

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإعلام و الاتصال
ماستر اتصال وعلاقات عامة



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

استخدام الدفع لالكتروني في الجزائر
بريد الجزائر نموذجا
مكاتب البريد لولاية النعامة أنموذجا

تحت إشراف:

د صفاح أمال

قابلية
للإيداع

الطالب :

قريوي ياسين

لجنة المناقشة

أستاذ محاضر - ب -	رئيسا	حمداد صبيحة
أستاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقررا	صفاح أمال فاطمة الزهراء
أستاذ محاضر - ب -	مناقشا	بن علي مليكة

السنة الجامعية: 2021/2020

شكر وتقدير :

قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم .

الحمد لله على إحسانه والشكر له على توفيقه وامتنانه وأيهد أن لا اله إلا الله وحده لا شريك له تعظما لشانه ونبيهد أن سيدبا ونبينا محمد عبده ورسوله الداعى إلى رضوانه - صلى الله عليه وعلى آله وأصحابه وأتباعه وسلم - .

بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لإيما هذه المذكرة المتواضعة أتقدم بجزيل الشكر إلى أمى الغالية وكل العائلى الكريمة على مساعدتهم وتشجيعهم لى على الاستمرار فى مسيرة العلم والنجاح وعلموبى معى الصبر على ذلك .

كما أتوجه بجزيل الشكر والعرفان على من سرفتى بإسرافها على مذكريت الإستاذة الدكتورة " صفاح أمال " التى لم تكف حروف هذه المذكرة لإيفائها حىها بصبرها علها وتوجههاىها العلمية التى لا تقدر بثمن

كما أتوجه ببالص شكرى وتقدرى إلى كل من ساعدنى من قرىب أو بعيد على أبجاز وإيما هذا العمل .

إهداء :

أجمل ما في الحياة أن يصل الإنسان إلى مبتغاه ... أن يحقق أمنية نفسه ... أن يحقق النجاح لجهده وورصتي والديه ، فالحمد لله الذي أيم علي نعمته .

أهدي يمة تعتي

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من لا لا يمكن للكلمات أن توبى حقما وإلى من لا يمكن للارقام أن تحصى فضلها إلى والدي العزرة التي كان مهابا وأما فيا الله أطل في عمرها وأدمها لي . كما أهديه لوالدي رحمة الله عليه الذي لم يكتب القدر لي لإحصى بحضنه ولا بحنانه ولا بنصاحه وتوجهاته ... فأسألك اللهم له الجنة كما أهدي لإختي (سمية) وأبناها (محمد يوسف عبدالله) فشفاهما الله وحفظهما وإني زوجها وفقه الله وإلى أختي ورفيق درتي (محمد وزوجته) أسأل الله لهم فرحا قريبا مريح القلب ويبكي العس . وإلى جديتي (محبوبة وفاطيمة) أطل الله في عمرها إلى كل أعمامتي وزوجائهم وأبنائهم كل باسمه (حمو - الميلود - س حيدة بومدس - وعلتي) وإلى كل أخوالي وزوجائهم وأبنائهم كل باسمه (لكنبر أحمد - محمد - س ميلود - مول المكتوبة - عبد القادر - وسلمان) وإلى عميتي (فاطمة) وخالتي (جمعة - مباركة) فيارتي - أطل في عمرها وبارك لهما في رزقهما وذريتهما

إلى أصدقائي وكل من ساندني في الدراسة وخاصة في الدفعة (حسان - عبد العزمر ... و إلى (S_G) إلى كل دفعة ليسانس 2019 ودفعة ماسير 2021 إلى كل من يذكره قلتي نسيه قلتي إلى صديقتي الدكتور عبد القادر س طالب .

