3- الجودة الفعلية :وهي الجودة التي تؤدي بها الخدمة فعلا.

4- الجودة القياسية :وهي تلك الجودة التي تحدد بالمواصفات النوعية للخدمة.

5- الجودة المروجة للزبائن :وهي الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية.

أن جودة الخدمة تتعلق بقدرة مؤسسة البريد على ملاقاة توقعات الزبون أو التفوق عليها "Payne" ويمكن ملاحظة جودة الخدمة من خلال قياس الأداء.

المطلب الثاني :نماذج تقييم جودة الخدمات المالية [1]

لقد توصل مجموعة من الباحثين إلى تحديد نموذجين لتقييم الجودة في مجال الخدمات يعتمدان بشكل أساسي على مجموعة من المؤشرات التقييمية قابلة للتكييف أو التعديل حسب نوع الخدمة المدروسة، كما أجريت العديد من الدراسات بغرض التحقق من ثبات ومصداقية كل نموذج في تقييم جودة الخدمة.

اولا: نموذج الفجوة:

وظهر خلال الثمانينات نتيجة الدراسات التي قام بها، (servqual)*يسمى نموذج الفجوة وتقييم الجودة حسب هذا النموذج يعني ":تحديد الفجوة(parasuramen- zeithmal and berry). بين توقعات العملاء حول مستوى الخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها ".

ويمكن معرفة أو تحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة من خلال العلاقة التالية :

جودة الخدمة (الفجوة)= (الإدراكات – التوقعات) [2]

والمحور الأساسي في تقييم الجودة وفق هذا النموذج هو :الفجوة بين إدراكات العملاء لمستوى الأداء لفعلي للخدمة وتوقعاتهم بشأنها، وأن هذه الفجوة تعتمد على طبيعة الفجوات المرتبطة بتصميم الخدمة وتسويقها وتقديمها بالإضافة إلى فجوة الإدراكات والتوقعات الخاصة بالعملاء .هناك خمس فجوات أخرى، وهي كالأتي :

1-الفجوة الأولى :بين الخدمة المتوقعة وإدراكات الإدارة لتوقعات العملاء، وتنتج عن عجز الإدارة لمعرفة احتياجات العميل ورغباته وتوقعاته لذا تحتاج إلى معالجة إدارية مناسبة وإلى أدوات وادراكات تحليل السوق.

2- الفجوة الثانية :بين إدراكات الإدارة لتوقعات العملاء وتحديد درجة دقة المواصفات الخاصة بالخدمة :تنتج عن عدم تطابق المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراك الإدارة لتوقعات العملاء، بمعنى أنه مؤسسات البريد في بعض الأحيان غير قادرة على ترجمة توقعات العملاء لخصائص جودة الخدمة بسبب قيود تتعلق بموارد المؤسسة أو التنظيم أو عدم القدرة على تطبيق مفاهيم الجودة وذلك راجع لعدم تكييف المهام وعدم احترا م الأهداف الموضوعة.

[1] اسماعيل سيد الطاهر، التسويق المصرفي، مرجع سبق ذكره، ص: 66

[2] الأصول العلمية للتسويق المصرفي، مرجع سبق ذكره، ص 63

3- الفجوة الثالثة :بين أداء الخدمة ومواصفات الخدمة، فإذا تمكنت مؤسسات البريد من وضع مواصفات الخدمة وفقا لتوقعات العملاء، فإن هناك إمكانية حدوث انحراف عند التسليم بسبب مستوى مهارة القائمين على أدائها (آدائهم متغير)، أو نتيجة لتعقد هذه المواصفات وعدم مرونتها، وقد يرجع السبب إلى انعدام الوعي بأهمية جودة الخدمة بالنسبة للعميل وضعف الحافز لديهم.

4- الفجوة الرابعة : بين أداء الخدمة والاتصال الخارجي (الخدمة المروجة)، وتعني أن الوعود المعطاة من خلال الاتصال الترويجي لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة، وقد يرجع السبب للضعف أو عدم التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي لمؤسسة البريد، أي وجود خلل في مصداقيتها.

5- الفجوة الخامسة :بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة، تتعلق بالفرق بين توقعات العملاء وادراكاتهم للخدمة المقدمة بالفعل، وتكون محصلة لجميع الفجوات السابقة بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء مؤسسة البريد ككل.

ثانيا : نموذج الاتجاه:

يعرف نموذج الاتجاه باسم servperf[1] ظهر سنة 1992 نتيجة الدراسات التي قام بها (تايلور و كرانيم)وتعتبر الجودة – في إطار هذا النموذج –مفهوما اتجاهيا يرتبط بادراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، ويعرف الاتجاه على انه" : تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة".

يقوم نموذجservperf على أساس رفض فكرة الفجوة قي تقييم جودة الخدمة، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة أي التركيز على جانب الادراكات الخاصة في العميل فقط، ذلك لأن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات، وهي دالة لإدراكات العملاء السابقة وخبرات وتجارب التعامل مع مؤسسة البريد ومستوى الرضا على الأداء الحالي .فالرضا حسب هذا النموذج يعتبر عاملا وسيطا بين الادراكات السابقة لجودة الخدمة والأداء الحالي لها، فمن هذا الإطار تتم عملية تقسيم جودة الخدمة من طرف العميل.

وفي هذا الصدد يرى أحد الباحثين أن الاتجاه الأولي نحو الخدمة (أي تقيم العميل لتجربته الأولى مع مؤسسة البريد) يعتبر دالة لتوقعاته المسبقة حول الخدمة .

وبتعبير آخر فالعميل يقيم الخدمة على أساس خبرته السابقة وإذا ما انعدمت هذه الخبرة فإنه يعتمد بشكل أساسي على توقعاته خلال مرحلة ما قبل الشراء، وأن توقعاته المستقبلية حول الخدمة هي دالة لعملية تقييمه للأداء الحالي، بمعنى أن :الاتجاه أو موقف العميل من الخدمة يتكيف طبق ا لمستوى الرضا الذي يكون قد حققه خلال تعامله مع مؤسسة البريد.

وتتضمن عملية تقييم الجودة وفق هذا النموذج الافتراضات التالية :

-في غياب خبرة العميل السابقة في التعامل مع مؤسسة البريد فإن توقعاتها حول الخدمة تحدد بصورة أولية حسب

[1] لفظ"servperf تعني أداء الخدمة، وهو ناتج عن جمع عبارتيservice الخدمة والأداء Performances .

مستوى تقييمه لجودتها.

-بناءا على خبرة العميل السابقة المتراكمة كنتيجة لتكرار التعامل مع مؤسسة البريد فإن عدم رضاها عن مستوى الخدمة المقدمة يقودها إلى مراجعة المستوى الأولي للجودة.

-إن الخبرات المتعاقبة مع مؤسسة البريد ستقود إلى مراجعات إدراكية أخرى لمستوى الجودة وبالتالي فإن تقييم العميل لمستوى الخدمة يكون محصلة لكل عمليات التعديل الإدراكي التي يقوم بها العميل فيما يتعلق بجودة الخدمة، وهكذا فإن رضا العميل عن مستوى الأداء الفعلي للخدمة له أثر مساعد في تشكيل إدراكات العميل للجودة، وعند تكرار الشراء فإن الرضا يصبح أحد المدخلات الرئيسية في عملية التقييم.

وعليه نخلص إلى أن نموذج الاتجاه كأسلوب لتقييم جودة الخدمة في مؤسسات البريد يتضمن الأفكار التالية:

- أن الأداء الحالي للخدمة يحدد بشكل كبير تقييم العميل لجودة الخدمة المقدمة فعليا من مؤسسة البريد.

- ارتباط الرضا بتقييم العميل لجودة الخدمة أساسه الخبرة السابقة في التعامل مع مؤسسة البريد، أي أن التقييم عملية تراكمية طويلة الأجل (نسبيا).

- تعتبر المؤشرات المحددة لمستوى الجودة :(الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان والملموسية) ركيزة أساسية لتقييم مستوى الخدمة المالية وفق نموذج"servperf

المطلب الثالث :أثر جودة الخدمة المالية على رضا العملاء

حاولت العديد من الدراسات في التسويق توضيح العلاقة الموجودة بين الجودة ورضا العملاء، فعلى الرغم من وجود علاقة واضحة وأكيدة بين الرضا وجودة الخدمة إلا أن الباحثين في هذا المجال لم يتفقوا على أرضية مشتركة بخصوص المفهومين والعلاقة الترابطية بينهما وعلى اعتبار أنه تم التطرق إلى مفاهيم الجودة في العناصر السابقة، إذا سنتطرق أولا للمفاهيم المرتبطة بالرضا ثم نحلل العلاقة الموجودة بينهما.

اولا: مفهوم رضا العملاء وعلاقته بجودة الخدمة المالية[1]:

حسب الأستاذ (فريد الصحن) فإن الرضا هو" :مستوى من إحساس الفرد الناجم عن المقارنة بين أداء المنتج وبين توقعات هذا الفرد، وبعبارة أخرى فالرضا هودالة الفرق بين الأداء والتوقع .

وعرفه (J-lendrevie) بأنه :إحساس بالسعادة والذي يتولد من خلال المقارنة بين التوقعات المسبقة وتجربة الاستهلاك [2]".

وعرفه الدكتور (بشير العلاق)بأنه" :الناتج النهائي للتقييم الذي يجريه المستفيد لعملية تبادل معينة3 ".

من خلال التعاريف المقدمة نصل إلى أن الحكم بالرضا وعدم الرضا ناتج عن المقارنة بين توقعات العملاء

[1] محمد فريد الصحن، **التسويق المصرفي**، الدار الجامعية، الإسكندرية،1999 ،ص: 71.
[2] بشير العلاق وآخرون، **تسويق الخدمات**، مرجع سبق ذكره، ص: 02.

بخصوص جودة الخدمة المتلقات وأداء جودة الخدمة الفعلية التي يقيمها العملاء بواسطة أبعاد الجودة الخمسة (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والأمان، الملموسية، التعاطف).

ورضا العملاء من أكثر المعايير أهمية خاصة عندما يكون توجه مؤسسة البريد نحو الجودة وهنا يحتاج إلى تحديد ما إذا كانوا سعداء بالخدمة التي يتلقونها أم لا .وهناك مفهومان للرضا هما: المستند على تبادل تجاري، والمستند على تبادلات تراكمية.

1 –مفهوم الرضا المستند على تبادل تجاري :حيث يتحقق من عمليات التبادل التي ستحدد في ضوء مستوى توقعات العملاء السابقة مع الناتج النهائي والمتحقق فعلا للخدمة الحالية، حيث ما إذا فاقت الخدمة الفعلية المتوقع منها سيكون العميل راضيا عن الخدمة والعكس سيكون غير راض .ويصف الرضا وعدم الرضا الشعور الطبيعي (السلبي أو الإيجابي) الذي يحدث بعد الش راء وأن شكوى العملاء ما هي إلا تعبير صريح عن حالة عدم الرضا.

2 –مفهوم الرضا المستند على تبادلات تراكمية" :يقوم هذا المفهوم على إجمالي خبرة الشراء والحصول على الخدمة عبر فترة زمنية معينة، وهذا يعد مؤشرا مهما لتقييم أداء دور الخدمة في كل من الحاضر والماضي والمستقبل، ويمكن لخبرة العملاء أن تحدد مستوى رضاه وفي ذات الوقت فإن رضا العملاء يعتمد على القيمة التي تمثل مركبا من السعر والجودة.

ثانيا : متطلبات الرضا[1]:

إن مؤسسة البريد التي تسعى إلى ضمان رضا العميل، يجب أن تمتلك موارد مالية وبشرية كافية بوسعها توفير خدمة ذات جودة عالية لكسب أكبر عدد من العملاء وتوسيع حصتها السوقية، حيث من الواضح أن العميل الراضي يعود إلى الشراء مرات أخرى بالإضافة إلى أنه يعمل على نقل الصورة الجديدة عن المنتج وعن مؤسسة البريد . ويقسم نموذج كانوا لرضا العملاء متطلبات المنتج (الخدمة) من حيث مدى تأثيرها في رضا العملاء إلى ثلاثة أنواع :

1- **المتطلبات الأساسية** :يتوقع أن تكون هذه المتطلبات موجودة في الخدمة وبالتالي لا حاجة إلى التعبير عنها، أما إذا لم يتم تلبية هذه المتطلبات فإن العميل لن يكون راضيا بالمقابل إذا كانت هذه المتطلبات موجودة فإن ذلك لن يزيد من مستوى رضا العميل.

2- **متطلبات الأداء** :تكون باتجاه واحد أي مستوى رضا العميل يتناسب طرديا مع درجة تلبية هذه المتطلبات، فكلما كانت درجة تلبيتها عالية كلما كان مستوى الرضا عالي والعكس بالعكس وهذه المتطلبات يطلبها العميل صراحة.

3-**متطلبات الجاذبية** :إن هذه المتطلبات تحتل أكبر درجة من التأثير على رضا العملاء وحسب طبيعة هذه المتطلبات فإنها غير معبر عنها من قبل العميل وكذلك فهي غير متوقعة منه.

إن الوفاء بدرجة معينة من هذه المتطلبات يعطي العميل درجة أكبر من الرضا الوظيفي، أما إذا لم يتم الوفاء بها

[1] محمد فريد الصحن وطارق طه، **إدارة التسويق في بيئة العولمة والانترنيت**، دار الفكر الجامعي الإسكندرية،2007 ،ص: 56.

فإن العميل يشعر بعدم الرضا .ويستفيد العملاء من تصنيف نموذج كانوا لمتطلبات الخدمة في عدة نواحي أهمها ترتيب الأولويات فيما يتعلق بتطوير جودة الخدمة، حيث قد توجه الإدارة جهودها لتطوير متطلبات الأداء والمتطلبات الجاذبية بدلا من توجيهها نحو تطوير المتطلبات الأساسية لأنها موجودة بدرجة مرضية للعميل.

ثالثا : قياس رضا العملاء [1]:

من أجل ضمان نجاح مؤسسة البريد في تقديم خدمة متميزة للعملاء والتي تحقق رضاهم، عليها متابعة، دراسة، تحليل وقياس رضاهم عن الخدمة المقدمة وتسمح عملية القياس ب :

- الحصول على تغذية مرتدة حول مدى رضا العملاء عن مؤسسة البريد وخدماتها وأساليب التعامل معهم.
- توفير أساليب الحوار المفتوح والبناء حول مجالات القوة والضعف في الخدمة.
- التعرف والتشخيص الجيد لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم لمستويات أداء الخدمة.
- توفير مقياس لاستقرار مجالات وفرص التطور المستقبلي.
- وضع أساس موضوعي لأنظمة التحفيز، وتقييم الأداء والتدريب.

تدرس مؤسسة البريد رضا العملاء بالاعتماد على الأبعاد التالية :الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف الملموسية، وهي نفسها أبعاد جودة الخدمة .وتعتمد على عدة أساليب من أجل قياس رضا العملاء نذكر أهمها:

1-الاستقصاءات (الاستبيان) :وهو أحد المصادر الأكثر استخداما من اجل الحصول على آراء وتفضيلات واتجاهات ومستويات رضا العملاء عن الخدمة المقدمة .ويمكن أن تطبقه إما عن طريق البريد، الهاتف أو المقابلة الشخصية على عدد من العملاء يمثلون المجتمع المدروس ويجب أن تتم بالإيجاز البساطة والوضوح.

2- شكاوي العملاء وانتقاداتهم :إذ تشكل إحدى المصادر الهامة والتي تعتمد في تحليل رضا العملاء فكلما زادت عدد الانتقادات المقدمة عن الخدمة، فهذا مؤشر لعدم رضا العملاء .وبالتالي على مؤسسة البريد تحليل هذه الشكاوي من أجل تحديد نقاط الضعف في الخدمات والعمل على علاجها تبعا لتوقعات العملاء.

3- خطابات الشكر والتقدير :والتي بدورها تعكس مستوى الرضا للعملاء، والتقدير في الخدمة من مصادر الميزة التنافسية ونقاط التركيز في الحملات الإعلانية.

4- مراقبة تصرفات العملاء :من خلال ملاحظة تصرفات و سلوكات العملاء أثناء أو بعد الحصول على الخدمة يمكن التوصل إلى معلومات قيمة حول تفضيلاتهم.

المبحث الثالث :جودة الخدمات الالكترونية في القطاع المالي

إن ظهور عصر الخدمة الالكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات والشبكات

[1] بشير العلاق وآخرون، **تسويق الخدمات**، مرجع سبق ذكره، ص: 88.

الالكترونية، التي أعطت دفعا لمنظمات الأعمال عامة ومؤسسات البريد على وجه الخصوص للتمركز أكثر في السوق كما وفرت لها فرصا وقدرات تمكنهم من الوصول إلى العملاء وتقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم وبمستويات من الجودة تتناسب وإدراكاتهم وتفوق توقعاتهم أحيانا.

المطلب الأول : مفهوم جودة الخدمات المالية الالكترونية في القطاع المالي

رغم اختلاف الباحثين في وضع تعريف موحد للخدمة الالكترونية إلا أنهم أجمعوا على أنها الخدمة تقليدية مقدمة عبر شبكة الانترنيت.

اولا :تعريف وخصائص الخدمات الالكترونية[1]:

عرفها Rust and Lemon 2001) بأنها تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائـــل وشبكات إلكترونية مثل الانترنيت .ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها وإنما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد نجاحهم على جودة هذه الخدمات .وعليه فإن مفهوم الخدمة الالكترونية واسع في إطاره ولا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للعميل أساسا ."

كما عرفه santos2003) بأنها المنتجات وا الخدمات الحالية التي تغيرت جذريا إلى الشكل الرقمي وتقدمها شبكة الانترنيت عن طريق وسائل تكنولوجيا المعلومات الأكثر وضوحا وانتشارا زيادة على ذلك الانترنيت يقدم وظائف تفاعلية مع عملائه ويمكنهم من الحصول على خدمات الكترونية .

إن الآراء حول الخدمات الالكترونية كخدمات :تفاعلية تمركز المحتوى قاعدة انترنيت خدمات العملاء يفسر أن الخدمات الالكترونية يمكن قيادتها عن طريق العملاء لكن بإدماجها مع إجراءات الدعم للعلاقات التنظيمية والتكنولوجية للعميل تعزيز علاقات العملاء بهدف تقوية خدمة العملاء للحفاظ على هذه العلاقة.

إن ميدان الخدمات الالكترونية يعرض القنوات الالكترونية لتفاعل المنظمة مع عملائها وإشباع رغباتهم ويمكن تحديد الأنواع التفاعلية في كل أو بعض ما يلي :قاعدة المعلومات التبادلات التفاعلية التفاعلات التفاوضية تطوير الترويج تطوير الخدمات أو المنتجات Kannen 2002 .)

وبالتالي فالخدمة الالكترونية ولدت اهتماما كبيرا للأكاديميين والمتخصصين معا في فهم كيف يستطيع محيط الانترنيت توفير نظم فعالة من الخدمات الالكترونية للعملاء.

" في ظل المنافسة المتزايدة في المحيط التجاري فإن مسألة جودة الخدمات الالكترونية أصبحت ذات أهمية متنامية حيث كانت جودة الخدمات التقليدية تقاس بخمسة أبعاد حددها كل من and al rasurman)ب :الموثوقية سرعة الاستجابة الملموسية التعاطف الأمان ونتيجة لذلك طورهـــا كـــل من kaymen and black) (2000لقياس جودة الخدمات الالكترونية وتتمثل في سبعة أبعاد:

[1]بشير عباس العلاق، **الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق**، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية،2004 ، ص: 06.

المحتوى الوصول التصفح(navigation،التصميم الخلفية الخصوصية .أما Zethaml) طورت هيكل لاستعماله في تقييم أداء جودة الخدمة الالكترونية تضمن بعدا يتمثل فيما يلي :الوصول سهولة التصفح الكفاءة المرونة الموثوقية الخصوصية الأمن /السرية الاستجابة الأمان/الثقة الموقع الجمالي ثمن المعرفة .ومنه النموذج المفاهيمي لأبعاد جودة الخدمة الالكترونية يؤثر على الإدراك الحسي لإرضاء العملاء وكسب ثقتهم وتطوير التجارة الالكترونية ونجاحها كما عرف كل من2003 (Iwworden, wiele, ball and millen) (الخدمة الالكترونية على أنها "الخدمات المقدمة عبر شبكة الانترنيت .في الحقيقة أن الخدمات الالكترونية تشكل بعض التحديات لمقدمي الخدمات لأن عملية الاتصال المباشر بين الموظفين والعملاء مفقودة وطريقة تقديم الخدمات

قد تغير تماما ففي حالة الخدمات الالكترونية مواقع الانترنيت أصبحت هي لحظة الحقيقة 'بين العملاء والمنظمة

ثانيا :تعريف جودة الخدمات الالكترونية:

عرفها (Zeithaml) في سنة 2000 أنها الفهم أو الإدراك للخدمة من وجهات نظر مختلفة قبل أو بعد تقديمها على شبكة الانترنيت .ويمكن أن تفهم على أنها تقييم كفاءة وفعالية التسوق الشراء والتسليم للمنتجات والخدمات عبر الانترنيت."

كما عرفها (Santos) على أنها التقييم الشامل للعملاء والحكم الصادر عن التميز والجودة في الخدمات الالكترونية التي تقدمها المؤسسات في السوق الافتراضية .

ثالثا :**تعريف جودة الخدمات المالية الالكترونية:** لقد اختلفت التعاريف من باحث لآخر حيث يرى (cowling, Newman)في سنة 1995 أن جودة الخدمات أصبحت واسعة الاستعمال لتحديد وتقييم الخدمة لمختلف المنظمات الخدمية بما في ذلك مؤسسات البريد .

لقد وضع 1995 (Johnstan 18 بندا لجودة الخدمات تنسب إلي مؤسسات البريد وهي :الوصول الجمالية المجاملة الاهتمام الملائمة والدقة الراحة والرفاهية التعهد الاتصال الكفاءة الكياسة واللطف المرونة الود، الفعالية، التكاملية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان .ولقد أكد 'جونسون1997 'أن الأمن الاعتمادية (الموثوقية) أنهما البعدان الأكثر أهمية بالنسبة للزبائن ثم تليها الاستجابة، الاتصال والكفاءة .بالإضافة إلي ذلك اقترح(nantel)ستة مفاتيح لأبعاد الجودة في مؤسسات البريد هي:

الفعالية، الأمن، السعر، الملموسية، خدمات المحفظة المالية (service protfoli) والاعتمادي ، كما قدم (josef)دراسة نظرية حول تأثير الانترنيت على أداء الخدمة البريدية .حيث كشفت هذه الدراسة ستة أبعاد لقياس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية وهي :الملائمة والدقة التغذية العكسية وإدارة الشكاوي الكفاية الطابورإدارة إمكانية الوصول والفصل.

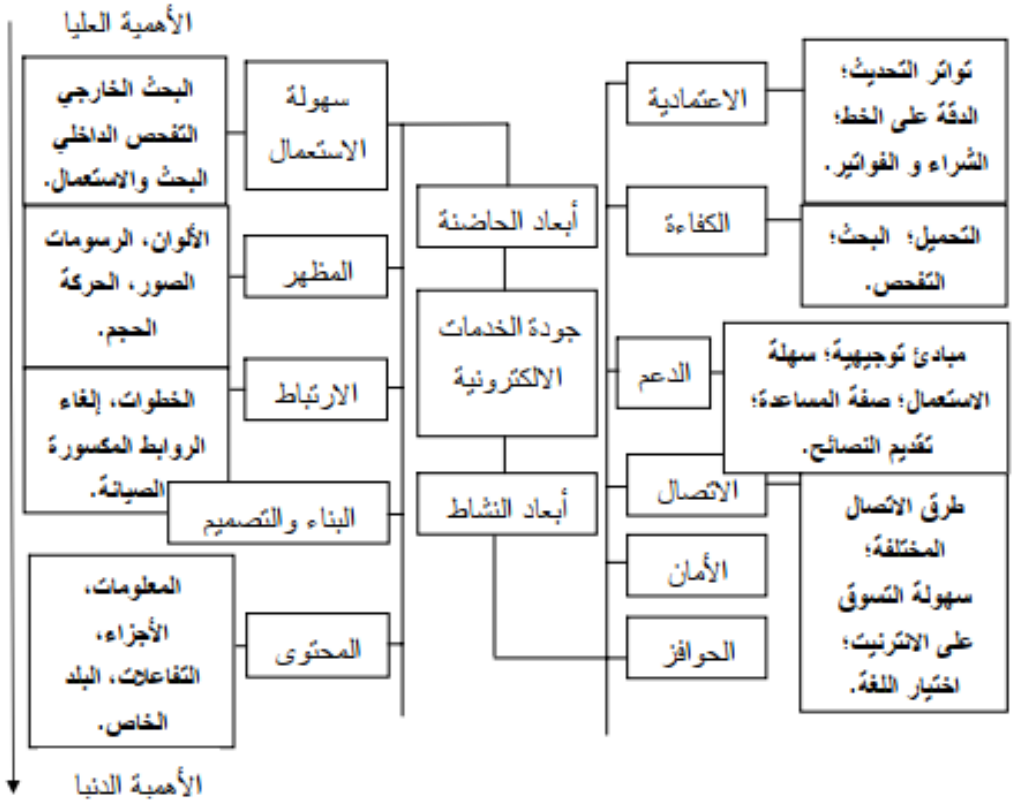
وقد حدد (jun and cain) 17 بعدا لقياس جودة الخدمة البريدية على الانترنيت وتتمثل في:

الاعتمادية الاستجابة الكفاءة المجاملة الوصول الاتصال فهم العملاء، التعاون والاستمرار في التحسن المحتوى الدقة

سهولة الاستعمال الوقت المناسب الصفة الجمالية الأمن ومختلف العوامل الأخرى.

اوقد أكدوا جميعا أن الأبعاد المهمة هي الاستجابة، الاعتمادية الوصول .والشكل التالي يوضح أبعاد جودة الخدمات الالكترونية بالتفصيل:

الشكل رقم(11): النموذج المفاهيمي لجودة الخدمات الالكترونية



Source: Santos, 2003. p239

يشرح هذا الشكل :أن جودة الخدمات الالكترونية تتكون من أبعاد الحاضنة وأبعاد النشاط وكل بعد يتركب من خمسة او ستة محددات كما هو مبين الشكل، قبل إطلاق الموقع على شبكة الانترنيت البعد الحاضني يحتاج لكي يستمر ويتحقق ما يلي:

- أن يكون الموقع عل شبكة الانترنيت سهل الاستعمال البحث والتفحص.
- الارتباط هي الخطوات الصيانة وإبطال الروابط المكسورة.
- الموقع بنية تنظيمية وتصميمية.
- المظهر تقديم جذاب للمحتويات الواقعية

وعندما يستقر الموقع على الشبكة، البعد النشط يحتاج لمراحل عديدة لتنشيط التجارة على شبكة الانترنيت .ومحددات

أبعاد النشاط هي :الاعتمادية reliabilityالكفاءة، efficiencyالدعم incentive، الحافزsecurity، الأمنcommunication، الاتصال .support، كل هذه المحددات المذكورة سابقا مبنية في نظام تنازلي من الأهمية العليا إلي الأهمية الدنيا.

إن هذا النموذج المفاهيمي لجودة الخدمة الالكترونية يستطيع أن يساعد المؤسسات التي تعد نفسها للتجارة الالكترونية أوت خطط لها .كما أن هذا النموذج يساعد المؤسسات على فهم جودة الخدمة الالكترونية والحصول على رضا العملاء وتحقيق الربحية.

المطلب الثاني :مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المالية على الانترنيت وأبعادها:

لقد تطورت جودة الخدمات من التقليدية إلى الالكترونية نتيجة توجه العديد من المنظمات إلى عرض خدماتهم على مواقع في الإنترنيت مما دفع العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس تتماشى وهذا التطور.

اولا :مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المالية على الانترنيت :

نذكر منها ما يلي : [1]

1 –الجودة على الخطwebqual):(عرفه) (بارنس و ال) بأنه الاستبيان على الخط الاستبيان الالكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الإنترنيت وفقا لتطوراته .الاستبيان ينجز من قبل العملاء يجيب على التساؤلات في الاستبيان) وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار. **webqual**) (يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الالكترونية في نفس الميدان ومع مرور الوقت وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة، ومواقع البيع بالمزاد العلني، موقع بيع الكتب على الشبكة . كما أنها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومة وانتشارها في بيئة التجارة الالكترونية .إن وسيلة **webqual**)أصبحت سلوك متكرر تنجز وتعدل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الالكترونية.

2– E.Servqual :

عرفه (بارنس و ال) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الالكتروني، وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة(servqual) وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية والتحليلية .هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة :الكفاءة الاعتمادية الإنجاز السرية الاستجابة التعويض الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط.

على سبيل المثال: خاصية الاستجابة تقيس: قدرة الإجابة على أسئلة العملاء، الأداء السريع تحديث نظام القوانين. ويمكن استعمال) (E. Servqual)كهيكل لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الالكتروني.

[1] بشير عباس العلاق، **الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق**، مرجع سابق، ص: 35.

E-Sequal : -3

عرفه (داوسون) سنة 2003بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الالكترونيةE-CRM واستراتيجياتHCIللتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الالكتروني .

E-Sequalيمكن أن يوفر توجيهات وإرشادات للتجارة الالكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية عبر مختلف نقاط التماس للعملاء مثل: الهاتف؛ الفاكس البريد الالكتروني...، ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي webومختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الالكتروني.

E-S-Qual- 4:

عرفها كل من ،بارا سيرمان ,زيتهامل ,مالهوترا، ,فالاري، ,ارفيند، على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط. ومن المعلومات التجريبية المجمعة اكتشفت وضعيتين مختلفتين وضروريتين لقياس جودة الخدمة الالكترونية.

الوضعية الأولى E-S-Qual تضم أربعة أبعاد وهي: الكفاءة، الوفاء، توافر النظام والخصوصية لها 22صفة.

والوضعية الثانية E-RecS-Qual، هي تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد وهي الاستجابة، التعويض، الاتصال ولهم 11صفة.

ثانيا :أبعاد جودة الخدمة المالية الالكترونية:

إن الأهمية المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم الخدمات المالية عن بعد أدى إلى تزايد اهتمام الباحثين عن قضايا جودة الخدمات المالية الالكترونية. وقدم (جايا ووردينا سنة 2004) دراسات مختلفة للنظر في أبعاد جودة الخدمات المالية الالكترونية خاصة في المواقع البسيطة، حيث تم الانطلاق من أبعاد جودة الخدمات التقليدية والوصول إلى 21صفة تم تخفيضها إلى خمسة أبعاد:

الوصول، واجهة الموقع، الثقة، الاهتمام والمصداقية.

e-squal هي أداة مماثلة ل :(SERVQUAL وضعت خصيصا لقياس جودة الخدمات الإلكترونية عبر الانترنيت. وقد تم تطويرها عام 2000 واختباره وتنقيحه عام 2002 من قبل باراسيرمان , زيتهامل, ,مالهوترا، الذين قدموا دراسة استطلاعية حول مفاهيم وتصورات الجودة من الزبائن المتسوقين عبر الانترنيت، وتابعوا تطوير هذه الأداة من خلال ثلاثة مراحل، فقد استخدموا في المرحلة الأولى وهي مرحلة الدراسة النوعية حيث قسموا الزبائن إلى مجموعات كل مجموعة تحتوي على ستة أوسبعة أفراد، وكانت ردود المشاركين من المجموعات تركز على نفس أبعاد جودة الخدمة الالكترونية حيث وجدوا أن الأبعاد متناسقة ومتماثلة بشكل ملحوظ عبر المجموعات في تقييمهم للجودة بغض النظر عن نوع المنتوج أو الخدمة التي يجرى تقييمها على الشبكة.

وفي المرحلة الثانية اكتشفوا 11بُعد لقياس جودة الخدمة المالية: الموثوقية، الاستجابة، الوصول والمرونة، سهولة التنقل،

الكفاءة، ضمان الثقة، الأمن والخصوصية، معرفة السعر، علم الجمال وتخصيص الموقع.

وفي المرحلة الثالثة تم تخفيض الأبعاد من 11إلى 7 أبعاد سنة 2005،ثم قاموا بتحليلها مرة ثانية وقسموها إلى جزئيين جزء متعلق بالعملاء الدائمين للموقع ولها أربعة أبعاد و 22صفة، وجزء خاص بالعملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع تضمن 3أبعاد لها 11صفة.

والجدولين التاليين يحتويان على وصف كل الأبعاد كما يلي:

الجدول رقم: 02 (أبعاد جودة الخدمة الالكترونية–نموذج –ا–)

الأبعاد	الصفة
لكفاءة **Efficiency**	السهولة وسرعة الوصول واستعمال الانترنيت
الوفاء **Fulfillment**	مدى تحقيق الوعود من قبل الموقع من أجل انجاز الأعمال وتوافر الوفاء
نظام التوافر أو المتاح **System Availability**	الأداء التقني الصحيح للموقع
الخصوصية **privacy**	درجة تأمين الموقع وحماية معلومات العملاء

Source: Parasurman,A. Zethaml,V. malhotra,A.(2005), 'E–S–Qual : A Multiple–Item. scale Assessing Electronic services quality', P 220

الجدول رقم:03 (أبعاد جودة الخدمة الالكترونية نموذج – ب –)

الأبعاد	**الصفة**
الاستجابة Responsiveness	التجاوب الفعال في معالجة المشاكل، والعودة عن طريق الموقع
التعويض compensation	الدرجة التي يعوض فيها الموقع حل مشاكل العملاء
الاتصال Contact	توفير المساعدة من الممثلين عن طريق الهاتف أو الانترنيت

Source: Parasurman,A. Zethaml,V. malhotra,A.(2005), 'E–S–Qual : A Multiple–Item. scale Assessing Electronic services quality', P 220

المطلب الثالث: تقييم الموقع الالكتروني ومفاتيح النجاح لاعتماد المعاملات المالية فيه

يعتبر الموقع الالكتروني المرآة العاكسة للمنظمة، لأنه يعرض خدمات ومنتجات المنظمة ويوفر كل المعلومات عنها ويجددها مع تقديم كل التسهيلات اللازمة من تكنولوجيا لاعتماد المعاملات بسرعة وأمان. فمن خلاله يمكن أن

يقيم العميل مدى جودة الخدمات المالية الالكترونية المقدمة له، واتخاذ قرار اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنيت أم لا.

اولا: تقييم الموقع الالكتروني لمؤسسة البريد[1]:

وفقا ل (جين فيليب) و (ويليام ساسبادي)الذين نشرا دراسة عن تقييم مواقع الانترنيت، حيث سعيا الباحثان فيها لفهم العوامل الرئيسية في نجاح أي موقع تجاري على شبكة الانترنيت، ولقياس تأثير الموقع التجاري على شبكة الانترنيت هناك اتجاهين : اتجاه سلوكي يقيس سلوك المتعاملين مع الموقع، والوقت الذي يقضيه الزوار، ومسارهم المتواصل على الموقع من خلال سلوك التفحص وغيرها، واتجاه موقفي يقيس فعالية الموقع، والنية في المعاملات وغير ذلك، إذا في البداية هذه الدراسات ركزت على الجانب الإعلامي للموقع وإحراز تقدم في التطور التكنولوجي الذي يسمح باستخدام الصور، الحركة؛ وقواعد البيانات، ولقد أخذت هذه الدراسات في عين الاعتبار أبعاد الأجوبة المرتبطة بالتفاعل والميزة الترفيهية والجمالية للموقع.

ولقد تبين أن استخدام التكنولوجيا لا يمكن أن يخلق ميزة تنافسية في المدى الطويل لأنه من السهل تقليده، هذا ما يزيد إذا الخوف من التفريق أو التمييز بين علامات المؤسسات في ظل المنافسة التامة والكاملة. لذلك كيف في ظل هذه الظروف يمكن للمؤسسات الافتراضية الحفاظ على تميز العلاقات مع عملائها؟ مع العلم أن الإنترنت ينمو شيئا فشيئا والوسائط المتعددة يمكن أن توفر مستوى من الخدمات أعلى بكثير من مستوى الخدمات التقليدية، لذا نرى أن جودة الخدمات المقترحة من العملاء هي الطريقة الوحيدة للتميز (التموقع).

إن الدراسات السلوكية يمكن أن تؤدي إلى تحليل أكثر دقة ووظيفته لردود فعل مستخدمي المواقع، إلا أنه لا يمكنها دائما تفسير الدوافع وراء بعض السلوكيات مثل الرضا اختيار موقع بالنسبة لآخر...الخ، لهذا بعض الكتّاب طوروا بناء متعدد الأبعاد قادر على فهم السلوكيات الملاحظة من طرف الدراسات السلوكية، وهي على وجه الخصوص الموقف اتجاه الموقع؛ الرضا؛ النية؛ الدخول والخروج من الموقع)العودة للموقع مرارا وتكرار،(والنقطة المشتركة لهذين الاتجاهين هو أن الموقع ليس مجرد منفعة للحصول على معلومات وخصائص المنتجات أو الخدمات، واختيار أوت مرير الطلب، بل يأخذ في عين الاعتبار تدريجيا أبعاد أخرى مرتبطة بالتمتع بزيارة الموقع والتفاعل الموجود بين المستخدم والموقع، وهي أربعة أبعاد أساسية:

1- البعد الإعلامي: هي كل المعلومات التجارية، التقنية الموضوعية والذاتية التي يحتاجها المستخدم وترتبط معظم هذه المعلومات بالخدمة، المؤسسة أو نقاط البيع.

2- البعد الترويحي: هذا البعد يضم بعدان فرعيان: الأول هو البعد الجمالي لصياغة النص الموسيقى والألوان لجعل

[1] sébastien enonga : le paradigme de la relation –client dans les services bancaires sur internet, voir le sitehttp :www.pacis-net.org/file/2005/390.pdf , 24/01/2009, 18 :41, p70

الموقع أكثر متعة، والبعد الثاني هو الميل للموقع الذي يقدم وسائل الراحة للمستخدم.

3- البعد التفاعلي: التفاعل هو عامل متعدد الأبعاد على موقع الأنترنيت، ويظهر جليا من خلال تفاعل الوظائف، ورغم ذلك نفرق بين بعدين فرعيين: البعد الأول هو التفاعل مع الموقع الذي من خلاله نفهم المدى الذي يمكن للمستخدم من الاشتراك في تغيير شكل ومحتوى هذا الموقع في الوقت الحقيقي، والبعد الثاني هو مراعاة البعد الاجتماعي الذي يتوافق مع الاحتياجات التي حددتها المنفعة المادية، العلاقة، الخيار الجامح، والمعاملات التي تسمح بصياغة موقع لمجتمع حقيقي افتراضي.

4- البعد الفاعلي: هو وضع البرمجة اللازمة البرمجيات (logiciel) وأهمية ضغط الملفات حتى يتسنى تحسين إدخال المعلومات، كما أنه موقع مهيأ وسهل للتفحص ويمكن قياس ذلك بالوقت اللازم للعثور على معلومات من الموقع، لذلك فإن تهيئة الموقع (بيئة الموقع) تتيح سرعة الحصول على المعلومات مع العلم أن هناك جزء مهم من هذه الفاعلية وهي إمكانية الهروب (echape) لمقترحات جديدة لأنها ترتبط مباشرة بجودة الاتصال (la conexion) إن الموقع على الإنترنيت ليس مجرد وسيلة اتصال تمكن مؤسسات البريد من الوصول إلى العملاء الأكثر استهدافا وبيع الخدمات المباشرة عبر الإنترنيت، فالموقع حسب طبيعته لا يقتصر على موضوع الجمالية التي يمكن تقييمها حسب معايير الشكل والتصميم، بل موقع الانترنيت المالي يعتبر كسوق للخدمات يمكن أن يحدد طبيعة العلاقة بين المؤسسة المالية وعملائها ويحدد الوقت التفاعلي بينهم، لأن من صميم تسويق الخدمات هوإلتقاء الخدمة (لحظة الحقيقة) والذي يشارك فيها العملاء وموظفي المؤسسة المالية للمشاركة في إنتاج هذه الخدمة، إذن فالخدمات التقليدية يمكن أن تتم في بيئة الكترونية للمنتجات والخدمات الموجودة كمعلومات رقمية، دون اللجوء إلى استبدال التفاعل بين الموظفين والعملاء، لأن التكنولوجيا يمكن أن تحرر الخدمة وتغير مفهوم التقاء الخدمة إلا أن العلاقة بن الأطراف الفاعلة تبقى ذاتية ومتوقعة وبالتالي التأكد من أن هذه التكنولوجيا لا تخلق مسافة مع العميل والمؤسسة المالية، لأن التعامل مع موقع مؤسسو البريد على الإنترنيت يشارك لفترة أطول من أي وسيلة توزيع أخرى من خلال تنظيم التفحص الخاص به ووفقا لتوقعاته ومستوى خبرته، فموقع الإنترنيت إذا هوالواجهة التي يمكن أن تدعم الإنتاج المشترك للخدمة المالية بين مؤسسة البريد وعملائها، ومن الآثار الإيجابية للتكنولوجيا في التقاء الخدمات هناك ثلاثة مصادر للرضا هم :

ا- التخصيص والمرونة: وتعني القدرة على التكيف مع الوقت الحقيقي للعملاء وتقديم الخدمة الشخصية.

ب- خدمة التصحيح (تقويم الخدمة): إن العملاء على الإنترنيت يتوقعون تصحيح فعال في حالة حدوث خطأ؛ والميزة التفاعلية هو أن تكون التكنولوجيا قادرة على التعامل مع شكاوى المستهلكين وتقليل المشاكل.

ج- متعة العفوية (التلقائية): توفر تجربة ممتعة وغير متوقعة للعميل وهو وسيلة لتحقيق الرضا (المنفعة).

ثانيا: مفاتيح النجاح لاعتماد المعاملات المالية عبر الأنترنيت:

إن اعتماد المعاملات المالية عبر الانترنيت أصبح ضرورة لمؤسسة البريد التي ترغب في المحافظة على حصتها في السوق، والحفاظ على زبائنها واكتساب زبائن جدد، غير أن اعتمادها من قبل المؤسسات المالية ليس واضح في كثير من الأحيان، لأن هناك عدة عوامل يمكن أن تعزز سرعة اعتماد المعاملات المالية عبر الانترنيت والبعض الآخر يجدها عقبة في سبيل اعتمادها.

1-دور الموقع في تقديم الخدمات المالية عبر الأنترنيت:

-تحسين جودة الخدمة المالية مع تحقيق ميزتين إضافيتين وهي التفاعل وإمكانية الحصول على هذه الخدمة في العمل أو المنزل.

- تعتبر وسائل جديدة للترويج والتسويق.

- إعادة تنظيم العمليات الداخلية مؤسسة البريد نحو مزيد من التواصل والتنسيق الأفضل للمهام.

- تكييف وتحسين العلاقات مع العملاء.

- أثر الخدمات المالية عبر الإنترنيت كوسيط للاتصال المباشر بين المنتجين والمستهلكين، إذا إن نجاح التكنولوجيا المالية يعتمد إلى حد كبير على جاذبية تولدها بين المستخدمين (من حيث الخدمة، الود، السرعة)، واستخدام هذه الأخيرة قادر على تطوير هذه الممارسات لتتماشى مع استراتيجيات مؤسسة البريد.

2-وسائل وشروط وأغراض الاستخدام لموقع مؤسسة البريد:

إن الهدف من استخدام مؤسسة البريد للموقع هو أداء جميع للمعاملات المالية عبر الانترنيت.

ا- وسائل الاستخدام: هناك وسائل مختلفة للاستخدام تقدمها مؤسسات البريد وهي :

- وسائل الاتصال في كل مكان تحقق وظيفة من الوظائف ذات علاقة بالعملاء الاستماع دائما للعملاء وإنشاء علاقات معهم،(والتسويق)جمع البيانات الشخصية لتخصيص علاقة، وهذه الوسائل تتمثل في (الدردشة، البريد الإلكتروني، القوائم البريدية ...الخ) لإبقاء الاتصال مع العملاء خاصة الذين يحضرون بانتظام إلى الوكالات.

- وسائل ولاء العملاء مع مؤسسات البريد بحيث تستفيد هاته الاخيرة من شبكة الإنترنيت باتخاذ أسلوب لتنويع أعمالها من خلال الجمع بين المنتجات المالية التقليدية والحديثة، والهدف هو تقديم موقع متكامل للمستخدمين على شبكة الإنترنيت والذي يمكنها من تنفيذ جميع معاملاتهم سواء المالية أو غيرها.

- وسائل العمل: مؤسسة البريد تهدف لتطوير استخدامات أكثر عملية، فقد فوضت المعاملات عبر الانترنيت(للشباك الآلي) (GAB) عمليات كالسحب وفحص الحسابات ...الخ، وذلك لإتاحة المجال أمام المستخدمين للتدخل في الوقت الحقيقي لحساباتهم.

ب– شروط وأغراض الاستخدام :

* مساعدة المستخدمين في حل المشاكل والصعوبات أثناء الحوار مع الموقع.

* تسهيل عملية التفحص على الموقع من خلال توفير الإمكانيات التكنولوجية وغيرها من الروابط التفاعلية المتجانسة والمدركة.

* خفض التكاليف الناتجة عن استخدام الموقع.

* المواءمة بين خصائص الموقع واحتياجات المستخدمين.

* توفير نظام مراقبة للمستخدم لتوليد المزيد من الثقة في النظام.

* جعل المستخدمين أكثر فعالية في البحث عن المعلومات.

* وأخيرا توفير البيئة الرسومية، الصداقة والمرح التي استولى عليها المستخدم.

كذلك الموقع يستخدم كقاعدة معلومات للمستخدم، يحصل منها على بيانات المنتجات المالية والمعلومات العامة في ممارسات الوكالة المالية. بالإضافة إلى أن الموقع له استخدامات أكثر رمزية تعتر مهمة أيضا للمستخدمين وهي تطوير معرفته وثقافته المالية عن الخدمات المالية فالموقع إذا يستعمل كمحيط ذاتي للمستخدمين.

3–صناعة الخدمات في حالة تغيير مستمر:

يعتبر القطاع المالي القطاع الأكثر تأثرا بالثورة التكنولوجية، لأنه مجال يعتمد على المعلومات التي بدورها تعتمد بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للحصول على تحليل وتقديم البيانات لجميع المستخدمين، كما أنها تسمح لمؤسسات البريد للتمييز بين عروض خدماتها مقارنة بمنافسيها، لذلك أجبرت مؤسسات البريد الابتكار وتحديث استراتيجيات التسويق حتى تتجاوب بطريقة أكثر ملائمة مع متطلبات واحتياجات العملاء وتقديم لخدمات التي تناسبهم بأمان وثقة، أي إقامة إستراتيجية تسويقية علائقية تتجلى في إنشاء ثقافة تمنح أولوية للعميل وإيجاد آلية تعزز معرفة وولاء أفضل لكل عميل، وبالتالي تحقيق رضا العميل الذي هو أساس العلاقة، فهي بالنسبة لمؤسسة البريد استهداف بناء شراكة حقيقية.

نحن نعلم أن سوق الخدمات المالية الآن مشبع والمنتجات أصبحت موحدة، فالفرق إذا لا يمكن أن يتم إلا عن طريق هذه الخدمة، ومن ثم تطوير علاقة شخصية مع العملاء وتصبح أساس العلاقة بين مؤسسة البريد والعميل هي الجودة في تقديم الخدمات، هذا لتحقيق هدف أولي هو ولاء العميل عبر الإنترنيت من خلال تقديم مجموعة كاملة من الخدمات عن طريق قنوات توزيع أكثر حداثة.

خلاصة الفصل الثاني:

من خلال هذا الفصل تعرضنا لجودة الخدمات المالية وارتقائها من العمل التقليدي إلى العمل المالي الالكتروني، و التي لعبت دورا كبيرا في اجتذاب عملاء جدد، حيث أتاحت لهم التعبير الكترونيا عن احتياجاتهم و رغباتهم اليومية مما سمح للمؤسسات المالية التجاوب معها واستحداث خدمات مالية جديدة، و نرى أنه يتعين على هذه المؤسسات الراغبة في دخول عالم النقدية الالكترونية أن تمتلك المعرفة والقدرة على وضع استراتيجية شاملة وكذلك تطبيقها بصورة دقيقة وسليمة لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من اعتماد هذه الاستراتيجية من جهة، ومن جهة أخـــرى لتحكـــم الأفضـــل للمؤسسات المالية في نظـــام المعلومـــات وأســـاليب الاتصـــالات يحقـــق الجودة في الخدمـــات والسرعة في أداء تقديمها وإنشاء علاقات مع العملاء.

الفصل الثالث: دراسة حالة: مؤسسة بريد الجزائر –وكالة المدية –

تمهيد

أدى ظهور الانترنت وما صاحبها من تطورات مذهلة وانتشارها ودخولها مختلف مجالات الحياة، إلى استحداث وسائل عديدة للدفع الالكتروني تلبي حاجيات الأفراد والمجتمع في ظل هذه البيئة الرقمية، والدولة الجزائرية عن طريق مؤسسة "البريد" سايرت هذه التطورات واستحدثت مؤخرا بطاقة "الذهبية"، التي تمكن حاملها من سحب الأموال وتحويلها وتسديد الفواتير وتسديد قيمة المشتريات من المتاجر ومواقع التجارة الالكترونية وغيرها من العمليات.

والحصول على بطاقة "الذهبية" يتطلب إبرام عقد بين الحامل وبريد الجزائر، هذا العقد يفرض جملة من الالتزامات على عاتق حامل البطاقة، تتمثل أساسا في استخدامه لها بطريقة مشروعة من خلال احترام الطابع الشخصي للبطاقة واستعمالها شخصيا فقط، كما يلتزم بالوفاء والقيود ذات الطابع المالي عند انجازه مختلف العمليات، فضلا عن التزامه بالمحافظة على البطاقة ورقمها السري لمنع استعمال الغير لها بطريقة غير مشروعة وإعلام بريد الجزائر إن حدث ذلك، وعليه فإن استخدام الحامل للبطاقة بطريقة غير مشروعة يرتب مسؤوليته تجاه بريد الجزائر على أساس الإخلال بالتزام تعاقدي.

المبحث الأول: التعريف بمؤسسة بريد الجزائر

يحتل قطاع البريد مكانة هامة في كل من المجال الاقتصادي والاجتماعي حيث شهد عدة إصلاحات نتج عنها إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمح ببناء دولة عصرية وبتقديم خدمات متطورة للمجتمع تسمى ببريد الجزائر وهذا ما سنتطرق اليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: مؤسسة بريد الجزائر

شرعت فرنسا في بناء قصر البريد المركزي سنة 1910 وأكملته سنة 1913 وأطلقت عليه آنذاك تسمية "البريد الجديد"، قبل أن تغيرها الجزائر المستقلة الى "البريد المركزي" بعد استعادة سيادتها في 5 يوليو1962 وهذا ما سنتعرف عليه في هذا المطلب .

اولا: نشأة بريد الجزائر[1]

أثناء الاستعمار الفرنسي لبلادنا، تمثل الدور المنوط بالبريد في الحفاظ على العلاقات والاتصالات مع المدينة الكبيرة من خلال استلام الحوالات والصكوك البريدية، إدارة الاشتراكات بالصحف واليوميات، بيع الطوابع البريد، ايداع الأموال بصندوق التوفير، دفع المعاشات، وأيضا دفع رواتب المعلمين وعمال البلدية وعمال الادارات العمومية.

وكان البريد في الحقبة الاستعمارية يعرف بالفرنسية بتسمية (PTT) نسبة الى الاحرف الثلاثة الأولى من الكلمات الفرنسية التالية "البريد"، "التلغراف" و"الهاتف" وهي التسمية التي استمر اعتمادها حتى بعد الاستقلال، في سنة 1962 وبعد ترحيل أغلبية عمال البريد من الأقدام السوداء وسكان المدينة الكبيرة تم تسجيل شغور وفراغ فيما يتعلق بإدارة وتسيير مصالح البريد ببلادنا، الشيء الذي دفع بمجموعة من العمال الجزائريين الى بذل قصارى جهدهم ورفع التحدي حيث تمكنوا من ضمان استمرارية الخدمات على مستوى ما يفوق ال800 مكتب بريد.

وجاء اصدار أول طابع بريد للجمهورية الجزائرية كرمز من رموز السيادة الوطنية بتاريخ الفاتح نوفمبر 1962، ليؤرخ لصفحة جديدة من صفحات السجل التاريخي للجزائر.

بتاريخ 14 جانفي 2002، وعقب الإصلاحات التي شهدها قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تأسس بريد الجزائر بموجب المرسوم رقم 02/43 كمؤسسة مكلفة بمهمة رئيسية تتمثل في ضمان الخدمة العمومية وفق محورين اثنين للخدمات هما الخدمات البريدية (خدمة البريد والطرود، خدمة البريد السريع و الطوابعية) والخدمات المالية البريدية (خدمة الحسابات البريدية الجارية، خدمة حسابات التوفير والاحتياط، خدمة الحوالات، النقدية عبر الشبابيك البنكية الالية وخدمة التحويل الالكتروني للأموال).

ويحصي بريد الجزائر اليوم 25721 عاملا، من بينهم 3748 ساعي بريد، كما أنه يملك شبكة بريدية واسعة

[1]17/05/2020,www.poste.dz

تضم 3710 مكتب بريد متناثر عبر كافة ربوع الوطن.

– شعار مؤسسة البريد[1]

لهذا الغرض قامت بالاختيار الاسم "بريد الجزائر" لتقريب المستهلك من حقل نشاط المؤسسة كما اختارت رسما مميزا للاسم التجاري (logo) شعار وتوقيعا يختصر اهداف المؤسسة .

اما الشعار فانصب الاهتمام على الالوان، فالأصفر الفاقع اللون التذكير وجلب الانتباه، ولون ازرق داكن كدلالة على خاصية الاعلام يتشكل الشعار من قسمين قسم بالرسم الكاليغرافي يسمح بقراءة الحرف "ب" والحرف "ج" للدلالة على بريد الجزائر موجودان في وضعية متناظرة تشرح طرق النقل المستعملة (الجو، البر، البحر)، وقسم بالون الازرق يدل على اسم المؤسسة باللغة بالعربية وب باللغة اللاتينية، اما التوقيع وهي الجملة المقروءة التي تصاحب العروض الاشهارية فقد اختارت المؤسسة التعهد بالتواجد بالقرب من الزبائن وفي المكان من خلال الجملة التالية:

"pour être près de vous nous nous engageons a être partout"

"لنكون بالقرب منك نحن ملزمون بأن نكون في كل مكان"

ثانيا: البنية الهيكلية لبريد الجزائر

[1] مبروك يوسفي، **النظام القانوني لمؤسسة بريد الجزائر**، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر –الوادي–، السنة الجامعية 2014-2015، ص ص: 17- 18.

يحتوي بريد الجزائر على هيكل تنظيمي يسمح له بالانتشار والتواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري وبهذا فقد بنت المؤسسة هيكلها على ثلاث مستويات[1]:

- المديرية العامة والهياكل المركزية وتسهر على الاشراف العام وتسيير المؤسسة على المستوى المركزي.
- المديرية الاقليمية والتي تسهر على تسير المؤسسة على مستوى الجهوي.
- الوحدات الولائية وتضطلع بمهام الاستغلال على المستوى الولائي.

1- الهياكل المركزية

-المديرية العامة:

يرأسها المدير العام يسهر على تنفيذ توجيهات وقرار مجلس الادارة معين بمرسوم، يحوز المدير العام على كامل السلطات على مستوى الوطني ليقوم بالإدارة والتسيير الاداري والتقني والمالي للمؤسسة حيث يقوم ب:

-اعداد واقتراح التنظيم العام للمؤسسة على مجلس الادارة للموافقة ليرفع الى الوزير للصداقة .

-ممارسة السلطة السلمية على كل موظفي المؤسسة.

-امضاء العقود واجراء الصفقات والمعاهدات والاتفاقيات في إطار القوانين والاجراءات التنظيمية الجاري العمل بها.

- فتح حسابات لمصلحة المؤسسة وتشغيلها على مستوى مركز الصكوك البريدية على مستوى المؤسسات البنكية.

-يمثل المؤسسة في النازعات امام القضاء.

- يسهر على احترام التنظيم الداخلي للمؤسسة.

-يمكن ان يفوض بعض السلطات الى مساعديه.

-يقوم بإعداد الميزانية، جدول النتائج، المشاريع والمخططات، البرامج الاستثمارية، الميزانية التقديرية، استعمالات وتوزيع النتائج، رزنامة مناصب العمل، نظام الاجور ومشاريع توسيع النشاط.

تنقسم المديرية العامة الى قسمين: مديريات مكلفة بالبحث والدراسات ومديريات مركزية مكلفة بالإشراف والتنفيذ.

أ- مديريات الدراسات[2]:

-مديريات الدراسات لتحسين النوعية: ويتمثل الهدف الرئيسي لها في توفير خدمة ذات نوعية الى الزبون وبلوغ ذلك فان هذه المديرية مكلفة بما يلي:

*إيجاد نظام لتقييم مستوى الأداء، نوعية الخدمة وتقييم مستوى الرضا لدى الزبون.

---

[1] مراد لراشي، **وسائل الدفع الحديثة ومدى نجاعتها في المؤسسة المالية دراسة حالة بريد الجزائر** –وحدة غليزان–، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، قسم علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم–، السنة الجامعية 2018/2017، ص ص: 37-38.

[2] محمد وهاب، **تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص: 106.

*تعداد مختلف الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة.

*اجراء مختلف التحقيقات الميدانية حول نوعية الخدمة المقدمة بالتعاون مع مختلف هياكل المؤسسة مع امكانية التعاون مع المعاهد المتخصصة في هذا المجال.

*تعدد وسائل القياس المستعملة على المستوى العالمي، استعمال وتحديد الفروقات في مجال نوعية الخدمة المقدمة.

*تحديد مستوى النوعية المقبول الخاص ببريد الجزائر في ميدان:

زمن توجيه بريد الجزائر، الطرود البريدية.

التخفيض من زمن تنفيذ العمليات على مستوى المكاتب البريدية والمراكز المالية.

تحسين مستوى الاستقبال .

-**مديريات الدراسات الاستراتيجية، التخطيط والتنظيم**: تعمل هذه المديرية على ترجمة استراتيجية المؤسسة بتحديد محاور التنمية وتحضير مشاريع مخططات التنمية وتقوم بتسيير عقد النجاعة والعمل على تطبيق الاجراءات التنظيمية بالتعاون مع الهياكل المعنية.

-**مديرية الدراسات في مجال الاتصال**:

تهدف هذه المؤسسة الى:

* تمثيل مؤسسة بريد الجزائر.

*انجاز التحقيقات المرتبطة بتطوير المؤسسة و استراتيجيتها.

*القيام بتجنيد كل الطاقات البشرية لتحقيق الاهداف المسطرة.

-**مديرية الدراسات لمراقبة التسيير والاشراف الداخلي**: تهدف هذه المديرية الى اعطاء دفع للمؤسسة لتحسين أدائها من خلال ايجاد الحلول المناسبة والمساهمة الفعالة والدائمة في خلق القيمة المضافة، كما تساعدها أيضا على تحقيق الأهداف المسطرة من خلال تقييم والاشراف وتقديم الاقتراحات وتتكفل هذه المديرية بما يلي:

*قياس أداء المؤسسة وترشيد الاستعمال الأمثل لمختلف الموارد.

*المشاركة في تحديد المؤشرات(الانتاج، النوعية).

*المشاركة في صياغة لوح القيادة وتحليل النتائج.

*متابعة مختلف الملفات المتعلقة بالسرقات واختلاس الاموال.

*تنظيم دورات التفتيش على مستوى المؤسسات البريدية والمراكز المالية على مستوى الاقليمي والمحلي.

-**مديريات الدراسات لشؤون الدولية، التعاون والشؤون القضائية**: تكمن مهامها في تمثيل مؤسسة بريد الجزائر في المفاوضات الدولية المتعلقة بالبريد والمصالح المالية وتمثيلها في الاتحاد العالمي للبريد، تهتم بمراقبة التعاون والتبادل الدولي

والقيام بإعداد الاتفاقيات الثنائية والمتعددة مع مختلف الهيئات البريدية العالمية كما تتكفل ب[1]:

*تطبيق نصوص مؤتمر الاتحاد البريدي والاتحادات الجهوية.

*تسير ملفات النزاعات القانونية واعداد الاجراءات القانونية لتقديمها الى مصالح القضاء.

*اعداد ومتابعة الملفات المودعة لدى سلطة الضبط بخصوص احترام النصوص القانونية.

*تحضير امكانية الوثائق اللازمة في مجال انشاء فروع النشاطات البريدية والمالية.

-**مديريات الدراسات لشؤون الدولية المتعلقة بالبيرد والمصالح المالية وتمثيلها في الاتحاد العالمي للبريد:** تهتم بمراقبة التعاون والتبادل الدولي والقيام بإعداد الاتفاقيات الثنائية والمتعددة مع مختلف الهيئات البريدية العالمية كما تتكفل ب:

*تطبيق نصوص مؤتمر الاتحاد البريدي والاتحادات الجهوية.

*تسيير ملفات النزاعات القانونية واعدادا الاجراءات القانونية لتقديمها الى مصالح القضاء.

*اعداد ومتابعة الملفات المودعة لدى سلطة الضبط بخصوص احترام النصوص القانونية.

*تحضير الامكانيات والوثائق اللازمة في مجال نشاء فروع النشاطات البريدية والمالية.

-**مديرية الدراسات المكلفة بالممتلكات:** تتمثل مهامها في مساعدة الهياكل المكلفة بتسيير الوسائل العامة في استغلال الوسائل وتسيير مختلف العقارات والممتلكات المدرجة في الصنف (2) من المخطط الوطني للمحاسبة وتتكفل هذه المديرية ايضا ب:

*الاثبات والتحقق من مختلف الممتلكات التي وضعت تحت تصرف المؤسسة بسبب تقسيم ممتلكات القطاع بين مؤسسة بريد الجزائر واتصالات الجزائر.

*صياغة القواعد القانونية لجرد الممتلكات ومتابعة إهتلاكاتها.

*المشاركة في صياغة القواعد القواعد المتعلقة بإدماج الاستثمارات الجديدة المكتسبة حديثا.

*إعداد مدونة لمختلف الإجراءات لمعالجة الفروقات الناتجة عن (تنازل عن الاستثمارات تحويلها، إخراجها من الحظيرة بسبب التقادم).

ب-**المديريات المركزية**[2]:

-**مديريات المصالح البريدية:** تتكفل هذه المديرية بالسهر على حسن الأداء المصالح البريدية على المستوى الداخلي وفي علاقتها مع الخارج.

*تحضير ومتابعة مخطط التنمية للهياكل القاعدية للبريد.

*تطوير وترقية البريد الشخصي ذو التوزيع الخاص وبريد المؤسسات ذو التوزيع الخاص.

*إعداد البرامج السنوية لإصدار الطوابع البريدية.

[1] وهاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 107- 109.

[2] المرجع نفسه، ص: 109.

*تنفيذ نصوص الاتفاقيات البريدية والاتفاقيات الثنائية والمتعددة المتعلقة بتبادل الطرود البريدية واعداد المحاسبة المتعلقة بذلك.

تشكل هذه المديرية على أربعة مديريات فرعية وخلية مكلفة بالبريد السريع:

*المديرية الفرعية للبريد والطرود البريدية.

*المديرية الفرعية لتطوير الشبكة البريدية، هواية جمع الطوابع.

*المديرية الفرعية للتجهيزات والبرامج.

*المديرية الفرعية للحسابات البريدية الدولية.

*الخلية المكلفة بالبريد السريع.

-**مديرية المصالح المالية**: تتكفل هذه المديرية ب:

*التنظيم والسهر لحسن الاداء لمختلف المراكز الملحقة بها(مركز الصكوك، مركز التوفير، مركز الحوالات)

*العمل على تنفيذ المشاريع الهادفة الى تحسين نوعية الخدمات ورفع الانتاجية.

*تأمين الاتصال الدائم مع المديرية العامة لصندوق التوفير، مكتب التبادل الدولي للحوالات ومع الخزينة العمومية للبنوك.

*معالجة مختلف النزاعات القانونية و الاستعمالات وتشمل هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية.

-**مديرية المالية والمحاسبة**: وتتكفل هذه المديرية ب:

*انجاز وتنفيد السياسات المالية للمؤسسة.

*تأطير مختلف الهياكل والميادين الحسابي والمالي.

*توحيد مختلف الميزانيات والقيام بالتحليل المالي والمحاسبة للمؤسسة.

*توحيد ومتابعة الميزانيات التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل.

*متابعة مساهمة المؤسسة في فروع المنشأة.

-**مديرية الوسائل العامة**:

وتتكفل هذه المديرية ب: انجاز والسهر على تطبيق السياسات المتعلقة بالعقارات، النقل، التموين، الصيانة، الحماية والامن.

-**مديرية الموارد البشرية**:

وتتكفل المديرية ب:[1]

*انجاز والسهر على تطبيق السياسات في مجال تسيير الموارد البشرية، تكوين والشؤون الاجتماعية.

[1]وهاب محمد، المرجع نفسه، ص: 111.

*السهر على تطبيق قانون العمل(قانون العمومي 85-59 والقانون(90-11).

*المشاركة في إعداد الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

*إعداد وتطبيق بنود الاتفاقية الجماعية والنظام الداخلي.

-المديرية التجارية:

تتكفل هذه المديرية بما يلي[1]:

*التكفل بالنشاطات التسويقية واقتراح خدمات جديدة حسب احتياجات الزبائن وادخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

*اعداد مخطط النشاط التجاري لبريد الرسائل الطرود البريدية ولخدمات المصالح المالية.

*إعداد وتوزيع الدعائم والوثائق الإعلامية على الزبائن.

*إعداد الدراسات بخصوص الأسعار واقتراح التعديلات اللازمة.

-مديرية الاعلام الآلي: وتتكفل هذه المديرية بما يلي:

*اعداد برامج لتجهيز النظام الإعلامي.

*إنجاز ووضع حيز التطبيق أنظمة الإعلام الآلي الضرورية لتسيير المصالح.

*إنجاز برامج الاستغلال وصيانة الأنظمة المعلوماتية والعمل على تخزينها وحمايتها.

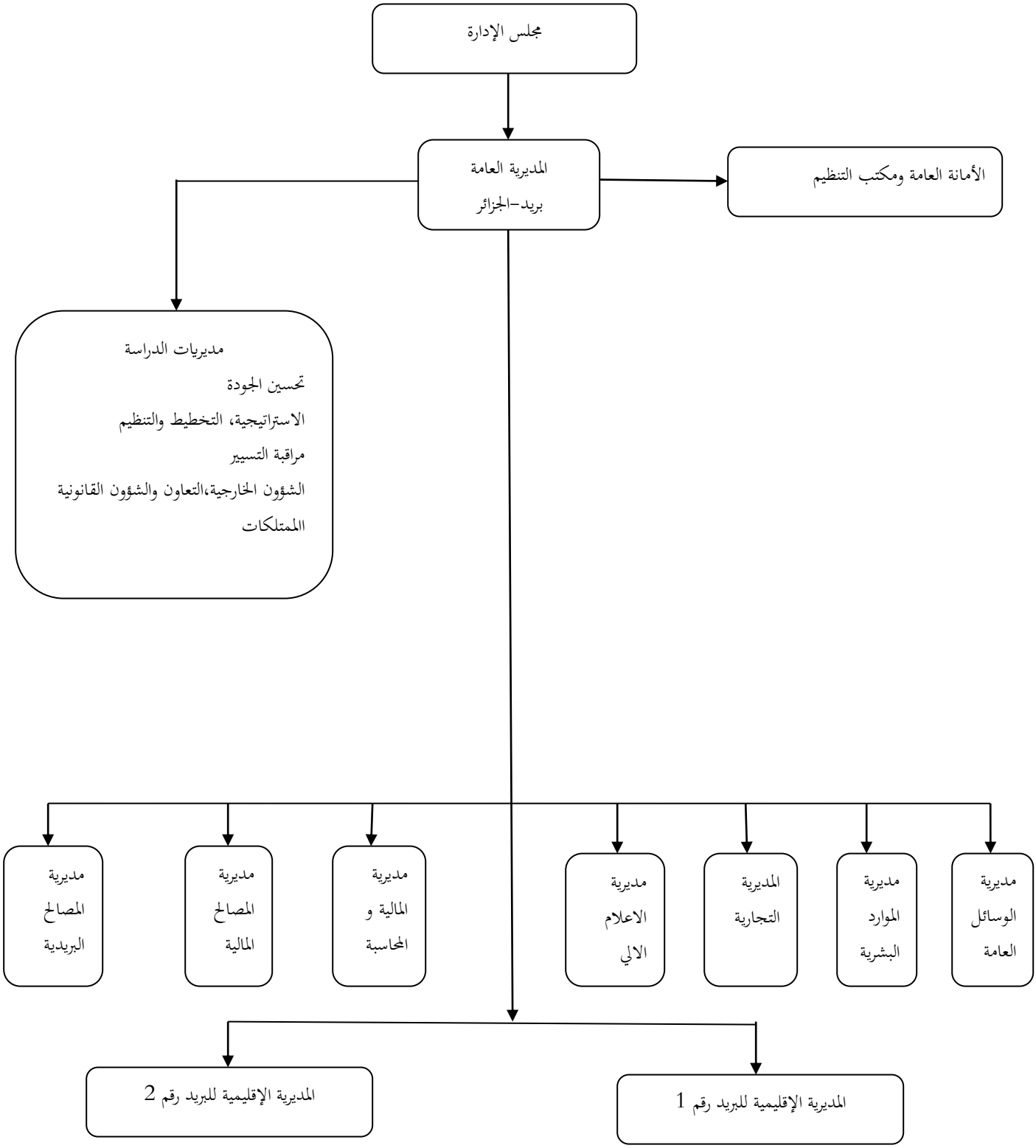
*الإشراف على تسيير ومراقبة مراكز الإعلام والعمل على تطوير البرامج.

*مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة.

ونستعرض في المخطط التالي الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على المستوى المركزي:

[1]مراد لراشي، المرجع نفسه، مرجع سبق ذكره، ص ص: 40-41.

الشكل رقم: 03: (الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على المستوى المركزي)



المصدر: محمد وهاب، مرجع سبق ذكره، ص:107.

2- الهياكل الاقليمية[1]

يتكون الهيكل التنظيمي من 08 مديريات إقليمية بالإشراف على الوحدات الولائية التابعة للإقليم وهذا ما يوضحه الشكل الموالي، وتتكفل هذه المديريات بما يلي:

-تنظيم ومراقبة استغلال البريد على مستوى الاقليم.

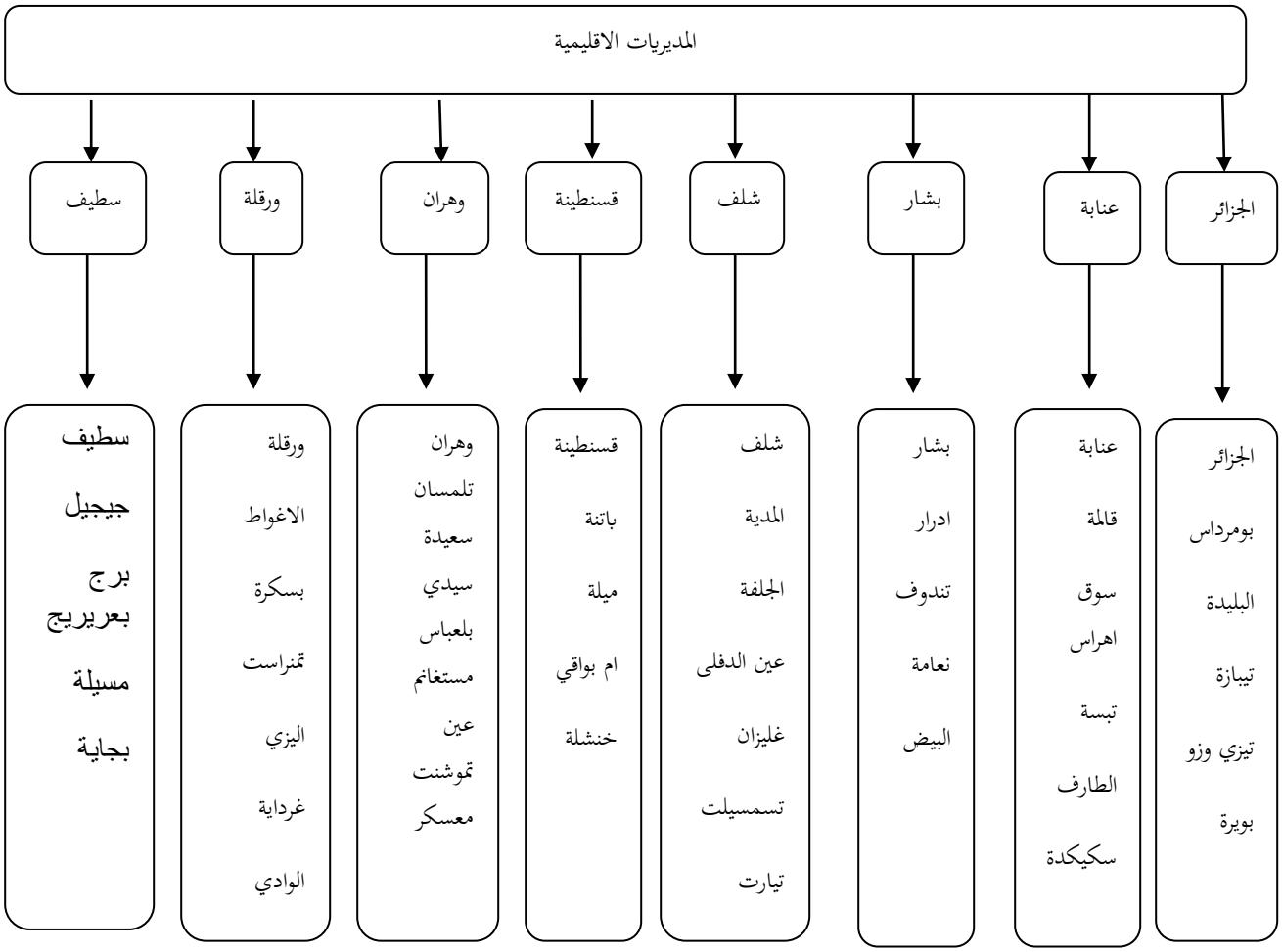
-تنفيد البرامج المعدة من طرف المديرية العامة.

-اعداد الميزانيات واعداد التقارير الدورية الخاصة بنشاطاتها.

-توحيد واعداد الميزانيات التقديرية.

-اعداد برامج التفتيش ومراقبة تنفيذها.

الشكل رقم04: مخطط التنظيم الاقليمي والوحدات الولائية



المصدر: الخنساءسعادي، **التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحوالزبون من خلال المزيج التسويقي(دراسة تقييمية**

[1]مراد لراشي، **وسائل الدفع الحديثة ومدى نجاعتها في المؤسسة المالية دراسة حالة بريد الجزائر –وحدة غليزان–**، مرجع سبق ذكره، ص: 43.

لمؤسسةبريدالجزائر)، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التسيير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2005/ 2006، ص 116.

المطلب الثاني: مؤسسة بريد الجزائر –المدية–

بريد الجزائر–المدية– هو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري EPIC، حيث تم انشاء اول مكتب بريد بولاية المدية سنة 1888م والذي حمل اسم البريد المركزي بالمدية، وتبعه بعد ذلك انشاء مكتب البريد الموجود بقصر البخاري ذلك سنة 1909م بعده تم انشاء البريد الموجود بالبرواقية بتاريخ10 نوفمبر1912م، وبتاريخ 15 اكتوبر 1921م تم انشاء مكتب البريد بدائرة تابلاط، وتلاه مكتب البريد الموجود ببني سليمان المنشأ في اوت 1930م ومؤخرا تم انشاء اخر مكتب بريد بولاية المدية والمتواجد بحي مرج الشكير بعاصمة الولاية في جويلية 2019م، والجدير بالذكر انه يوجد بولاية المدية 92 مكتب بريد، حيث يتكون البريد المركزي بولاية المدية فقط من 29 موظف وتتشكل من 10 مصالح والموضحة كالتالي[1]:

1–رئيس المؤسسة: وهو المسؤول الأول والمباشر عن تسيير المؤسسة والسير الحسن لجميع المصالح وهو مسؤول كذلك عن الأموال الموجودة في الصندوق.

2–رئيس القسم: وهو المشرف على مراقبة جميع مصالح المؤسسة كما يعمل على :

- تشكيل فريق عمل فعال؛
- مراقبة الحضور؛
- مراقبة العلاقات المهنية بين الأعوان؛
- مراقبة جودة الخدمة؛
- تنظيم علاقة التعاون بين الشبابيك؛
- كما ينوب رئيس المؤسسة في حالة غيابه.

3–الصندوق: يتم على مستوى هذه المصلحة طلب الأموال والطوابع من القباضة الرئيسية بولاية المدية وتسليم الأموال إلى المكاتب الملحقة وأعوان الشبابيك بالمؤسسة.

4–الأمانة : يشرف أعوان الأمانة على البريد الصادر والوارد للمؤسسة ويقوم بتسجيله في السجل الخاص بدراسة ملفات طلبات فتح الحسابات الجارية وبعد التأكد من صحتها ترسل لسعاة البريد لتأكد من الهوية الطالب وعنوانه ويمضي عليها وترسل إلى مراكز الصكوك البريدية.

- كما توجد بمكتب الأمانة الشباك الآلي التابع لبريد الجزائر GAB، فأعوان الأمانة هم المسؤولين على تعبئة هذا الشباك ومراقبته.

[1] فتحي بوعلامي، رئيس مصلحة الشبابيك، مقابلة شخصية بتاريخ 2020/05/17.

– المحافظة على أرشيف المؤسسة.

– يعمل على متابعة الاحتجاجات الخاصة بالحوالات التي يقدمها الزبائن حيث يقوم الزبون بملأ ورقة الاحتجاج مقابل دفع مبلغ100,00دج وبعد ذلك يقوم العون بمتابعة الحوالة إذا كانت صادرة أو تسديد في المؤسسة ويقوم بالتحري الدقيق، أما إذا كانت تسدد في مؤسسة أخرى أو صادرة من مؤسسة أخرى فيرسل إليها ليقوم بعملية المتابعة.

– يقوم بعملية المقاصة الإلكترونية للصكوك البنكية.

5–المحاسبة : يقوم على مستوى هذه المصلحة بتقسيم المهام بين الأعوان المحاسبة

فالقسم الأول يكون مسؤول على حساب بريد رئيس المؤسسة، حيث يعمل على توقيف الحسابات اليومية مع الأعوان في الدفتر.

أما القسم الآخر فهو مسؤول على مراقبة حركة الأموال وذلك بتسجيل كل ما يتعلق بحساب رئيس المؤسسة في دفتر الحساب الجاري لرئيس المؤسسة CH60BIS(صك 60مكرر)،

6–مصلحة البرق : ويتم في هذه المصلحة إرسال و إستقبال البرقيات الرسمية والعادية.

7–مصلحة تفتيش الشبابيك : والتي تنقسم بدورها إلى مفتش مركز المالي ومفتش مركز التلخيص

7–1–مفتش المركز المالي : وهو الذي يشرف على مراقبة سير العمليات في الشبابيك والتأكد من سلامته ويقوم في نهاية اليوم جمع الصكوك المسددة وحساب مبالغها ليزود مكتب الصندوق بقيمة الحساب الجاري، ليقوم هذا الأخير بتسجيله في سجله.

7-2–مفتش مركز التلخيص : حيث يشرف على مراقبة العمليات في الشبابيك وفي لآخر النهار يقوم بمراقبة الحوالات المسددة وتطابق مبلغها مع المبالغ الموجودة في اللائحة 1427وكذا فوتير الهاتف والكهرباء وقسيمة السيارات وخدمة إرسلي والتأكد من مطابقة مبلغها مع المبلغ الموجودة في اللائحة 1421.

8– مصلحة الشبابيك : وتتكون هذه المصلحة من 09 شبابيك غالبا لا تشغل كلها نظرا لنقص السيولة بالإضافة إلى وجود شبابيك غير مستمرة فتكون في العادة مرة كل سنة كبيع قسيمة السيارات كما يزيد أو ينقص عدد الشبابيك حسب عدد الخدمات المقدمة ويتواجد على مستوى هذه المصلحة مجموعة من الأعوان.

المكلفين بالزبائن : وهم الأفراد الذين يقومون بتقديم مختلف الخدمات للزبائن لتلبية حاجاتهم ورغباتهم مثل عملية السحب أو إيداع أموال الحوالات ...وغيرها.

9– مصلحة الاستعلامات : بها نوعان من الأعوان النوع الأول تكمن وظيفتهم في الإرشاد وتوجيه الزبائن والاستعلام عن بعض المعلومات، والنوع الثاني فيتمثل في رجل الأمن وهذا للتدخل في حالة حدوث أي طارئ[1].

10 – مفتش الفرز : ويتم على مستوى هذه المصلحة مراقبة سير العمل في الغرف الثلاثة التالي وهي غرف المالية

[1]فتحي بوعلامي، رئيس مصلحة الشبابيك، مقابلة شخصية بتاريخ 2020/05/17.

غرفة الشحن وغرفة الموزعين.

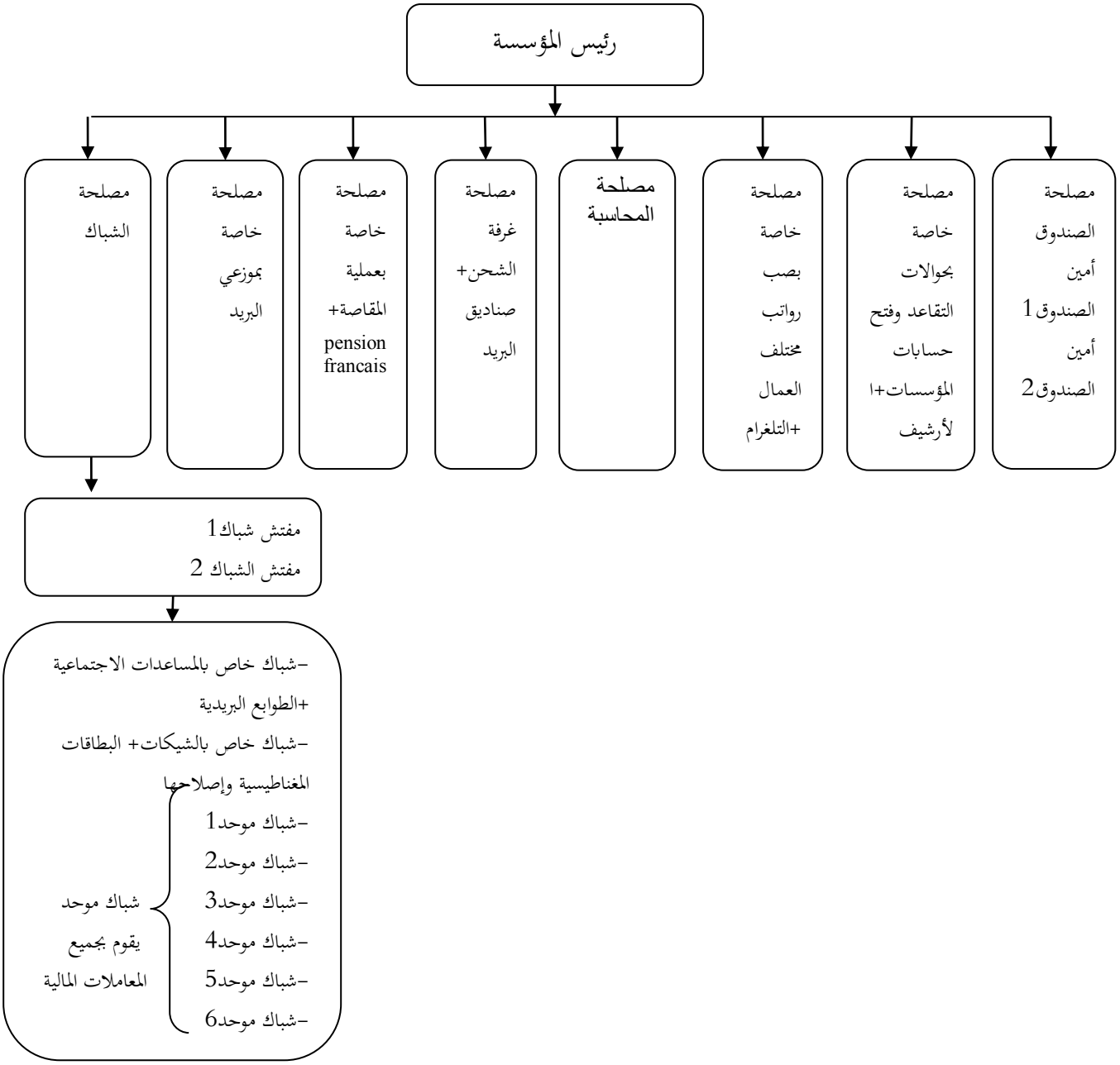
غرفة الشحن : وهو مكتب مسؤول على فتح الأكياس وفرز الرسائل ثم يتم تأكد الأعوان من أن ما بداخل الكيس يتوافق مع المبلغ المسجل في البيان.

غرفة المالية : ويتم على مستوى هذه الغرفة ترتيب وتنظيم الحوالات البريدية، ثم تسليمها للموزعين مع مبلغها إجمالي ليقوم هم الأخرين بتسليمها للمستفيدين في مقر إقامتهم، وهي حوالات مؤمنة لا تدفع في مقر الإقامة وترسل مباشرة إلى شباك الحوالات ويتم إشعار صاحبها يتقدم إلى الشباك لاستلامها.

غرفة الموزعين : وهي غرفة خاصة بالموزعين وبها مخطط الأحياء التي يتم توزيع الرسائل بها[1].

[1] فتحي بوعلامي، رئيس مصلحة الشبابيك، مقابلة شخصية بتاريخ 2020/05/17.

الشكل رقم:05 (الهيكل التنظيمي – مكتب بريد: المدية ولد امام–)



المصدر: وثائق مقدمة من طرف مؤسسة البريد الجزائر– المدية –

المطلب الثالث: الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر –المدية–

تقدم مؤسسة بريد الجزائر مجموعة من الخدمات يمكن تصنيفها[1]:

اولا: خدمات مالية

1–خدمة الحساب البريدي الجاري(ccp):

وهي أكثر الخدمات اقبالا وأهمية لدى الزبون، تأخذ حصة الأسد بالنسبة لمختلف الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر، حيث انه لا يمكن لأي شخص جزائري يعمل في مؤسسة عمومية أن يتخلى عن هذه الخدمة، فكل زبون يملك حساب بريدي جاري يمكنه سحب مبلغ معين من رصيده أو الاستعلام عنه في أي مكتب من مكاتب البريد المنتشرة عبر التراب الوطني وهذا لوجود شبكة واسعة تربط بين مختلف مؤسسات البريد وتتم عملية السحب وفق شروط معينة:

– يجب ان لا تتعدى قيمة السحب 30000.00دج إذا كانت عملية السحب عن طريق بطاقة ch25،على ان تكون بالمكتب البريدي المتواجدة به هذه البطاقة، حيث لا يقوم العون بمراقبة تطابق الإمضاء ch25 الذي فتح به الحساب لأول مرة.

– إذا كانت قيمة السحب اكثر من 30000.00دج بالنسبة لصاحب الحساب فيقوم العون بمراقبة تطابق الإمضاء على ch25 وهذه عملية تسمى بالسحب على المنظور، بالإضافة إلى خدمة السحب والاستعلام على الرصيد يمكنه طلب دفتر الصكوك وكل هذه الخدمات يمكن أن تتم بطريقة الأكثر سرعة وحداثة، وهي باستعمال الشبابيك الآلية للأوراق النقدية GAB باستخدام البطاقة الذهبية ccp وهذا لتوفير الوقت والجهد.

2– خدمة الحوالات: وهي عدة أنواع:

– الحوالات البطاقية: تحمل الرقم(1406): ويسمح هدا النوع من الحوالات للزبون بالإرسال إلى شخص آخر مبلغ مالي معين وغير محدود عبر كامل التراب الوطني.

– الحوالات التليغرافية: تحمل الرقم(1412): وهذا النوع من الحوالات أصبح نادر الاستعمال، حيث يمكن للزبون إرسال الاموال بطريقة التلغراف.

–الحوالات البطاقية لتزويد الحسابات البريدية الجارية: تحمل رقم (1418): وهي تسمح للزبون بتزويد حسابه الجاري البريدي او حساب شخص اخر بمبالغ غير محدودة وهناك نوعان منها العادية التي ترسل عن طريق البريد ومنها ترسل عن طريق الدفع السريع باستخدام شبكة تدعى (vac).

[1] تم تلخيص الخدمات المقدمة من طرف بريد الجزائر –المدية– بناءا على المعلومات المستسقاة من:
الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، 22أكتوبر 2014.

-الحوالات الالكترونية (الاستلام السريع للأموال): بدأت هذه الخدمة في شهر ماي 2001 على مستوى 46 مكتب بريدي، اما على مستوى مؤسسة محل الدراسة فانطلقت سنة 2002 وتسمح هده الخدمة لزبائن البريد تحصيل الاموال الصادرة من اكثر من 190 بلد عبر العالم بالعملة الوطنية لدى مكاتب البريد في اجل قريب.

3- خدمات التوفير[1]

توفر مؤسسة بريد الجزائر بالتعامل مع البنك الوطني للتوفير والاحتياط عبر جميع مكاتب البريد العمليات التالية:

-فتح حساب التوفير مع تسليم الدفتر.

-دفع مبلغ غير محدود القيمة على مستوى المراكز البريدية.

-سحب الاموال آنيا مهما كان المبلغ على مستوى المكتب الحائز على حساب.

-سحب مبلغ لا يتجاوز 20000.00دج في باقي مكاتب البريد.

-تسوية الفائد.

وبالتالي يسمح لأي فرد فتح دفتر التوفير والاحتياط وذلك بتحرير طلب على المطبوعة رقم 01 لفائدة الشخص الراشد والمطبوعة رقم 01 مكرر بالنسبة للأطفال، ثم يحدد نوع الدفترLEB أوLEL يسلم له فالدفتر LEL هو الذي لا تقل الدفعة فيه على 5000.00دج ويتحصل على فوائد بنسبة 2%، اما دفتر LEPهو الذي لا تقل مبلغ الدفعة الاولى 10000.00دج ويتحصل على فوائد بنسبة 2.5% .

ثانيا: الخدمات البريدية

وهي خدمات متنوعة تتكون من:

1- خدمة الطرود البريدية: حيث تساهم جميع المكاتب الموزعة عبر التراب الوطني في عملية تبادل الطرود عبر كامل التراب الوطني والبلاد الاجنبية.

2- خدمة كراء صناديق البريد والخدمات البريدية: حيث تمنح للزبون صناديق بريدية للتاجر مقابل مبلغ اشتراك سنوي في مكتب بريدي مكلف بعملية التوزيع لدى الاشخاص الطبيعيين والمعنويين واصحاب المؤسسات المقيمين بالدائرة البريدية، يكون مبلغ الاشتراك للأفراد 1000.00دج اما المؤسسات 2400.00دج.

[1] تم تلخيص الخدمات المقدمة من طرف بريد الجزائر –المدية بناءا على المعلومات المستسقاة من:
الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، 22أكتوبر 2014.

ثالثا: الخدمات المؤدية لفائدة الغير:

تقوم مؤسسة البريد بإجراء عمليات تحصيل ودفع مختلفة لفائدة ادارات اخرى او مصالح عمومية.

1- وزارة المالية: دفع المعاشات الجزائرية والاجنبية وبيع الطوابع الضريبية، الجبائية، التغريمية وبيع قسيمة السيارات.

2- تحصيل لفائدة الزبائن الكبار: تشارك مؤسسة البريد في عملية تحصيل فواتير للزبائن الكبار مثل: اوراسكوم، اتصالات الجزائر، موبيليس، الجزائرية للمياه، سيال، سوسيتي جنرال، ستلام الجزائر، بنك البركة.

3- خدمة racimo: هي عبارة عن تحميل الكتروني الذي يوفر للزبائن الدفع المسبق لشركة موبيليس وهدا ما يسمى بالتعبئة الاتوماتكية.

4- خدمة ارسلي: توفر المؤسسة امكانية تعبئة رصيد هاتفك المحمول لخط موبيليس بدون دفع الرسوم.

رابعا: الخدمة عن بعد

1- الموزع الصوتي "1530": هذه الخدمة تسمح لزبائن بريد الجزائر الاتصال المباشر عبر الهاتف على الرقم "1530"ل:

-الاطلاع على الحساب البريدي الجاري.

-طلب فتر الصكوك.

-طلب الرقم السري.

-طلب مساعدة العاملة للاستفسار عن الخدمات النقدية.

2- الموزع الصوتي"9030": تسمح لزبائن بريد الجزائر بتعبئة حساباتهم المسبقة الدفع لموبيليس او حساب آخر من حسابكم الجاري ccpبكل مرونة وسهولة الاستعمال في اي وقت.

تصل الزبون رسالة قصيرة (sms) لتأكد له عضوية الانضمام الى الخدمة مع الرمز السري الشخصي، الثمن للتحميل هو100دج والثمن الاعلى هو2000دج يوميا، ويخصم من الحساب الجاري الدفع للزبون بالقيمة المعبئة بدون اقتطاع الرسوم.

3- خدمة الانترنت: موقع الانترنت www.poste.dz يسمح لزبائن بريد الجزائر ب:

- الاطلاع على الرصيد .
- طلب دفتر الصكوك .
- طلب الرقم السري اوتغيره.
- طلب بيان على الحساب.
- طلب ايقاف البطاقة البنكية في حالة الضياع أو السرقة.

- الاستعلام عن البطاقة البنكية اذا صنعت وفي أي مكتب بريد موجود[1].

المطلب الرابع: مقارنة بين الخدمة التقليدية والالكترونية

أولا: مقارنة بين استعمال الشيك والبطاقة الالكترونية[2]:

يعتبر الشيك أكثر وسيلة دفع تقليدية مستعملة في الجزائر وسنحاول تبيان الفرق بين الشيك والبطاقة الذهبية كما يلي:

-استخدام الطرق اليدوية على مستوى البريد يؤدي الى طوابير انتظار طويلة رغم توفر الوسائل التقنية ووسائل الاعلام الالي، اما استخدام البطاقة الذهبية مربح للوقت والجهد وسهولة الاستخدام.

-مشاكل في تسليم دفاتر الشيكات أما البطاقة الذهبية فبرسالة نصية في هاتف العميل يستطيع معرفة وصول بطاقته والتوجه الى البريد للحصول عليها.

-قد يستغرق الحصول على دفتر الشكات 14 يوما على الأكثر أما الذهبية تستغرق وقتا طويلا جدا وهذا ما يجعل الزبون في حالة استياء.

-الشيك قابل للاستعمال من حامله ويستعمل مع البريد فقط، أما البطاقة الذهبية خاصة بالبريد وشخصية وتستعمل حتى مع باقي البنوك.

-يمكن استخدام البطاقة الذهبية حتى خارج وقت العمل اما الشيك يستعمل الا في اوقات العمل.

-البطاقة الذهبية تمكن صاحبها من تحويل الاموال اما بالشيك فهذه العملية غير موجودة.

-البطاقة تمكن الزبون بالقيام بالعديد من العمليات كالسحب والدفع وتسديد فواتير وتحويل أموال أما الشيك فعملياته محدودة جدا.

ثانيا: مقارنة بين البطاقة المغناطيسية والبطاقة الذهبية:

لكل مستخدم لصك الحساب البريدي الجاري له الحق في بطاقة السحب وتسلم له على مستوى مكتب بريد محل اقامته. وهناك نوعان من هذه البطاقات: الذهبية والكلاسيكية، وسنحاول هنا تبيان الفرق بين هاتين البطاقتين كما يلي:

-من حيث المبلغ المسحوب فالمبلغ المسحوب من الذهبية عبر الصراف الالي يقدر ب: 50000.00 دج أما المبلغ المسحوب من الشباك يقدر ب200000.00دج، أما الكلاسيكية فالمبلغ المسحوب من الصراف الالي يقدر ب20000.00 دج ومن الشباك20000.00 دج، اما حاليا فالبطاقة الكلاسيكية لا تعمل في الصراف الالي.

-ومن حيث طلب البطاقة، فالبطاقة الذهبية يتم الطلب عليها فرديا عبر الانترنت، أما الكلاسيكية يتم طلبها عبر مركز البريد.

[1] www.algerie-poste.html, 05/06/2019

[2] فتحي بوعلامي، رئيس مصلحة الشبابيك، مقابلة شخصية 2020/05/17.

-البطاقة الكلاسيكية يستطيع صاحبها تغيير الرقم السري أوفي حالة ضياعها يتم تجديد الرقم السري في ظرف شهرين، أما بالنسبة للبطاقة الذهبية ففي حالة ضياعها يتم تجديد البطاقة كلية.

-يستطيع صاحب البطاقة الذهبية القيام بمدفوعات من دول أخرى، حيث نلاحظ أنه يوجد ثلاث ارقام موجودة في الوجه الخلفي للبطاقة، عند الدخول الى مواقع عالمية للقيام بعمليات شراء يتم طلب هاته الأرقام الثلاث، أما الكلاسيكية فلا يمكن القيام بهذه العملية عن طريقها.

المبحث الثاني: عموميات حول البطاقة الذهبية

بطاقة الدفع الالكترونية (الذهبية)، هي خدمة جديدة توفرها مؤسسة بريد الجزائر لفائدة زبائنها، تعتمد على الوسائط الالكترونية المتمثلة أساسا في الأنترنت والشبابيك النقدية لبريد الجزائر (GAB) ونهائيات الدفع الالكتروني (TPE).

المطلب الأول: ماهية البطاقة الذهبية

أولا: تعريف البطاقة الذهبية[1]

البطاقة الذهبية هي بطاقة دفع الكتروني اطلقها بريد الجزائر في جانفي 2017 بهدف تسهيل الحياة اليومية للمواطن، تتيح هذه البطاقة الجديدة لحاملها امكانية اجراء مختلف انواع المعاملات المالية عن بعد عبر الانترنت، دون التنقل الى مكاتب البريد كتسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالمياه والكهرباء، تسديد قيمة المشتريات لدى التجار الذين يملكون نهائيات الدفع الالكتروني،...الخ.

كما تسمح باقتناء مختلف المنتجات والاغراض المتوفرة بفضاء "بريدي نت"، هذا الاخير الذي يعتبر فضاء تجاريا الكترونيا تم تصميمه حسب المعايير المعروفة عالميا كي تعرض عبره منتجات وخدمات كثيرة ومتنوعة، وستشمل خدمة الدفع الالكتروني لبريد الجزائر مستقبلا على خدمة دفع الوقود بعد تحميل تطبيق " نافطال".فضلا عن ذلك فالبطاقة تمكن صاحبها من استخراج الاموال بالموزعات اللآلية GAB والشبابيك داخل المكاتب البريدية.

[1] www.poste.dz,17/05/2020



الذهبية بطاقة تجمع بين الامان والعملية حيث تستعمل في دفع وسحب الأموال،وتعمل بنظام ال EMV المتعارف عليه دوليا لتامين بطاقات الدفع، فبواسطة هذا النظام يمكن لحاملي البطاقات اجراء مختلف عمليات سحب ودفع الاموال على حساباتهم البريدية الجارية بكل امان، ومن اهم مميزات البطاقة الذهبية عملها بمعيار يحمي ويؤمن حسابات الزبائن بعد ان يتم التأكد من حقيقة هويتهم في العالم الافتراضي اين يتم ادخال الرمزي السري الخاص بنظام الترميز والذي من خلاله يتم التأكد من هوية مستعملي البطاقة، ومؤخرا اصبح الدفع الالكتروني لجميع خدمات الخطوط الجوية الجزائرية عن طريق البطاقة النقدية الذهبية لبريد الجزائر[1].

ثانيا: خدمات البطاقة الذهبية

بالنسبة للخدمات التي تقدمها البطاقة فهي[2]:

-الاطلاع على الحساب البريدي الجاري وهذا من خلال الرسائل القصيرة التي تصل الزبون خلال الدفع او السحب من خلال التطبيق notificatin par sms الذي أطلقه بريد الجزائر.

-تحويل الاموال من حساب لحساب اخر وهذا باستعمال تطبيق بريدي موب الذي أطلق حديثا. اوعن طريق الموزع الالي للأوراق النقدية GAB لمبلغ يصل الى 200000.00دج يوميا .

- سحب الاموال من ماكينات بريد الجزائر والبنوك وتسمح البطاقة الذهبية للزبون بسحب مبلغ 50000.00 دينار جزائري من الموزع الالي GAB بعدما كان المبلغ المسموح 20000.00 دينار جزائري في السابق باستعمال البطاقة المغناطيسية السابقة فيما يمكن للزبون سحب مبلغ يصل الى 200000.00 دينار جزائري باستعمال البطاقة الذهبية في الشبابيك.

-دفع الفواتير عبر الانترنت.

[1] www.poste.dz, 13/04/2020.
[2] https://edcarte.poste.dz,17/05/2020.

-تعبئة الهاتف النقال.

-تعبئة الحساب من البنك.

- خدمة بريدي نت (مكتب البريد عن بعد) هو عبارة عن مكتب بريدي الكتروني يمكن ايجاده عبر موقع الأنترنت لبريد الجزائر، يمكن للمواطن أن يستعمل " بريدي نت" للحصول على العديد من الخدمات المالية والبريدية وحتى التجارية...،كالانضمام الى مختلف خدمات البريد واقتناء مختلف السلع والمنتوجات المعروضة، كما يمكن للمواطن من منزله مباشرة وبدون التنقل الى المكاتب البريدية أن يفتح حساب بريدي جاري جديد، الاطلاع على رصيد الحساب البريدي لجاري، طلب البطاقة الجديدة الذهبية، دفع الفواتير (الماء السيال، الغاز، الكهرباء سونلغاز والهاتف) عبر الانترنت واقتناء مختلف المنتوجات عبر المحل التجاري عبر النت.

- المتجر الالكتروني هو عبارة عن محل تجاري الكتروني موجود عبر موقع بريد الجزائرwww.poste.dz، تحديدا في نافذة بريدي نت، اين يمكن للزبون ان يشتري مختلف السلع المعروضة للبيع باستخدام الذهبية.

ثالثا: تكاليف البطاقة الذهبية[1]

تكلفة البطاقة هي 350 دينار جزائري لسنتين وهي نفس القيمة لتجديد وتبديل البطاقة، تغيير كود(PIN) تكلفته 200 دينار جزائري، السحب من ماكينات بريد الجزائر 30 دينار والسحب من ماكينات البنوك مقابل 35 دينار، الدفع عبر الانترنت مجاني، تعبئة الرصيد 10 دينار + ثمن SMS، كشف العمليات العشرة الاخيرة مقابل 10 دينار جزائري.

المطلب الثاني: طلب البطاقة الذهبية

للحصول على الذهبية، على المواطن أن يقوم بطلبها عن طريق الانترنت حيث يمكن لكل شخص له حساب بريدي جاري الحصول عليها وذلك باتباع الخطوات التالية[2]:

-الولوج الى الموقع الالكتروني وطلب البطاقة من الموقع الرسمي www.poste.dz.

-الولوج الى المكتب البريدي الافتراضي (بريدي نت).

-اختيار خدمة طلب البطاقة الذهبية.

-الضغط على أدخل ENTER لطلب البطاقة.

-ملأ الاستمارة الخاصة بالمعلومات الشخصية (الاسم، اللقب، العنوان الالكتروني، رقم الهاتف النقال) كما هوموضح في الشكل التالي:

[1] www.poste.dz,20/04/2020.
[2] www.poste.dz,17/05/2020.



بالنسبة لرقم (RIP) تجده مكتوبا في الشيك الخاص بحسابك البريدي، كما هوموضح في الشيك التالي:



ويكمل المواطن ملأ الاستمارة بالمعلومات الباقية(الولاية، الدائرة، البلدية، والرمز البريدي الخاص بمنطقته حيث أن لكل بريد رمز خاص به مثلا رمز البريد المركزي لولاية المدية هو26000، والعنوان البريدي والالكتروني، ورقم الهاتف كما هوموضح في الشكل أدناه[1]:

[1]www.poste.dz,17/05/2020.



وفي نهاية الاستمارة الموجودة في الموقع نجد خانة موضوع فيها عدد معين من الأسئلة فتقوم بإختيار ما يناسبك منها وتقوم بالإجابة عليه في الخانة الثانية، وبعدها يقوم طالب الاستمارة بإدخال الرمز الذي يظهر في الصورة ويقوم بالضغط على زر الموافقة والخطوات موضحة في الشكل التالي:



وبمجرد قبول الطلب بعد التأكد من المعلومات الشخصية يصل المواطن رقم سري ذواستعمال واحد على هاتفه النقال عبر رسالة قصيرة، ويقوم بإدخال رمز الرسالة الواردة بسرعة في خانة طلب التأكيد ليتم التأكد من هوية الشخص كما هوموضح في الشكل[1]:

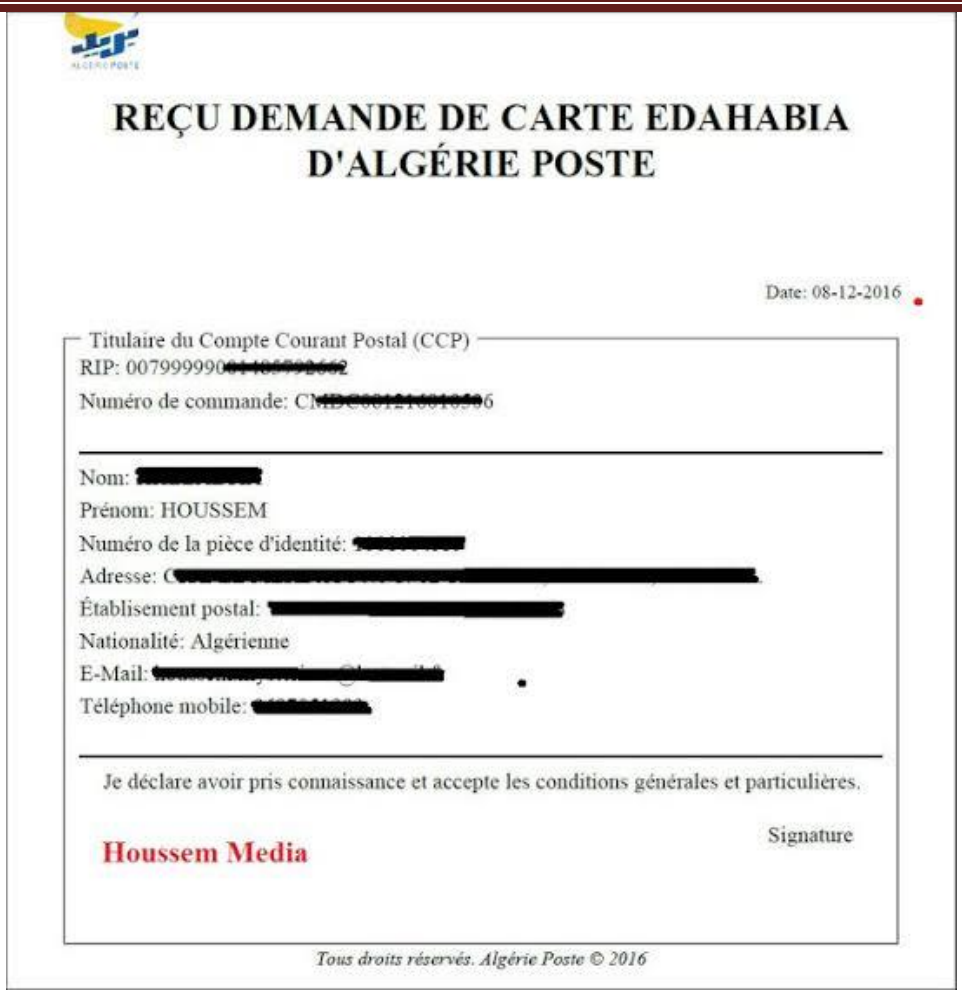
[1] www.poste.dz,17/05/2020.



بعد إدخال الرقم السري و تأكيد العملية يؤكد له عبر الانترنت قبول الطلب ويطمأن صاحب الطلب باستلامه للبطاقة عبر المكتب البريدي لمكان اقامته كما هوموضح في الشكل:



يحصل طالب البطاقة الذهبية على الوصل الذي يؤكد له قيامه بعملية الطلب كاملة ويقوم بطباعته، حيث تحتوي هذه الاستمارة عل التاريخ الذي تمت فيه عملية الطلب للبطاقة والمعلومات الشخصية الخاصة بطالب البطاقة، وهذه المعلومات موضحة في الشكل أدناه:



REÇU DEMANDE DE CARTE EDAHABIA D'ALGÉRIE POSTE

Date: 08-12-2016

Titulaire du Compte Courant Postal (CCP)

RIP: 00799990[redacted]

Numéro de commande: C[redacted]6

Nom: [redacted]

Prénom: HOUSSEM

Numéro de la pièce d'identité: [redacted]

Adresse: C[redacted]

Établisement postal: [redacted]

Nationalité: Algérienne

E-Mail: [redacted]

Téléphone mobile: [redacted]

Je déclare avoir pris connaissance et accepte les conditions générales et particulières.

Signature

Houssem Media

Tous droits réservés. Algérie Poste © 2016

-ثم بعد الانتهاء من جميع هذه الخطوات ينتظر المواطن تلقي رسالة قصيرة عبر هاتفه النقال تعلمه بالتقدم للمكتب البريدي من أجل استلام البطاقة الذهبية.

-يتنقل المواطن الى المكتب البريدي لمكان اقامته مصحوبا ببطاقة التعريف الوطنية ليستلم البطاقة الذهبية وكذا الرقم السري لاستعمالها الذي سيتطلب منه ادخاله في عديد العمليات المجراة عن طريق البطاقة[1].

[1] www.poste.dz,17/05/2020.

بعض الشروط في التعامل بالبطاقة الذهبية[1]:

أولا: مسؤوليات صاحب بطاقة الدفع الإلكتروني

يعتبر صاحب البطاقة مسؤولا عما يلي:

1-استعمال بطاقته بعناية:

من خلال حملها معه أو حفظها في مكان آمن. كما يمنع صاحب البطاقة منعا باتا من إعارتها أو منحها نحو شخص آخر. بطاقة"الذّهبية" موجهة للاستعمال الشخصي فحسب، وتخص فقط العمليات المذكورة في (المادة 2) من هذا العقد. لا يجوز لصاحب البطاقة أن يجري عليها أي تعديل كان، وظيفيا أو ماديا، حتّى لا يعيق أداءها وأداء الشبابيك البنكية الآلية وأجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي ونهائيات الدفع الإلكتروني التي تشتغل عبرها.

2-استعمال الرقم السري وكلمة السر الخاصة بالدفع والحفاظ عليهما:

على صاحب البطاقة أن يحافظ على خصوصية الرقم السري وكلمة السر الخاصة بالدفع وعدم إخبار أيّ كان بهما. كما يتوجب عليه ألاّ يدوّنهما على بطاقته أو أيّ وثيقة أخرى، ويتعين عليه أيضا أن يكون في منأى عن أعين الفضوليين أثناء تشكيله لهما عند إنجازه لمختلف العمليات.

صاحب البطاقة مسؤول كذلك عن جميع العمليات المنجزة بواسطة بطاقته على مستوى الشبابيك البنكية الآلية، أجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي، نهائيات الدفع الإلكتروني، عبر الهاتف النقال و/ أو عمليات الدفع عبر شبكة الإنترنت.

صاحب البطاقة مسؤول عن النتائج الناجمة عن طلبه إنهاء استعمال بطاقته، أو فسخ العقد الخاص بها.

ثانيا: التزامات صاحب بطاقة الدفع الإلكتروني

يلتزم صاحب البطاقة بما يلي:

استعمال بطاقته للدفع الإلكتروني خلال فترة صلاحيتها.

تقبّل الاقتطاعات التلقائية الخاصة بامتلاك البطاقة وكل الاقتطاعات الأخرى المطبقة على مختلف العمليات المنجزة بواسطة البطاقة.

الاطلاع على الشروط العامة للبيع المعروضة من طرف التجار والتجار عبر المواقع الإلكترونية.

التأكد عند إنجاز كل عملية من عمليات الدفع عبر شبكة الإنترنت، مع تحمل المسؤولية كاملة، عن كون المواقع الإلكترونية المستخدمة مؤمنة. ويتم التعرف على المواقع المؤمنة من خلال قراءة العنوان الإلكتروني «https://:» عوضا عن العنوان http://:، وأن يكون العنوان مسبوقا برمز على شكل قفل مغلق.

التأكد بشكل مسبق عند إنجاز عمليات الدفع، مع تحمل المسؤولية كاملة، عن توفر رصيد كاف بالحساب، والاحتفاظ بهذا الرصيد الكافي إلى غاية إجراء الاقتطاعات المواتية على الحساب.

[1] https://edcarte.poste.dz ,20/05/2019.

في حال كون رصيد الحساب غير كاف، يتحتم على صاحب البطاقة تعويض قيمة العمليات المنجزة ودون أي تأخير لفائدة بريد الجزائر.

إقرار صاحب البطاقة وقبوله لجميع العمليات المنجزة بواسطة بطاقته عبر شبكة الإنترنت و/ أوعبر الهاتف النقال.

الاحتفاظ بتذكرة أوبوصل كل عمليات الدفع الإلكتروني المنجزة إلى غاية انقضاء صلاحية الآجال المحددة للشكاوى، وهي الآجال المذكورة في(المادة 12) من هذا العقد.

تسوية قيمة شراء السلع و/ أو الخدمات في حال النزاعات التجارية.

إعلام صاحب البطاقة بريد الجزائر ودون أي تأخير، بأي تعديل يجريه على البيانات التي سبق له وأن دونها على استمارة طلب الحصول على بطاقة الدفع الإلكتروني، وخصوصا منها رقم هاتفه النقال.

اطلاع صاحب البطاقة وبصفة منتظمة على رصيد حسابه بواسطة الوسائل الموضوعة تحت تصرفه.

إعلام صاحب البطاقة بريد الجزائر، ودون أي تأخير، عن أي استعمال غير عادي لبطاقته.

طلب تقييد البطاقة مباشرة وإبطال استعمالها لدى بريد الجزائر، دون أدنى تأجيل، في حال ضياعها أو سرقتها أو استعمالها للتزوير أوفي حال الاستخدام المشبوه للبيانات المتعلقة باستعمالها(المادة 13).

السماح لبريد الجزائر باسترجاع أي بطاقة تمّ تجميدها أو إلغاؤها، أو أي بطاقة ضائعة أو مسروقة يتم العثور عليها وأيضا أي بطاقة مدوّنة بالقائمة السوداء.

السماح لبريد الجزائر بتبليغ الجهات المختصة بكل البيانات الضرورية التي من شأنها أن تساعد في مكافحة التزوير وتبييض الأموال.

ثالثا: مسؤولية بريد الجزائر

بريد الجزائر مسؤول عن الخسائر المالية المباشرة التي يتعرض لها صاحب البطاقة والناجمة عن أي خلل يطرأ على النظام بشكل مباشر.

في حال إبلاغ بريد الجزائر الزبون صاحب البطاقة مسبقا بوجود خلل تقني بالنظام، عبر بلاغ مرئي بالجهاز الإلكتروني المستعمل أو عبر أي وسيلة أخرى، فإنه لا يعتبر مسؤولا بتاتا عن أي خسارة ناجمة عن هذا الخلل.

في حال اكتشاف بريد الجزائر لأي خطر كان، يتعلق بأمن الخدمة، فإنه لديه الحق في أن يوقف الخدمة تماما، وذلك حفاظا منه على مصلحة الزبون من هذا الخطر وإلى غاية إصلاح الخلل، ويتعلق الأمر هنا بالخصوص بالخدمات المرتبطة بشبكة الإنترنت. لا يتحمل بريد الجزائر أي خسارة محتملة ناجمة عن انقطاع الخدمة.

لا يمكن اعتبار بريد الجزائر مسؤولا عن أي خلل وظيفي أوعن أي تشغيل سيء للخدمات لأسباب خارجة عن نطاقه، لا سيما منها:

أي خلل معين لدى صاحب البطاقة

أي خلل وظيفي معين في أجهزة وشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية

الانقطاع في الخدمة نتيجة حوادث عرضية أو نتيجة قوة قاهرة.

أي سبب آخر من شأنه أن يعرقل الأداء العادي للخدمات[1].

لا يمكن لبريد الجزائر أن يلتزم بأي مسؤولية كانت إذا لم يحترم صاحب البطاقة شخصيا.

لا يمكن لبريد الجزائر أن يلتزم بأي مسؤولية كانت إذا تبين أن صاحب البطاقة قد ارتكب عملية تزوير.

عند الإنجاز الخاطئ لأي عملية، فإن مسؤولية بريد الجزائر تتمثل في تعويض المبلغ الأولي الذي تم اقتطاعه من حساب صاحب البطاقة.

رابعا: كيفيات استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني

يحدّد أقصى عدد للمحاولات المتتالية التي يجريها صاحب البطاقة وهو يشكل رقمه السري (PIN) بثلاث (03) محاولات. حيث وبعد المحاولة الثالثة غير المجدية يتم حجز أو توقيف البطاقة، حسب نوع الجهاز الإلكتروني المستعمل.

أي بطاقة يتم حجزها عبر أحد الشبابيك الآلية المثبتة لدى بريد الجزائر لا تعاد إلاّ لصاحبها، دون غيره، حيث يمكن لصاحبها أن يسترجعها على مستوى مكتب البريد صاحب الشباك الآلي، وذلك بعد التأكد من هويته في حال ما إذا كانت البطاقة غير متوقفة.

أي بطاقة يتم توقيفها على مستوى جهاز إدخال الرقم السري أو عبر نهائي الدفع الإلكتروني لا يمكن إعادة تشغيلها إلا بعد استعمالها في عملية لسحب الأموال عبر شباك آلي.

يحدّد أقصى عدد للمحاولات المتتالية التي يجريها صاحب البطاقة وهو يشكل كلمة السر الخاصة بعملية الدفع بثلاث (03 محاولات). حيث وبعد المحاولة الثالثة غير المجدية سيتسبب صاحب البطاقة في توقيف بطاقته بالنسبة لجميع المواقع الإلكترونية التجارية.

يسمح بإنجاز عمليات السحب والدفع والتحويل الإلكتروني للأموال في حدود المبالغ القصوى المحددة في الشروط الخاصة من هذا العقد.

بالإمكان إنجاز عمليات سحب الأموال إلكترونيا عبر أجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي، مقابل تقديم مطبوع SFP1 ووثيقة إثبات هوية سارية الصلاحية.

يتم إنجاز عمليات الدفع حسب الشروط والأحكام السارية للتجار والتجار عبر المواقع الإلكترونية.

يتم اقتطاع المبالغ الخاصة بالعمليات المنجزة بواسطة بطاقة الدفع الإلكتروني بصفة مباشرة من الحساب المرتبط بالبطاقة.

بإمكان بريد الجزائر أن يخصم من الحساب وبصفة فورية قيمة العمليات المنجزة بواسطة البطاقة حتى في الحالات التالية: وفاة صاحب البطاقة، فقدان صاحب البطاقة أو صاحب الحساب للأهلية القانونية، خلل وظيفي بالحساب،

[1] https://edcarte.poste.dz,20/04/2020.

غلق الحساب أوفي حال سحب بريد الجزائر لبطاقة الدفع الإلكتروني من صاحبها[1].

تم تحديد الشروط الخاصة كالتالي[2]:

الجدول رقم :04:(رسوم وأسعار استعمال البطاقة الذهبية)

الرسم / السعر	التعريفة المطبقة (دج)
صناعة البطاقة، تجديدها واستبدالها	350.00
إعادة إعداد الرقم السري (PIN)	200.00
الشكاوى غير ثابتة الصحة	100.00
الاعتراض المؤقت أوالنهائي عن البطاقة	30.00
تجميد البطاقة	30.00
إشعار برسالة قصيرة	10.00

الجدول رقم:05(العمليات المنجزة بواسطة بطاقة "الذهبية")

العملية المنجزة	التعريفة المطبقة
سحب الأموال عبر الشبابيك البنكية الآلية لبريد الجزائر	30.00
سحب الأموال عبر الشبابيك البنكية الآلية للبنوك	35.00
سحب الأموال عبر جهاز إدخال الرقم السري PINPAD	تسعيرة ثابتة بقيمة 18 دج يضاف إليه: 2 دج عن كل 1000 دج أوكسر 1000 دج وحتى 18.000. دج ما يفوق 18.000 دج، 3 دج عن كل 1000 دج أوكسر 1000 دج، وحتى 1000.000 دج ما يفوق 1000.000 دج، 6 دج عن كل 1000 دج أوكسر 1000 دج تضاف إلى التعريفة الخاصة بـ1000.000 دج الأولى.

[1] https://edcarte.poste.dz, 17/05/2020.
[2] https://edcarte.poste.dz, 20/05/2019.

الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر	مجانا
الدفع عبر شبكة الإنترنت	مجانا -سعر الرسالة النصية القصيرة(SMS)
تعبئة رصيد الهاتف النقال	10.00 دج + سعر الرسالة النصية القصيرة (SMS)
تحويل الأموال	إضافة 12 دج وحتى 10.000 دج، ما يفوق 10.000 دج وكسر 10.000 دج، تضاف 3 دج إلى التعريفة الخاصة بـ10.000 دج الأولى.

الجدول رقم :06 (عمليات الخدمة المالية الذاتية المنجزة بواسطة بطاقة "الذهبية")

نوع العملية	التعريفة المطبقة (دج)
إعداد الكشف الخاص بالعمليات العشر (10) الأخيرة المنجزة على الحساب	10.00
الاطلاع على الرصيد	10.00
إعداد كشف التعريف البريدي RIP	مجانا
طلب دفتر الصكوك	مجانا

الجدول رقم: 07(الحدّ من قيمة العمليات المالية المنجزة بواسطة البطاقة)

نوع العملية	التردّد
سحب الأموال عبر الشبابيك الآلية لبريد الجزائر	يوميا
سحب الأموال عبر الشبابيك البنكية الآلية للبنوك	أسبوعيا
الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر	يوميا
الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني للبنوك	أسبوعيا
الدفع عبر شبكة الإنترنت	يوميا

*بعض التوصيات من أجل تأمين العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية[1]:

-احتفظوببطاقتكم بعناية عند حملها معكم، أوضعوها في مكان امن.

[1]https://edcarte.poste.dz ,20/05/2019.

-لا تتركوا أبدا بطاقتكم بداخل السيارة حينما تغادرونها، أو داخل غرفتكم بالفندق عد الخروج منها...الخ.

-لا تضعوا أبدا بطاقتكم ورقمكم السري مع بعضهم البعض عند حملهما معكم أو عند حفظهما في المنزل.

-لا تحفظو أبدا بطاقتكم وهاتفكم النقال مع بعضهم البعض.

-لا تخبروا أحدا برقمكم السري ولا تسجلوه على بطاقتكم أو على أي وثيقة أخرى.

-تأكدوا من كونكم تبحرون في شبكة الانترنت عبر مواقع الكترونية امنة وموثوقة، حتى تتفادوا تحميل البرمجيات الخبيثة دون علم منكم، والتي من شأنها أن تضر بخصوصيتكم وتسرق بياناتكم

-وأنتم تلجؤون الى مواقع الكترونية اخرى، لا تستعملوا ابدا كلمات السر ذاتها التي تستخدمونها في الدخول لخدمات بريد الجزائر.

-قبل الشروع في ادخال رقمكم السري عبر لوحة الشباك الالي أو عبر لوحة نهائي الدفع الالكتروني تحققوا من كونكم في منأى عن أنظار الفضوليين.

-في حال تسجيل أي خلل كان أو أي استعمال غير عادي لبطاقتكم الذهبية الخاصة بالدفع الالكتروني، وفي حال تسجيل أي خلل كان بحسابكم البريدي الجاري، فانه يتوجب عليكم اعلام بريد الجزائر بذلك، عن طريق الاتصال بالرقم 1530 والتقدم الى أي مكتب بريد دون أدنى تأخير.

المطلب الثالث: الأجهزة المساعدة للبطاقة الذهبية

اولا: جهاز الدفع الالكتروني TPE

لقد تعززت مؤسسة بريد الجزائر بمنظومة نقدية جديدة خاضعة للمقاييس الدولية والامنية، تمكن من ادماج باقة من الخدمات الالكترونية منها خدمة الدفع الإلكتروني، اذ تعتبر من بين الأولويات التي سطرتها السلطات العمومية عصرنة وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر، بالإضافة الى ان استخدام وسائل الدفع الالكتروني سيساهم في جلب الزبائن الجدد وفي ترقية صورتهم لدى الجمهور الواسع بالنظر الى المكانة الخاصة التي يحتلها المتعامل "بريد الجزائر" في الدائرة المالية الوطنية وهي المكانة التي تؤكدها المؤشرات التالية[1]:

-ما يفوق 21 مليون حسابا بريدي جاري.

-ما يفوق 4.5 آلاف مليار دينار سنويا تسحب من طرف الزبائن.

-اكثر من 5 ملايين زبون حامل للبطاقة النقدية "الذهبية"

-أكثر من 22000 شباك بخدمة الاعلام الالي، موزعين على ما يفوق 3800 مؤسسة بريدية.

كما يضمن بريد الجزائر للمتعاملين الاقتصاديين المتضمنين لنظام الدفع الالكتروني ما يلي:

-ضمان السرية والمعالجة الامنة والصدق والموثوقية والامان بخصوص عمليات تبادل البيانات.

[1] وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد الجزائر –المدية–

-التزويد بجهاز الدفع الالكتروني مع ضمان التثبيت والصيانة والتكوين باستخدامه.

-توفيرمجانية خدمة المرافقة وكذا خدمة التدريب على الاستخدام عند تثبيت الجهاز، مع توفير خدمة المساعدة.

1- الوثائق الضرورية لاقتناء الجهاز:

-نسخة من السجل التجاري.

-نسخة من بطاقة التعريف الجبائي.

-نسخة عن بطاقة هوية المسير أو المخول.

-صك بريدي مشطوب.

-على التاجر امتلاك حساب بريدي جاري تجاري خاص بالمؤسسة يتم دفع ملف الحساب البريدي التجاري في مؤسسة البريد الأقرب لعنوان المحل التجاري للتأشير عليه ومن ثم يرسل للقباضة الرئيسية عن طريق القابض أوعن طريق التاجر:

-نسخة من السجل التجاري.

-نموذج الامضاء ورقة توضح أسماء المسيرين الممضون في الشيك ورقة كل مسير ونموذج امضائه.

-التسمية أو الشهرة للمحل (تستخرج من السجل التجاري).

-نسخة من بطاقة التعريف الوطنية للمفوض أو المسير+ بطاقة اقامة

-وثائق أخرى تسلم في مكتب البريد وتملأ من طرف صاحب الحساب.

2- سعر بيع الجهاز ومكوناته[1]:

أ-سعر الجهاز: يقدر ثمن الجهاز ب 50000 دج خمسون ألف دينار جزائري يضاف اليها الضريبة على القيمة المضافة (19%) ليصبح الثمن الاجمالي 59500 دج تسعة وخمسون ألف وخمسمئة دينار جزائري (خمسة ملايين وتسعمئة وخمسين الف سنتيم)

ب-مكونات الجهاز:

-جهاز الدفع الالكتروني، جاهز للاستعمال.

-البطارية.

-مولد التزويد بالطاقة (الشاحن).

-شريحة التواصل GSM خاصة بالهاتف النقال لربط الجهاز الالكتروني.

-20 لفافة من ورق التذاكر والفواتير.

-دليل استعمال جهاز الدفع الالكتروني.

[1]وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد الجزائر – المدية –

3- صيغ اقتناء أجهزة الدفع الالكتروني:

أ-عقد بصيغة البيع بالإيجار:

-يستفيد التاجر من جهاز الدفع الالكتروني بعد امضاء العقد مقابل رسم شهري ب: 1983.73 دج (ألف وتسعمئة وثلاثة وثمانون دينار وثلاثة وسبعون سنتيم) يتم اقتطاعها تلقائيا من حساب التاجر لمدة 36 شهر ابتداء من الشهر السابع. يتحمل التاجر تكاليف الاتصال الشهرية الخاصة بشريحة موبيليس والمقدرة ي: 300.00 دج دون احتساب الرسوم ابتداء من الشهر السابع لمدة 36 شهر يعفى من دفع هذه التكاليف لمدة ستة أشهر اعتبارا من تاريخ التركيب وتشغيل جهاز الدفع الالكتروني.

-يعفى التاجر من تسديد أقساط جهاز الدفع الالكتروني وتكاليف شريحة الاتصال لمدة ستة الأشهر الأولى، وبدأ عملية الاقتطاع من الشهر السابع.

-يمنح التاجر 20 لفة ورقية الخاصة بالفواتير والتذاكر.

-يمنح للمتعامل الاقتصادي تكوينا فيكل ما يتعلق بجهاز وطريقة استعماله.

ب-عقد بصيغة البيع بالإيجار(معدل):

-يستفيد التاجر من جهاز الدفع الالكتروني بعد امضاء عقد لمدة سنة قابلة للتجديد مقابل رسم شهري ب: 800.00 دج (ثمانمائة دينار جزائري) يتم اقتطاعها تلقائيا من حساب التاجر ابتداء من الشهر الثالث، تتضمن تكاليف الاتصال الشهرية الخاصة بشريحة موبيليس والمقدرة ب:300.00 دج، زائد تكاليف التسيير والمقدرة ب :300.00 دج، بالإضافة الى تكلفة الانتماء الى النظام المعلوماتي والمقدرة ب :200.00 دج .

وقد ادرج هذا التعديل في هذه الصيغة في إطار التدابير الوقائية التي اتخذتها مؤسسة بريد الجزائر لمرافقة جهود مواجهة فيروس كورونا (كوفيد 19) وتعميم وسائل الدفع الالكتروني.

وجاء في بيان المؤسسة أنه "نظرا للحالة الاستثنائية التي تمر بها البلاد، والمتمثلة في انتشار فيروس كورونا (كوفيد 19)، وفي إطار جملة التدابير الوقائية التي اتخذتها مؤسسة بريد الجزائر، لا سيما تلك المتعلقة بتعميم وإتاحة وسائل الدفع الإلكتروني، يُنهى إلى علم التّجار والمتعاملين الاقتصاديين المرخص لهم بمزاولة نشاطهم خلال هذه الفترة، أنه يمكنهم الآن اقتناء أجهزة الدفع الالكتروني (TPE) لدى مؤسسة بريد الجزائر، مجانا ".

ويتم الحصول على هذه الأجهزة حسب البيان ذاته على مستوى مديرية بريد الجزائر لكل ولاية، بعد "استيفاء الإجراءات الإدارية الضرورية، وذلك في حدود الكميات المتوفرة".

وأبرزت مؤسسة بريد الجزائر أنه يتم " منح الأولوية " لتجار المواد الغذائية، والمخابز و الملبنات، ومحلات البقالة، والخضر والفواكه، واللحوم وكذا المواد الصيدلانية وشبه الصيدلانية بالإضافة إلى التجار والمتعاملين المتواجدين في الولايات "المعنية بالحجر الصحي الكلي أو الجزئي " .

وأضاف المصدر ذاته أنه "دعما" لهبة التضامن الوطنية، ومساهمة منها في حملة الوقاية من تفشي هذا الوباء، وبكونها مؤسسة مواطنة، "يقترح بريد الجزائر على التجار المذكورين الذين يقتنون جهاز الدفع الالكتروني، مجانية كل الخدمات المتعلقة بهذه الأجهزة، لمدة "شهرين (2) كاملين" من خدمات الاشتراك وهي " الاتصال بالشبكة المعلوماتية، والتثبيت والتشغيل، والتكوين في كيفية الاستعمال، والصيانة....الخ) إضافة إلى تزويدهم "مجانا بـ 20 حزمة لأوراق الطبع ".

وأشارت المؤسسة إلى أن أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) تُمكن أصحاب البطاقة الذهبية وكذا أصحاب بطاقة CIB من تسديد المقتنيات والخدمات عن طريق هذه البطاقة و"التقليل من مخاطر تداول السيولة النقدية والتنقل إلى مكاتب البريد لسحب الأموال".

وبهذه المناسبة دعت بريد الجزائر كافة زبائنها إلى ضرورة "الالتزام بقواعد الحماية والأمن وقواعد التباعد، إضافة إلى مساهمة كل الفاعلين في الجهد الوطني للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد 19) ومكافحته."

ج-عقد بصيغة البيع (الشراء):

-توقيع التاجر للعقد يعني قبوله لشروط الشراء ويتم توفير جهاز الدفع الالكتروني له مقابل: 50000.00دج مضافا اليها الرسوم لتصبح 59500.00 دج

-يتحمل التاجر تكاليف الاتصال الشهرية الخاصة بشريحة موبيليس والمقدرة ب: 300.00 دج دون احتساب الرسوم ابتداء من الشهر الأول من السنة الثانية.

-يعفى التاجر من دفع تكاليف الاتصال بالشريحة لمدة سنة كاملة ابتداء من تشغيل الجهاز.

-يمنح التاجر 20 لفة ورقية الخاصة بالفواتير والتذاكر.

-يمنح للمتعامل الاقتصادي تكوينا في كل ما يتعلق بجهاز وطريقة استعماله.

4- نسبة الرسوم المطبقة على العمليات[1]

الجدول رقم :08 (نسبة الرسوم المطبقة على العمليات في جهاز TPE)

مبلغ العملية	من 100 دج الى 5000 دج	من 5001 دج الى 30000 دج	من 30001 دج الى60000 دج	من 60000 دج الى 200000 دج
معدل العمولة حسب المبلغ	0.25% (HC)	0.20% (HC)	0.15% (HC)	0.10% (HC)
عمولة ثابتة لكل العمليات	01 DA/HT	01 DA/HT	01 DA/HT	01 DA/HT

المصدر: وثائق مقدمة من طرف مديرية وحدة بريد الجزائر-المدية -

-المبلغ الأقصى للرسوم على العملية هو: .200.00 دج بدون رسوم.

-المبلغ الأدنى لأي عملية يقدر ب: 100.00 دج

-المبلغ الأقصى لأي عملية وهو يقدر ب: 200000.00 دج (عشرون مليون سنتيم).

5- ملاحظات هامة حول الدفع الالكتروني

-يحدد أقصى عدد للمحاولات المتتالية الخاطئة التي يجربها صاحب البطاقة وهو يشكل كلمة السر الخاصة بعملية الدفع بثلاث (03 محاولات)، حيث وبعد المحاولة الثالثة غير المجدية سيتسبب صاحب البطاقة في توقيف بطاقته وفقا للحالتين:

-في حالة القارئ الالكتروني المتواجد على مستوى الشباك، في هذه الحالة يتم توقيف عمل البطاقة نهائيا، ويطلب من صاحبها طلب بطاقة اخري جديدة مرفوقة برقم سري جديد وهذا عبر اقرب مكتب بريدي .

-في حالة جهاز الشباك الالي للأوراق النقدية GAB، في هذه الحالة يتم إعادة تشغيلها فورا وذلك عبر أي مكتب بريدي .

-يتم انجاز عمليات الدفع حسب الشروط والأحكام السارية للتجار والتجار عبر المواقع الالكترونية.

-يتم اقتطاع المبالغ الخاصة بالعمليات المنجزة بواسطة بطاقة الدفع الالكتروني بصفة مباشرة من الحساب المرتبط بالبطاقة.

-بإمكان بريد الجزائر أن يخصم من الحساب وبصفة فورية قيمة العمليات المنجزة بواسطة البطاقة حتى في الحالات التالية: وفاة صاحب البطاقة، فقدان صاحب البطاقة للأهلية القانونية، خلل وظيفي بالحساب، غلق الحساب أوفي حال سحب بريد الجزائر لبطاقة الدفع الالكتروني من صاحبها.

[1] وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد الجزائر – المدية -

6- طريقة استخدام جهاز الدفع الالكتروني (TPE)[1]:

أ-كيفية المعاملة:

-قدم الجهاز للزبون لإدخال البطاقة الذهبية.

-ادخل قيمة المعاملات التي سيقوم الزبون بتسديدها.

-قدم الجهاز للزبون لإدخال الرقم السري بسرية تامة لإتمام العملية.

-اطبع نسختين من الوصل نسخة للزبون ونسخة احتفظ بها.

ب-أسباب رفض المعاملة:

-رصيد حامل البطاقة غير كافي.

-الحساب الجاري مغلق.

-البطاقة الذهبية متوقفة عن التشغيل أو منتهية الصلاحية.

-سحب البطاقة من الجهاز قبل اتمام العملية.

-عطب تقني في الاتصال.

-تجاوز الحد الاقصى المسموح به لحامل البطاقة.

-الرقم السري خاطئ، إذا أخطأت في ادخال الرقم السري ثلاث محاولات متتالية فان البطاقة تتوقف نهائيا عن التشغيل.

-خلل في قارئ البطاقة.

ج-الاستخدام والصيانة:

-احرص على التأكد من تشغيل ودوام اتصال جهاز الدفع الالكتروني بالشبكة قبل بداية العملية.

-تأكد من تزويد الجهاز بالأوراق.

-لا تستعمل سوى الورق الذي يزودك به البريد أو المتعامل المفوض، استعمال ورق غير مناسب يسبب في تعطيل الجهاز.

-ضع بانتظام الجهاز المحمول على قاعدته لشحن بطاريته.

-نظف جهاز الدفع الالكتروني بمنديل جاف، ولا تستخدم الماء أو المنظفات.

-ضع جهاز الدفع الالكتروني بعيدا عن الحرارة المفرطة، الاهتزازات، الغبار، الرطوبة والاشعاع الكهرومغناطيسي.

[1] وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد الجزائر – المدية –

ثانيا: الصراف الآلي GAB:

1- تعريف الصراف الآلي[1]:

هوكناية "ماكينة" مبرمجة تحتفظ فيها النقود بطريقة معينة، وتستطيع التعرف على البطاقة الخاصة بها، والسماح بإدخال مبلغ نقدي مغطى في رصيد حساب صاحب البطاقة، كما تتميز هذه الماكينة بسعة محددة من العملات، بحيث تعتبر خدمة للحالات الطارئة فضلا عن حفاظها على وقت الزبائن، بحيث يتم تقدير حجم المبالغ التي تسحب يوميا بدراسة متوسط حالات السحب، قياسا على سعة الالة، كما يمكن برمجة الماكينة بصورة تتيح صرف مبالغ محددة ومنع تكرار الصرف من الرقم عينه في اليوم الواحد.

وهو جهاز الكتروني مهمته القيام ببعض العمليات المالية الالكترونية، تحفظ فيه النقود بطريقة الية، وبكمية محددة من العملات لتسهيل اجراء عمليات السحب النقدي، يحمل هذا الجهاز رقم سري يمكن العميل من الحصول على بعض الخدمات مثل: طلب دفتر الشيكات، وذلك بهدف تقليل الجهد والحصول على هذه الخدمات حتى في خارج أوقات العمل الرسمية.

2- الخدمات التي يقدمها الصراف الالي:

-السحب النقدي للأموال.

-تحويل الأموال من حساب الى حساب.

-تخليص مختلف الفواتير.

-الحصول على البطاقات المدفوعة مسبقا مثل البطاقة التي تسمح بالدخول الى الانترنت.

-الاستفسار عن الارصدة والتحويل من الحسابات.

-طلب كشف حساب.

-تغيير الرقم السري.

-طلب دفتر شكات.

-تغيير رقم الهاتف .

3- مكونات الشباك الآلي:

تتكون ماكينة الشباك اللي مما يلي[2]:

-خزانة النقود: معدة بطريقة مؤمنة، لا يتم فتحها الا من قبل أشخاص مسؤولين يتم شحنها بأوراق نقدية من فئات معينة.

-طابعة صغيرة: تطبع الايصالات اللازمة للعمليات المطلوبة من الزبائن بالخطوات الواجب القيام بها والمعلومات التي

[1] اسيا بارش ، وسائل الدفع الالكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص: 45.

[2] ايمان بن مسعي، **واقع تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في البنوك التجارية**، مرجع سبق ذكره، ص ص:14-15.

يطلبها.

-شاشة ملونة: صغيرة الحجم بواسطتها يتم تسهيل اجراء العملية أو الباقات الائتمانية المعتمدة لهذه الغاية.

-قارئ البطاقة: فتحة مخصصة لإدخال البطاقات الممغنطة أو البطاقات الائتمانية المعتمدة لهذه الغاية.

-لوحة أزرار: وهي لوحة أرقام وعبارات يستعملها العميل لإتمام عمليته المالية.

-فتحة النقود: هي فتحة صغيرة تخرج منها النقود التي طلبها العميل بعد اجراء العملية الصحيحة وإذا كانت الكمية المطلوبة متوفرة في حسابه.

-صندوق البطاقات المصادر: وهو صندوق خاص لحفظ البطاقات التي صادرتها الماكينة من الزبون نتيجة أخطاء متكررة، تفاديا للتلاعب بالماكينة، أو نتيجة خلل في البطاقة.

-كاميرا: في بعض الأحيان يوجد كاميرات تصوير لأخذ صور الزبائن الذين يجرون العمليات، تحدد شخصيتهم وتحتفظ بصورهم وتاريخ اجراء العملية، ويتم الاحتفاظ بالصور في أرشيف خاص بكل أجهزة ATM.

-شبكة الكترونية: لتشغيل الصراف الالي وربطه بنظام المصرف وبشبكة الاتصالات المصرفية الممكنة داخل الدولة وخارجها.

4- مراحل عمل الصراف الآلي[1]:

يمر عمل الصراف الالي بعدة مراحل لتلبية العمليات البريدية المطلوبة وهي على النحو التالي:

ا-المرحلة الأولى: ادخال بطاقة مصرفية صادرة عن المصرف الذي لديه حساب العميل وتتكون هذه البطاقة من شريط ممغنط، وشريحة معدنية.

ب-المرحلة الثانية: يظهر على شاشة الصراف الالي عبارة أدخل رقمك السري ومن ثم يقوم العميل بإدخاله عبر الضغط على لوحة الأزرار المرقمة.

ج-المرحلة الثالثة: يقوم الصراف الالي بفحص البطاقة من خلال البيانات المخزنة عليها، ويقرأ الرقم السري الذي تم ادخاله.

د-المرحلة الرابعة: يرسل الصراف الالي تلك المعلومات المشفرة عبر شبكة الربط الالكترونية، الى مركزي يسمى المحول Swith الذي يخزن المعلومات والبيانات الصحيحة المقدمة من البريد حول تلك البطاقات.

هـ-المرحلة الخامسة: بعد التأكد من صحة البطاقة والرقم السري يتم التصريح للزبون باختيار الخدمة التي يود إجراءها.

و-المرحلة السادسة: يختار الزبون أحد الخدمات المدونة على شاشة الصراف الآلي.

ي-المرحلة السابعة: يتم تنفيذ الخدمة المطلوبة اذا كانت ممكنة بعد الاتصال بقاعدة بيانات العملاء لدى بنك الزبون،

[1]معلومات مقدمة من طرف موظف ببريد الجزائر – المدية –.

ولكل خدمة شروط وتفاصيل مختلفة.

5- منافع الصراف الالي[1]:

تحقق خدمة الصراف الالي مجموعة من المنافع التي تعود على كل من العميل والبريد وفق الترتيب التالي:

-تعزيز شعور الأمان والراحة.

-تعزيز شعور الزبائن بارتباطهم بالبريد.

-تقديم خدمات بريدية متنوعة على مدى 24 ساعة في اليوم.

- تقليل تكلفة أداء الخدمة عن طريق الصراف الالي.

-الحفاظ على تقديم الخدمات المتميزة بالنسبة للبريد.

-تقصير صفوف الانتظار.

-تحويل الزبائن لقنوات خدمة أكثر كفاءة وتحويل الخدمات الهامشية للصراف الالي مثل الاستعلام عن الرصيد.

-سهلة الاستخدام ولا تحتاج الى ملأ أي وثيقة.

-يوجد بعض العمليات التي يستطيع صاحب البطاقة القيام بها من الصراف الالي ولا يستطيع القيام بها من الشباك مثل تعبئة رصيد الهاتف.

-في حالة عدم حصول الزبون على أمواله من الصراف الالي فان المبلغ المسحوب يعود تلقائيا الى صاحب الحساب وهذا ما يعزز الثقة في استخدامه.

المبحث الثالث: إحصائيات حول البطاقة الذهبية وتقييمها

في إطار استراتيجيتها من اجل عصرنة وتطوير نوعية الخدمات الموفرة للمواطن الجزائري، تسهر مؤسسة بريد الجزائر على تعميم استعمال البطاقة المغناطسية، وبالفعل فان عدد حاملي هذه البطاقة في تزايد منذ ظهورها وحتى يومنا هذا، وهذا ما سنتطرق له في هذا المبحث بداية من ظهورها إلى هاته السنوات الاخيرة.

المطلب الأول: احصائيات حول البطاقة الذهبية على المستوى الوطني .

أطلقت مؤسسة بريد الجزائر في عام2016بالجزائر العاصمة, بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية" التي تسمح بإجراء مختلف المعاملات المالية عبر الإنترنت، وقد تم إطلاق هذه الخدمة خلال حفل أشرفت عليه وزيرة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال, هدى إيمان فرعون, والوزير المنتدب المكلف بالاقتصاد الرقمي وعصرنة الأنظمة المالية, معتصم بوضياف, بحضور الأمين العام للاتحاد البريد الإفريقي, يونس جبريل, وممثلين عن الأسلاك الأمنية.

[1]معلومات مقدمة من طرف المدير الفرعي للإعلام الالي بمديرية بريد الجزائر –المدية– (مقابلة).

وخلال كلمة ألقتها الوزيرة, أوضحت أن مؤسسة بريد الجزائر توجد "في مرحلة إصدار الحصة الأولى والمقدرة بـ 5 ملايين بطاقة دفع, وذلك بداية من شهر ديسمبر2016 مع تحقيق الهدف المسطر على المدى المتوسط والمتمثل في تزويد 20 مليون من أصحاب الحسابات البريدية الجارية بهذه البطاقات"، وأبرزت السيدة فرعون أن إطلاق هذه الخدمات يندرج في إطار "استراتيجية القطاع الرامية إلى عصرنة خدمات البريد", مشيرة إلى "أهمية تطوير هذه الخدمات لاسيما في ظل المساعي الرامية إلى ادخال أساليب التجارة الإلكترونية"، وتتيح هذه البطاقة التي تعمل بنظام EMV لحامليها, زيادة على إجراء مختلف عمليات سحب ودفع الأموال على حساباتهم البريدية عبر الأنترنت, تسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالكهرباء والغاز والماء والهاتف.

وستشمل خدمة الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر مستقبلا على خدمة دفع الوقود بعد تحميل تطبيق نفطال، كما يمكن لحاملي هذه البطاقة استخراج الأموال عبر الموزع الآلي GAB والشبابيك داخل المكاتب البريدية، وتعمل هذه البطاقة بمعيار يحمي ويؤمن حسابات الزبائن بعد أن يتم التأكد من حقيقة هويتهم في العالم الافتراضي حيث يتم إدخال الرمز السري الخاص بنظام الترميز والذي من خلاله يتم التأكد من هوية مستعمل البطاقة، وبهدف الإجابة على استفسارات وانشغالات المواطنين, تم توفير مركز للإتصلات والإرشادات يعمل على مدار 24 ساعة ويقدم خدماته بثلاث لغات (العربية والأمازيغية والفرنسية) وذلك عبر الرقم1530[1].

وقد بلغ عدد حاملي هاته البطاقة بولاية المدية الى غاية سنة2020 ما يعادل 197631شخص، مقارنة ب 152349 في نهاية 2019،كما ان عدد الشبابيك الآلية للأوراق النقدية GAB في زيادة مستمرة حيث بلغت 33شباك آلي في سنة 2020 مقارنة ب22 شباك في سنة 2018 .

وفي سنة 2020 وصل عدد طلبات الحصول على البطاقة الذهبية من قبل زبائن مؤسسة بريد الجزائر إلى ما يقارب 7 مليون طلب، مقارنة ب 2 مليون طلب في سنة 2017 حسبما كشف عنه المدير العام لمؤسسة بريد الجزائر السيد :دحماني عبد الكريم، وأوضح هذا الاخير عبر أمواج الإذاعة الوطنية ان "بريد الجزائر سجل: 7 مليون طلب للبطاقة الذهبية وهو العدد الذي سيتم توفيره في افاق الثلاثي الأول من سنة 2021"[2].

حيث دعت مؤسسة "بريد الجزائر"، في هذا الشأن، زبائنها الذين تقدموا بطلب البطاقة النقدية الذهبية وكذا أصحاب البطاقات المنتهية الصلاحية إلى التقرب من مكاتب البريد من أجل استلام بطاقاتهم الجديدة.

وذكرت المؤسسة في بيان لها أن البطاقات التي تنتهي صلاحيتها، يتم إعادة تصنيعها وتشخيصها بشكل تلقائي وإرسالها إلى مكاتب البريد حسب العنوان الأصلي لصحابها والمحدد في ملف الحساب البريدي الجاري، مقترحة على زبائنها، إمكانية إعادة إرسال البطاقة الذهبية من المكتب البريدي الذي أودعت فيه إلى مكتب بريدي آخر من اختيار

[1],https://www.mpttn.dz. 17/05/2020.
[2]http://www.aps.dz 05/04/2020 .

الزبون من خلال ملئ استمارة طلب إعادة إرسال البطاقة الذهبية (CIB 755) وإيداعها في المكتب البريدي المختار لاستقبالها.

وأشار البيان إلى أن استمارة طلب إعادة إرسال البطاقة الذهبية (CIB 755) متوفرة في كل مكاتب البريد كما يمكن تحميلها من الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر www.poste.dz :وأن البطاقة الذهبية التي يتم تجديدها تحتفظ بنفس الرقم السري (code pin) الأصلي."

كما أوضحت المؤسسة بأنه يمكن تتبع وضعية تصنيع البطاقة الذهبية عبر الرابط الإلكتروني (edcarte.poste.dz)المتوفر على الموقع الإلكتروني www.poste.dz.

في ذات السياق، دعت المؤسسة زبائنها الذين لم يدخلوا رقم هاتف نقال خاص بملف البطاقة الذهبية أوالذين قاموا بتغيير رقم الهاتف إدخال رقم هاتفهم عن طريق الشباك الآلي (GAB) أوعن طريق موقع.E-CCP وذلك من أجل استقبال إشعار عبر رسالة نصية قصيرة (SMS) بوضعية البطاقة الذهبية، يضيف البيان.

في الأخير، أكد البيان "أنه ومن أجل أمن وسلامة حسابات زبائنها فإن البطاقة الذهبية التي لا يتم استلامها من المكتب البريدي في أجل أقصاه ستة (06) أشهر من تاريخ وصولها سيتم إعادة إرسالها إلى المركز الوطني لتصنيع وشخصنة البطاقات الذهبية."

وكشف المتحدث عن سحب الجزائريين منذ بداية سنة 2020 وإلى غاية شهر ماي الجاري ما يقارب 3000 مليار دج، مؤكدا أن مسالة السيولة لن تطرح خلال شهر رمضان أو مع عيد الفطر.

ومن أجل إيجاد حل للموزعات الآلية التي أصبحت قديمة لأنه تم اقتنائها سنة2004، أوضح المسؤول انه تم سنة 2019 اقتناء 900 موزع جديد لتدعيم حظيرة الموزعات الآلية وقد تم تركيبها، مشيرا إلى وجود آلية على مستوى المديرية العامة لمراقبة نقص الاموال على مستوى هذه الموزعات الآلية من خلال مركز متابعة يفرض الاتصال بقابضي المكاتب لتدارك الوضع.

وعن مشاريع القطاع قال السيد دحماني أنه وفي المدى القريب سيكون لكل 4000 مكتب بريد عبر الوطن موزعه الآلي لتفادي الاكتظاظ والضغط، كما يوجد برنامج خلال الثلاث سنوات القادمة يهدف الى استحداث شبابيك آلية بموجب تعليمات الوصاية، إضافة إلى خدمة الصناديق البريدية الذكية التي سيتم إطلاقها بمناسبة عيدي الاستقلال والشباب في جويلية المقبل، وقصد تحسين الخدمات في القطاع تم إدخال خدمة الرسائل النصية القصيرة بالنسبة لعملية سحب الأموال وهوما سيمكن من الكشف وتفادي عمليات السرقة التي قد تحدث في حسابات الزبائن، كما يوفر للزبائن حاليا تتبع كافة رسائلهم المؤمنة والمسجلة او الطرود في اي وقت من خلال امتياز جديد يندرج ضمن الخدمات الجديدة التي يعمل القطاع على توفيرها بصفة مستمرة.

وعن عدد مشتركي بريد الجزائر قال المتحدث أن حاملي الصكوك البريدية تجاوز 22 مليون مقابل 7.6 مليون حامل لبطاقات الائتمان القديمة، داعيا زبائن المؤسسة لتقديم طلباتهم من اجل الحصول على البطاقة الذهبية

والتي يمكن ان يحصلوا عليها في اجل لا يتجاوز 15 يوما. بخصوص عدم تمكن المواطنين استعمال بطاقتهم الائتمانية الخاصة ببريد الجزائر لسحب امواهم من الموزعات المالية لمختلف المؤسسات البنكية قال المتحدث ان الآمر يعود إلى مشاكل تقنية تعود لسنة 2015ولكن حاليا تم فتح عمل البطاقة الذهبية مع البنوك وهذا في اطار العمل بالحقل النقدي الجديد المؤمن والذي سيتم العمل به أيضا على مستوى البنوك.

المطلب الثاني: احصائيات البطاقة الذهبية بولاية المدية

اولا: بعض احصائيات البطاقة الذهبية بولاية المدية

الجدول رقم09: (تطور عدد حاملي البطاقة الذهبية بولاية المدية)

/	2018	2019	2020	المجموع
عدد الشبابيك الآلية	22	02	09	33
عدد TPE	-	01	06	07
عدد البطاقات الجاهزة	105510	71400	20721	197631
عد البطاقات الموزعة	91500	55011	11919	158430
عدد العمليات على الصراف الآلي	122500	310215	479203	911918

المصدر: مكتب المالية والنقدية، مديرية البريد –المدية –

حسب معلومات مقدمة من طرف مديرية البريد بولاية المدية، فإنه قد تم وضع 33 شباك آلي بديلا للشبابيك الآلية الخاصة بالبطاقة المغناطيسية القديمة منذ 2018 وحتى 2020، وتم تجهيز 105510 بطاقة في سنة 2018 تم توزيع 91500 بطاقة منها ولم يتم تجهيز أي جهاز TPE منذ 2018،أما عدد العمليات على الشبابيك الآلية الموجودة على مستوى الولاية من نفس السنة فقد بلغ122500،وفي 2019 كان عدد البطاقات الجاهزة يقدر 71400 بطاقة تم تصنيعها وهذا الانخفاض في التصنيع راجع الى أنه في سنة 2018 كان يتم تصنيع البطاقات بدون الطلب عليها أي تصنيع عشوائي أما في سنة 2019 فإن إنتاج هذه البطاقة يتم عبر الطلب عليها، وقدرت البطاقات الموزعة في هاته السنة ب 55011 بينما عدد العمليات على الشبابيك الآليـــــة وصل الـــى 310215،فنلاحظ أن عدد العمليات في تزايد، وفي 2020 تم تجهيز 20721 بطاقة وهذا النقص راجع الى أن بعض طلبات الزبائن تكون بها بعض الأخطاء فيتم إلغائها، كما أن أغلب سكان الولاية ليست لديهم ثقافة وعلم حول هاته البطاقة، وقدر عدد العمليات على الشبابيك الآلية ب 479203 فنلاحظ أنه هاته العمليات في تزايد منذ 2018 إلى 2020 أي أن أصحاب البطاقات يقومون باستخدامها بشكل مستمر وقد قدر مجموع عدد

العمليات على الشبابيك الآلية ب 911918 (قرابة المليون بطاقة)، ومجموع البطاقات المصنعة خلال الثلاث سنوات الأخيرة بلغ 197631 وزعت منها 158430 بطاقة.

يوجد بولاية المدية حوالي 33 صراف آلي GAB عبر ربوع الولاية، وفيما يلي سنوضح عدد العمليات على الصرافات الالية الموجودة على مستوى الولاية خلال شهر مارس 2020[1]:

الجدول رقم10 (عدد العمليات المجراة على الشبابيك الألية GAB بولاية المدية خلال شهر مارس 2020)

الصرافات الألية	عدد العمليات	الصرافات الإلية	عدد العمليات
المدية م ر (1)	7198	وزرة	4321
المدية م ر (2)	2941	قصر البخاري—بلخيرات-	5128
المدية ولد امام (1)	في حالة ترميم	سي المحجوب	555
المدية ولد امام (2)	5058	سيدي نعمان	2549
البرواقة	8343	جامعة يحي فارس	707
بني سليمان	16011	جواب	2221
قصر البخاري	في حالة ترميم	شلالة العذاورة	4828
السواقي	2800	العزيزية	7030
عين بوسيف	1240	القلب الكبير	1300
عين بوسيف 5 جويلية	1799	زوبيرية	2721
تابلاط	4810	بوغار	1905
وامري	في حالة ترميم	بوغزول	1056
العمارية	6101	الشهبونية	2353
بوشراحيل	3952	سبت عزيز	1304
عين الذهب	3980	قصر البخاري-مكاوي-	2751
البرواقية بطام	7219	بوسكن	4163
البرواقية 1 نوفمبر	8767		
المجموع	120059		

المصدر: وثائق مقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر – المدية –

[1] وثائق مقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر —المدية-.

من خلال ملاحظة الجدول أعلاه نجد أن العدد الكلي للعمليات المنجزة عبر الولاية هو120059 عملية على الشباك الالي، بينما كانت العمليات المجراة في بريد بني سليمان 16011 عملية بالبطاقة الذهبية، وهو أكبر عدد للعمليات المجراة على مستوى الشباك الآلي في شهر مارس 2020، بينما في البريد المركزي بولاية المدية م ر(1+2) قدر ب 10139، وهذا الرقم المتدني بالنسبة لباقي الأشهر السابقة راجع الى أن الشباك الآلي في تلك الفترة قد كان معطلا وتم إصلاحه، وعادة ما يحقق هذا المكتب اكبر عدد للعمليات بالنظر لتواجده بمركز عاصمة الولاية، أما بمكتب بريد سي المحجوب فقدرت العمليات على الشباك الآلي ب 555 عملية، وهو ادنى رقم من بين بقية الأرقام، والبرواقية 8343 عملية، بينما كانت الأرقام بكل من : السواقـي، عين بوسيف، عين بوسيف 05 جويلية،تابلاط، العمارية، بوشراحيل، عين الذهب، البرواقة بطـــــام، والبرواقية01نوفمبر والمجـــــــراة في نفـــــــس الشهر :2800،1240،1799،4810،6101،3952،3980،7219،8767 على الترتيب،ب ينما لم تتجاوز مكاتب :جامعة يحي فارس،القلب الكبير، بوغزول، و سبت عزيز عتبة 1400 عملية .

ثانيا : احصائيات حول استعمال البطاقة البيبنكية CIB عموما

زادت التعاملات المالية عبر الإنترنت بشكل كبير منذ بداية الأزمة الصحية (فيروس COVID 19)، إذ يفضل الكثير من الناس استخدام بطاقاتهم لتجنب الذهاب إلى البريد واتصالات الجزائر والبنوك أوفروع سونلغاز أو سيال، الخ.

حيث بلغ عدد عمليات الدفع عبر الإنترنت باستخدام البطاقة البنكية والبطاقـــة الذهبية لبريـد الجزائر بين 01 جانفي و30 مارس من سنة 2020 حوالي 441.531 عملية، أي ما يعادل نصف عدد العمليات المسجلة في عام 2019 بأكمله : (873.679 عملية عبر البطاقتين)، أي نموفي عدد عمليات الدفع عبر الانترنت ب51 بالمئة في الثلاثي الأول من سنة 2020 مقارنة بنفس الفترة لسنة 2019، وهذا دليل على توجه المواطن الجزائري الى عملية الدفع عبر الإنترنت عن طريق البطاقة البيبنكية CIB عموما .

وقد شرع التجمع النقد الآلي في جانفي 2020, بإدماج أرقام بريد الجزائر في احصائياتها والتي كانت تقتصر فقط على الأنشطة المصرفية فقط، وحسب أرقام تجمع النقد الآلي، وهوهيئة الضبط لنظام الدفع الإلكتروني في الجزائر، تم إجراء 202.480 معاملة مالية خلال عام 2019 عن طريق البطاقة البيبنكية بمبلغ إجمالي قدره 503,87 مليون دج, مقابل 176.982 معاملة في 2018 بقيمة 332,59 مليون دج.

ووصل العدد التراكمي لعمليات الدفع الالكتروني عبر الإنترنت منذ عام 2016 إلى 494.672 معاملة في نهاية عام 2019, بزيادة نسبتها 69 بالمائة مقارنة بنهاية عام 2018.

وبلغت القيمة التراكمية لهذه العمليات 1,12 مليار دج في نهاية 2019، محققة بذلك نموا بنسبة 82 بالمائة مقارنة بنهاية 2018.

وترجع هذه الزيادة أولا إلى ارتفاع عدد المواقع الجزائرية التي تقدم خدمة الدفع عبر الإنترنت من 31 إلى 45 موقعا.

وكان النقل هوالقطاع الذي سجل أعلى مستويات الارتفاع في 2019 بـ 6.292 عملية دفع مقابل 871 في 2018 (+ 622,39 بالمائة).

ومع عودة شركة الخطوط الجوية الوطنية الجزائرية (بعد فترة تعليق خدمة الدفع الإلكتروني على موقعها), شهدت عمليات الدفع زيادة كبيرة من حيث الحجم والقيمة.

وتميز 2019 أيضًا ببروز قطاع الخدمات, الذي سجل خلال هذا العام أول معاملاته على الإنترنت, مع 5.056 عملية دفع الكتروني.

ويتكون هذا القطاع أساسا من خدمات حجز الفنادق في الجزائر, وشراء الصحف, ودفع مصاريف التكوين أوخدمة معالجة ملف التأشيرة.

وواصلت القطاعات الأخرى نموها الكاسح, مع 38.806 عملية لشركات الكهرباء والمياه (+ 30,56 بالمائة)، 2.432 عملية للخدمات الإدارية (+67.15 بالمائة), 8.342 عملية لشركات التأمين (+29,55 بالمائة) و141.552 لشركات الاتصالات (+2.21 بالمائة) .

وفيما يتعلق بأجهزة الدفع الإلكترونية, فقد تم اجراء 274.624 معاملة عام 2019 بمبلغ إجمالي قدره 1,92 مليار دج.

وجاء هذا النمو المقدر ب 43,56 بالمائة كثمرة للتعميم التدريجي لاستخدام محطات الدفع الالكتروني في الجزائر خاصة في الفضاءات التجارية، ففي نهاية 2019، ارتفع عدد الاجهزة قيد الاستغلال إلى 23.762 محطة (+ 54,33 بالمائة مقارنة بنهاية عام 2018).

من جهتها, ارتفع عدد عمليات السحب من الموزعات والشبابيك الآلية في 2019, محققة 9.929.652 معاملة بقيمة إجمالية بلغت 189,31 مليار دج, بزيادة قدرها 16,24 بالمائة مقارنة ب 2018.

وتعزى هذه الزيادة إلى توسع الشبكة المعلوماتية للموزعات بنسبة 12,49 بالمائة حيث ارتفع عدد الموزعات والشبابيك الآلية من 1.441 جهاز في 2018 إلى 1.621 جهاز في العام الماضي.

المطلب الثالث: تقييم لمدى نجاعة استخدام البطاقة الذهبية

اولا: مزايا البطاقة الذهبية:

البطاقة الذهبية هي بطاقة دفع الكترونية وضعتها مؤسسة بريد الجزائر لزبائنها من أجل تسهيل عملية السحب ودفع الأموال وكذا تسديد مختلف الفواتير، هذا وتضيف ذات الجهات، أن هذه العملية هي من بين الأهداف المسطرة لتوسيع خدمات المؤسسة لتشمل بذلك عمليات تعبئة بنزين السيارات.

وفي سياق ذي صلة فان هاته البطاقة الذهبية الالكترونية المقترحة من طرف مؤسسة بريد الجزائر تساعد المستهلك أو الزبون من خلال استخدامها في عملية سحب ودفع الأموال بصفة سريعة وذلك دون التنقل الى مكاتب البريد المتواجدة عبر مختلف بلديات ودوائر أوغيرها، حيث أن مؤسسة بريد الجزائر عملت على تامين وتوفير كل الظروف من أجل وضع هذه البطاقة المتطورة حيز الخدمة، خاصة وأن هذه البطاقة هي وليدة للبطاقة القديمة غير انها هذه الجديدة أكثر تطورا، أين استبدلت البطاقة الصفراء العادية بالبطاقة الذهبية والتي تحمل العديد من الامتيازات، بحيث أن هذه الأخيرة تؤهل مستعملها الى السحب والدفع الفوري سواء كان ذلك بشراء منتوجات أو اقتناء أشياء عن طريق "واب بريد الجزائر"، تعبئة الهاتف النقال، اضافة الى خدمات ومزايا أخرى كتعبئة أيضا بنزين السيارات وهي خدمة جديدة ستوضع حيز الاستغلال في القريب العاجل وذلك بعد ابرام اتفاقية مع مؤسسة نفطال.

في مقابل ذلك، ومن بين الامتيازات أيضا تمكن البطاقة الذهبية صاحبها من اجراء مختلف عمليات السحب والدفع، مثل سحب الأموال من أجهزة الصراف الالي المتواجدة في مراكز بريد الجزائر أوباقي البنوك الأخرى، تسديد ثمن المشتريات عند التجار الذين يدعمون هذه البطاقة، دفع فواتير الماء أو الكهرباء أو الغاز من خلال مكتب البريد الافتراضي عبر الانترنت الذي أطلقته المؤسسة اضافة الى استعمال البطاقة في الشراء، هذا ويتم طلب البطاقة عبر خطوات بسيطة من خلال موقع المؤسسة عبر الانترنت المخصص لهذا الغرض، كما أن هذه البطاقة تقوم بتسهيل كافة العمليات وربح الوقت، ويمكنك السحب 24/24 سا وتنقص في استعمال السيولة المالية وكذلك تمكن صاحب البطاقة بالقيام بالعديد من العمليات عبر الموزعات الآلية[1].

ثانيا: عيوب البطاقة الذهبية

رغم أن للبطاقة الذهبية العديد من المزايا والمحاسن الا أنها لا تخلومن بعض العيوب والتي سنحاول جمعها وذكرها

[1] تم تلخيص مزايا البطاقة الذهبية بناءا على معلومات مستقاة من السيد: لخضرالزين جمال، مكلف رئيسي بالدراسات بمصلحة المالية والنقدية.

كالتالي[1]:

-عدم وجود موزعات الية في كل مكاتب البريد والموزعات الالية الموجودة اغلب الوقت لا يوجد بها سيولة كافية.

-في حالة سرقتها مع الرقم السري توجد خطورة على صاحب الحساب حيث انها تمكن سارقها من سحب اقصى مبلغ من الموزع الالي وقدره 50000.00 دج وهذا ما يشكل خطورة كبيرة على صاحبها.

-حدوث أخطاء في السحب بسبب خلل في الشبكة.

-المبلغ المسموح بالسحب لا يلبي رغبات جميع الزبائن، اذ أن البطاقة الذهبية تمكن صاحبها من سحب مبلغ 50000.00 دج من الموزعات الالية ومبلغ قدر200000.00دج من الشباك الداخلي لبريد وهذا ما يجعل بعض الزبائن يستاؤون من هذا الأمر.

-عندما يقوم العميل بإدخال بطاقته الذهبية واعادة إدخال الرقم السري ل3مرات متتالية خاطئة تقوم الموزعات الآلية بسحب البطاقة مباشرة ويتم توقيف عملها تلقائيا، مما يجعل من غير الممكن استخدامها مرة أخرى فيتوجب على صاحبها التوجه الى مكتب البريد لإصلاح الخلل الموجود فيها او لطلب بطاقة اخرى.

-يشتكي اغلب الزبائن من أن مركز الاتصالات 1530 لا يقوم بالرد على اتصالاتهم وحل مشاكلهم حيث أن هذا المركز لا يقوم بالرد الا في حالة الاتصال به عن طريق الهاتف الأرضي لا النقال وليس لدى الجميع هواتف أرضية وهذا ما يجعل احيانا صعوبة في الاتصال بهم.

-البطاقة الذهبية غير مستعملة في جميع المتاجر، وذلك لأن أغلب المحلات في ولاية المدية لا تستعمل هذه البطاقة كآلية للدفع حيث أنه لا يتوفر على جهز الدفع الالكتروني والبطاقة الذهبية تعتبر أيضا سريعة التلف وذلك لأن مدة صلاحية البطاقة سنتين ويعاد تجديدها وتعتبر هذه المدة قصيرة بالنسبة للزبون.

-تكلفة البطاقة عالية، المفروض عند ضياع الرقم السري للبطاقة أن تقوم المؤسسة بتجديد الرقم السري فقط لا البطاقة كلها هذه تعتبر خسارة للمؤسسة.

-قبل نهاية صلاحية البطاقة بشهرين، يتم تصنيع بطاقة أخرى جديدة تلقائيا، تعمل بنفس الرقم السري السابق، صالحة لمدة سنتين، وهذا ما يكلف المؤسسة أعباء إضافية هي في غنى عنها لو تم تجديدها على مستوى النظام المعلوماتي .

- في بعض الأحيان تنتهي مدة صلاحية البطاقة، ولا يتم ارسال البطاقة الجديدة، في هذه الحالة يفقد الزبون الثقة في المؤسسة، وهي في حد ذاتها خسارة لبريد الجزائر من حيث وفاء الزبائن .

[1] تم تلخيص عيوب البطاقة الالكترونية بناءا على معلومات مقدمة من السيد: جمال لخضرالزين، مكلف رئيسي بالدراسات بمصلحة المالية والنقدية.

خلاصة الفصل الثالث

من خلال الدراسة التقييمية نجد أن المنظومة البريدية الجزائرية قد شهدت تطورات وإصلاحات مهمة، حيث حاولت مؤسسة بريد الجزائر بشتى الطرق أن تصل الى تحقيق حاجات ورغبات الزبون، وذلك عن طريق طرحها للبطاقة الذهبية المتضمنة عديد الخدمات المالية الالكترونية ذات الجودة العالية وذلك باختصار عاملي الزمان والمكان، وهذا من خلال إدخال أنظمة حديثة و تقنيات متطورة ساعدت بشكل واضح في توسيع استخدامها، تمثلت أساسا في شباك الدفع الالكتروني للأوراق النقدية GAB، وكذا نهائي الدفع الالكتروني TPE، هذا الأخير الذي يعتبر من اهم ركائز نجاح الدفع الالكتروني من عدمه على مستوى ولاية المدية، في ظل غياب ثقافة الدفع الالكتروني للمواطن المداني .

الخاتمة

لقد أدت التطورات التكنولوجية الحاصلة على مستوى خدمات المنظومة المالية، إلى ظهور ما يسمى بالخدمات المالية الالكترونية وهي الخدمات التي تقدم بطريقة الكترونية عبر شبكة الانترنت أو ما يعرف بالخدمات عبر الخط، كما أن لها أهداف وأهمية بالغة في الاقتصاد في الوقت والتكاليف وهي وسيلة لإتاحة طلبات العملاء وكذا دعم التجارة الالكترونية.

فلقد مكنت وسائل الدفع الالكترونية من الحد من بعض العراقيل والمشاكل التي أفرزته تلك الوسائل التقليدية، حيث يتم تسيير هذه الوسائل الالكترونية عبر قنوات بريدية التي تعد كاستراتيجية لتوزيع الخدمات البريدية والتي يتم التعامل بها من خلال نقاط خدمات متعددة مثل الوكالة: وهي قناة تقليدية، وشبابيك السحب للأوراق النقدية GAB، التي تسمح بأداء الخدمات الكلاسيكية: سحب النقود، معاينة الرصيد، طبع وكشف الحسابات، طلب دفتر الشيكات، وكذا نهائيات الدفع الالكترونية TPEوذلك من خلال توفير إمكانية القيام بعمليات الدفع المباشر وذلك دون الحاجة لحمل السيولة النقدية، أما في إطار عصرنة الخدمات المالية البريدية تم ظهور ما يعرف بالبطاقة الذهبية وهي وسيلة حديثة الدفع قد وجدت مكانها داخل الساحة البريدية، وهذا راجع للجهود التي تبذلها الدولة بالنهوض بهذه الوظيفة النقدية من خلال إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين بريد الجزائر والبنوك SATIM بغرض الاستجابة لمتطلبات مؤسسة بريد الجزائر والبنوك وهذه خطوة أساسية لتحديث القطاع المالي والمصرفي .

وعلى الرغم من الجهود المبذولة لتحديث النظام المالي والمصرفي الجزائري إلا أنه لم يرقى لمستوى التحديات المطلوبة، حيث لا يزال هناك بعض النقائص التي تعاني منها المنظومة المالية والمصرفية في مجال تقديم الخدمة المالية وتحسينها، فالتطور النقدي في الجزائر يسير بصورة تدريجية وبطيئة نظرا للعوائق التي تقف في وجه هذا التطور سواء كانت عقبات تقنية، بشرية، مالية أو قانونية.

ومن خلال الدراسة التي قمت بها وعلى ضوء الفرضيات المقترحة، توصلت إلى أن النقائص التي واجهتها وسائل الدفع التقليدية، قد تم التغلب عليها بتحديث نظام الدفع الذي أصبح يستخدم أجهزة وشبكات متطورة مكنته من التخلص من بعض العراقيل التي فرضتها تلك الوسائل، كما أصبحت خدمات المنظومة المالية البريدية مع وجود وسائل الدفع الحديثة تؤدى بطريقة سريعة وجودة عالية تتماشى و متطلبات الاقتصاديات الحديثة، وكذا تكسب مؤسسة

البريد ميزة تنافسية مع البنوك الأخرى .

إن تحديث نظام الدفع في الجزائر ليس مرهون فقط بتغيير ثقافة الجمهور الجزائري بل وأيضا بجدية القائمين على مشروع تحديث نظام الدفع في الجزائر وذلك لثقافة المجتمع الجزائري وصعوبة تقبله لوسائل الدفع الالكترونية وتخوفه منها.

نتائج اختبار الفرضيات

خلال معالجتي لاختبار الفرضيات توصلت الى ما يلي :

1-بخصوص الفرضية الأولى القائلة إن (وسائل الدفع الالكترونية هي تطور لوسائل الدفع التقليدية، حيث جاءت لتغطية النقائص الموجودة فيها)، فقد اثبت صحتها، وذلك لان عملية الدفع الالكتروني جاءت تلبية لما يتطلبه العصر الحالي من اختزال لعاملي السرعة والتكلفة في الوقت الذي كان يعاني فيه الزبون من كبر حجم هذين العاملين اثناء الدفع التقليدي سابقا .

2-اما بالنسبة للفرضية الثانية التي نصت على أن (تكنلوجيا الأعلام والاتصال قد ساهمت في تطوير جودة الخدمات المالية) فقد اثبت صحتها، وهذا من خلال دفاتر الشكاوي والاقتراحات المتواجدة على مستوى كل مكتب، والتي أجمعت معظمها على ان الزبون يفضل قضاء عملياته المالية عن طريق الشباك الالكتروني، وطبعا بعد رضاه على نوعية الخدمات المالية المقدمة من هذا الشباك، حتى اصبح مطلب العديد من سكان المناطق النائية .

3-ناتي للفرضية الثالثة والمتضمنة (مساهمة البطاقة الذهبية في تحسين وتسهيل مجمل الخدمات المالية المقدمة من طرف بريد الجزائر)، فقد اثبت صحة هذه الفرضية، باعتبار ان البطاقة الذهبية سهلت على مستعمليها القيام بالتعاملات المالية، اذ انها سمحت لهم بالاستغناء على الشيك في عديد العمليات وسهلت لهم عمليات الدفع، فالذهبية قد مكنت صاحبها من الوفاء بتخليصاته فقط عن طريق بعض الخطوات البسيطة، فهذه البطاقة وفرت على اصحابها الكثير من الجهد والوقت والتكاليف .

نتائج الدراسة

لقد قادتني هذه الدراسة إلى الخروج بمجموعة من النتائج والتي أجملها في النقاط الرئيسية التالية :

- ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحدثت قفزة في الحياة الاجتماعية وأدت إلى ظهور اقتصاد جديد .

- أدت البيئة الجديدة للعمل المالي والمنافسة الشديدة والتطبيقات التقنية لأدوات الدفع الالكتروني إلى الضغط على

مؤسسة بريد الجزائر لإيجاد آليات جديدة في استخدام وتنويع الخدمات المالية الالكترونية للمحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد.

– ظهور وسائل الدفع الالكترونية شجع على القيام بالخدمات المالية الالكترونية التي تتلاءم مع تطورات العصر من حيث السرعة والفعالية التي يوفرها له.

– تسبب ظهور وسائل الدفع الإلكترونية في انخفاض محسوس لاستخدام وسائل الدفع التقليدية، حيث سمح ذلك باختصار الوقت والتقليل من الإفراط في الاستخدام الورقي والبشري، لكن ظهورها، لم يؤدي إلى اختفاء ولا إلى زوالها وقد لا يحدث ذلك على المدى القصير.

– غياب الثقافة النقدية والثقافة التي تتعلق بكل ما هو تكنولوجي لدى الجمهور الجزائري ينقص من عزيمة الجهات المعنية بنقل التكنولوجيات الحديثة للمؤسسات المالية الجزائرية، وهذا ما وقفت عليه شخصيا اثناء قيامي بعملية اقناع بعض التجار وحتى الصيادلة باقتناء جهاز نهاءي دفع الكتروني TPE .

– لم تعتبر وسائل الدفع الالكترونية الحل المثالي والبديل للمشاكل المطروحة من قبل وسائل الدفع، حيث خلقت هي الأخرى مشاكل جديدة التي تخص الجرائم الالكترونية، التقليدية.

– رغم كل ما تبذله الجزائر من جهود لترقى بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا بتبني كل ما تعلق بالصيرفة الالكترونية إلا أنها لا تزال في بداياتها الأولى نحو هذا التطور ولم تصل بعد لمستوى يسمح لها بمنافسة البنوك الكبرى في مجال التكنولوجيا المالية.

الاقتراحات:

انطلاقا من نتائج الدراسة يمكن وضع بعض الاقتراحات وهي كما يلي :

–ضرورة تطوير قطاع البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال .

–ضرورة استفادة الجزائر من التكنولوجيات المالية الحديثة ومواكبة التطورات الحاصلة خاصة ما تعلق بعصرنة الخدمات.

– لابد من زيادة الإنفاق في مجال التكنولوجيات الحديثة، والتوسع أكثر فأكثر في شبكة الانترنت وزيادة سرعة تدفقها.

– لا بد من توضيح البيئة التشريعية والقانونية المتعلقة بتنظيم نظام الدفع الالكتروني، وذلك بوضع القوانين العقابية التي

تخص الجرائم المرتكبة في حق وسائل الدفع.

– القيام بحملات إعلامية حول البطاقة الذهبية ونشر الثقافة النقدية لدى أفراد المجتمع حول تكنولوجيا وسائل الدفع.

– لا تزال الصيرفة الإلكترونية في الجزائر في مراحلها الأولى وتحتاج إلى تظافر الجهود ومن كل الأطراف المالية على كل المستويات من قبل مؤسسة بريد الجزائر والبنك الوطني والبنوك التجارية الأخرى وكذا باقي المؤسسات المالية بغية تطوير آليات العمل المصرفي الإلكتروني ومواكبة التجارة الإلكترونية الحديثة.

–وضع سياسة إعلامية وتسويقية من قبل المديرية العامة لبريد الجزائر، من شانها ادخال ثقافة استخدام البطاقة الذهبية في نهائي الفع الالكتروني.

قائمة المراجع العربية

الكتب

1. –أمجد حمدان الجهني، **المسؤولية المدنية عن الاستخدام الغير مشروع لبطاقات الدفع الإلكتروني**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن،2010.
2. –بشير عباس العلاق، **الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق مدخل تسويقي استراتيجي**، داينمك للطباعة، القاهرة، مصر، 2004 .
3. –جهاد رضا الحباشنة، **الحماية الجزائية لبطاقة الوفاء، لطبعة الأولى، دار الثقافة للشر والتوزيع**، عمان، الأردن، 2008.
4. –رشاد نعمان شايع العامري، **الخدمات المصرفية الائتمانية في البنوك الاسلامية دراسة مقارنة في القانون والفقه الاسلامي**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2013.
5. رعد حسن الصرف، **أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنيت وجودة الخدمة المصرفية**، دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد2،ص 32.
6. –سليمان الجيوشي، محمد الطائي، **تسويق الخدمات المالية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2010 .
7. –صادق مدحت، **أدوات وتقنيات مصرفية**، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
8. –محمد توفيق سعودي، **بطاقات الائتمان والأسس القانونية للعلاقات الناشئة عن استخدامها**، دار الأمين، مصر، 2009.
9. –محمد سحنون، **النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الالية، مجلة العلوم الانسانية**، العدد الرابع، جامعة بسكرة، الجزائر، 2003.

10. -محمد عبد حسين الطائي، **التجارة الالكترونية –المستقبل الواعد للأجيال القادمة** ، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، 2010.

11. -ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، **الصيرفة الإلكترونية**، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.

12. - ناجي معلا، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، حقوق النشر محفوظة للمؤلف ،2001 ص، 80.

الرسائل الجامعية

1. -أسماء دردور، **أثر التكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية دراسة مصرف سوسيتي جنرال الجزائر –وكالة قسنطينة–**، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن لمهيدي، أم البواقي، السنة الدراسية 2016-2015

2. -أم الخير دراجي، **أثر عصرنة الخدمات المصرفية على الأداء البنكي دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري لفترة 2008–2013**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي الطور الثاني، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح– ورقلة–، السنة الجامعية2014-2015

3. -إيمان بن مسعي، **واقع تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في البنوك التجارية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية– وكالة بسكرة– وبنك الخليج الجزائر –وكالة بسكرة–**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر– بسكرة–، الموسم الجامعي 2016-2017.

4. -جهاد صيفي، **تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لدعم القدرة التنافسية في البنوك دراسة حالة بنك الخليج الجزائر– وكالة بسكرة–**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2013.

5. -رمزي طلال حسن الردايدة، **أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن (دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الاردنية والمصارف الاجنبية في مدينة عمان**، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الأعمال الكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، يوليو 2011.

6. -سماح ميهوب، **الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في البنوك والتأمينات، فرع بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية2004-2005.

7. -صونية مقري، **المسؤولية المدنية عند الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، السنة الجامعية 2014-2015.

8. -طاربق فيصل التميمي، **تسويق الخدمات المالية**، قدمت هذه المادة من متطلبات الفصل الثاني لماجستير التسويق، كلية الإدارة والاقتصاد، الأكاديمية العربية المفتوحة، 2011.

9. -عبد الصمد حوالف، **النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية: 2014-2016.

10. -عبد القادر براينيس، **التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية (دراسة على قطاع البريد والاتصالات في الجزائر)**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2006-2007.

11. -عبير بن صالح، **دور وسائل الدفع الالكترونية في عمليات تبييض الأموال**، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص بنوك وأسواق مالية، جامعة مستغانم،،2015/2016.

12. -علي حدو، **انعكاسات الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2011-2012.

13. -فضيلة زواوي، **تمويل المؤسسات الاقتصادية وفق الميكانيزمات الجديدة في الجزائر– دراسة حالة مؤسسة سونلغاز–**، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، **فرع** مالية مؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2009.

14. -ليث محمود أحمد الحاج، نظام **الخدمات المصرفية الالكترونية عبر(SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية**، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم ادارة الاعمال، كلية الأعمال، جمعة الشرق الأوسط، حزيران 2012.

15. -هشام زرقان ، **النظام القانوني لبطاقات الدفع الالكتروني**، مذكرة مكملة نت متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2015-2016.

مواقع الانترنت

https://edcarte.poste.dz

https://www.mpttn.dz.

http://www.aps.dz

www.poste.dz

www.pacis-net.org

:www.pacis-net.org

صورة توضح نموذج الكتروني لعدد ونسب توزيع البطاقة الذهبية على مستوى الولايات:



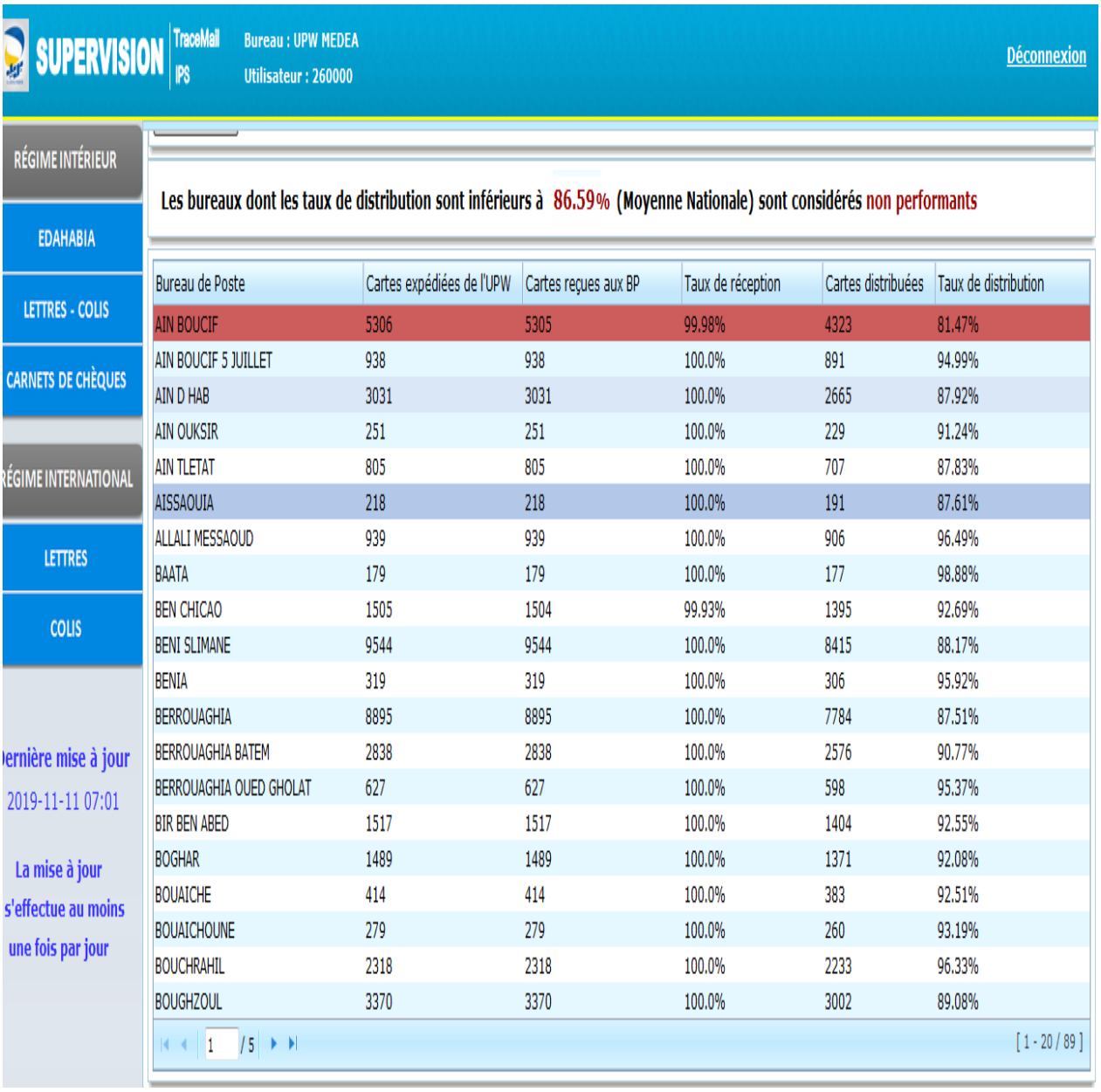
ernière mise à jour
2019-11-11 07:01

La mise à jour
s'effectue au moins
une fois par jour

Les wilayas dont les taux de distribution sont inférieurs à 86.59% (Moyenne Nationale) sont considérées non performantes

UPW	Expédiées du Centre Pers	Reçues aux UPW	Taux de réception UPW	Reçues aux BP	Taux de réception BP	Distribuées	Taux de distribution
UPW ADRAR	95530	95514	99.98%	95397	99.86%	83946	87.87%
UPW CHLEF	168366	168346	99.99%	168343	99.99%	154148	91.56%
UPW LAGHOUAT	65805	65799	99.99%	65735	99.89%	55823	84.83%
UPW OUM EL BOUAGHI	112246	112237	99.99%	111995	99.78%	99420	88.57%
UPW BATNA	251186	251165	99.99%	250930	99.9%	225139	89.63%
UPW BEJAIA	134020	134003	99.99%	133653	99.73%	117151	87.41%
UPW BISKRA	105209	105198	99.99%	104829	99.64%	89858	85.41%
UPW BECHAR	67782	67776	99.99%	67775	99.99%	57914	85.44%
UPW BLIDA	135660	135651	99.99%	135607	99.96%	116689	86.02%
UPW BOUIRA	112706	112698	99.99%	112464	99.79%	100721	89.37%
UPW TAMANRASSET	41526	41472	99.87%	40899	98.49%	32572	78.44%
UPW TEBESSA	161615	161607	100.0%	161386	99.86%	140608	87.0%
UPW TLEMCEN	85901	85892	99.99%	85891	99.99%	74811	87.09%
UPW TIARET	125508	125486	99.98%	124241	98.99%	107045	85.29%
UPW TIZI OUZOU	133261	133236	99.98%	131899	98.98%	116183	87.18%
UPW ALGER CENTRE	149464	149285	99.88%	146733	98.17%	116265	77.79%
UPW DJELFA	87075	87063	99.99%	86986	99.9%	74967	86.09%
UPW JIJEL	101918	101905	99.99%	101800	99.88%	90938	89.23%
UPW SETIF	178942	178916	99.99%	178916	99.99%	158969	88.84%
UPW SAIDA	43570	43565	99.99%	42998	98.69%	37968	87.14%
UPW SKIKDA	154210	154186	99.98%	152863	99.13%	136939	88.8%
UPW SIDI BEL ABBES	62844	62841	100.0%	62410	99.31%	52105	82.91%
UPW ANNABA	116502	116490	99.99%	116480	99.98%	96027	82.43%
UPW GUELMA	88949	88931	99.98%	88772	99.8%	74490	83.74%
UPW CONSTANTINE	207749	207727	99.99%	206359	99.33%	179530	86.42%
UPW MEDEA	152349	152338	99.99%	152337	99.99%	137320	90.14%

صورة توضح نموذج الكتروني لعدد ونسب توزيع البطاقة الذهبية على مستوى مكاتب بريد ولاية المدية:



Bureau de Poste	Cartes expédiées de l'UPW	Cartes reçues aux BP	Taux de réception	Cartes distribuées	Taux de distribution
AIN BOUCIF	5306	5305	99.98%	4323	81.47%
AIN BOUCIF 5 JUILLET	938	938	100.0%	891	94.99%
AIN D HAB	3031	3031	100.0%	2665	87.92%
AIN OUKSIR	251	251	100.0%	229	91.24%
AIN TLETAT	805	805	100.0%	707	87.83%
AISSAOUIA	218	218	100.0%	191	87.61%
ALLALI MESSAOUD	939	939	100.0%	906	96.49%
BAATA	179	179	100.0%	177	98.88%
BEN CHICAO	1505	1504	99.93%	1395	92.69%
BENI SLIMANE	9544	9544	100.0%	8415	88.17%
BENIA	319	319	100.0%	306	95.92%
BERROUAGHIA	8895	8895	100.0%	7784	87.51%
BERROUAGHIA BATEM	2838	2838	100.0%	2576	90.77%
BERROUAGHIA OUED GHOLAT	627	627	100.0%	598	95.37%
BIR BEN ABED	1517	1517	100.0%	1404	92.55%
BOGHAR	1489	1489	100.0%	1371	92.08%
BOUAICHE	414	414	100.0%	383	92.51%
BOUAICHOUNE	279	279	100.0%	260	93.19%
BOUCHRAHIL	2318	2318	100.0%	2233	96.33%
BOUGHZOUL	3370	3370	100.0%	3002	89.08%