قريوي ياسين

فهرس الموضوعات

الصفحة	الفهرس
أ	شكر والتقدير
ب	اهداء
د	فهرس المحتويات
ج	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
04	مبررات اختيار الموضوع
04	أهداف الدراسة
04	أهمية الدراسة
06-05	الإشكالية
09-07	المفاهيم الدراسة
12-10	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة	
13	تمهيد
14-13	ماهية وسائل الدفع الالكتروني
20-15	أنواع وسائل الدفع الالكتروني

فهرس الموضوعات:

21	الإطار التنظيمي للمؤسسة
27-24	الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر
الفصل الثالث: الجانب التحليلي للدراسة	
28	مجالات الدراسة
28	المنهج وأدوات البحث
29	العينة وكيفية سحبها
37-30	المحور الاول: ما مدى تأثير عامل الثقة بين الزبون وآليات الدفع الالكتروني
42-38	المحور الثاني: هل رأس المال الثقافي يآثر على اقبال الزبائن للخدمة الدفع الالكتروني
47-43	المحور الثالث: مامدى تأثير عدم الثقة بين الزبون وآليات الدفع الالكتروني
50-48	الاستنتاج العام للدراسة
52-51	الخاتمة
55-53	قائمة المصادر والمراجع
58	الملاحق

قائمة الجداول:

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
-----	--------------	--------

فهرس الموضوعات:

30	متغير الجنس	01
31	يمثل السن	02
32	المؤهل العلمي	03
33	ساهمت وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ آليات الدفع الالكتروني لديك	04
34	اعتماد على وسائل الاعلام في كيفية التعامل مع وسائل الدفع	05
35	توقعاتك لدور وسائل الاعلام والاتصال في كيفية التعامل مع آليات الدفع الالكتروني	06
36	هل أساليب وسائل الاعلام والاتصال فعالة في ترسيخ فكرة التوجه لآليات الدفع لدى الزبون	07
37	ضعف الاعلام والاشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكتروني سبب في عدم اقبال الزبائن	08
38	المستوى التعليمي له دور في اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني	09
39	تتفق مع فكرة أن المستوى الثقافي عامل رئيسي في اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني	10
40	سبق وأن سألك الزبون عن كيفية استخدام وسائل الدفع الالكتروني	11
41	يدفعك مشكل مستوى التعليمي لاتخاذ تدابير أخرى	12
42	الوسائل الكثر استخداما من طرف الزبون	13
43	الاداة الأكثر استعمالا من طرف الزبون	14
44	استعمال البطاقة الذهبية بكثرة من قبل الزبون هو فقدان الثقة في وسائل الدفع الالكتروني	15
45	توجد صورة انطباعية لدى الزبون أن آليات الدفع الالكتروني تعرقل الخدمات لديهم	16
46	هناك أعطال متكررة على مستوى GAB الصراف الآلي	17
47	هناك خوف من طرف الزبون من تقنيات جديدة وعدم إلمام المستخدمين بها	18

يعتبر نظام ووسائل الدفع لأي اقتصاد مؤشراً عن مدى سيره وعمله، وهو ما جعل البنوك في مختلف دول العالم تدرك بأن لتطوير وتحديث وسائل الدفع أولوية، وهذا لأن وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق وسائل دفع إلكترونية غير مكلفة ومجردة مادياً، وكانت نتيجة لتراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية بالإضافة لعدة عوامل أخرى كظهور التجارة الإلكترونية وتوسع العمليات المصرفية التي تعتمد على شبكة الإنترنت، فظهور هذه الوسائل هل على الزبون وحتى المصرفي جميع عمليات الدفع، حاولت هذه الدراسة مواكبة الحدث الذي عرفته مؤخراً مؤسسة بريد الجزائر عندما حاولت بعض التطبيقات الإلكترونية على شبكة الإنترنت انتحال هوية وشعار هذه المؤسسة، من أجل جمع البيانات الخاصة بالمستخدمين بغية استعمالها لإلحاق الضرر بسمعة المؤسسة وبعملائها، ان ابرز شيء تقدمه الصيرفة الإلكترونية لمختلف الأعوان الاقتصاديين هو إتاحة وسائل دفع إلكترونية من خلال نظام الدفع الإلكتروني الذي يشير عموماً إلى الشبكات والاتصالات بمختلف أنواعها التي تضمن تبادل مختلف وسائل الدفع الإلكترونية لأداء مختلف الصفقات و العمليات التجارية، و سنحاول في هذا البحث التطرق إلى آليات الدفع الإلكتروني من خلال تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول كانت كالتالي :

الفصل الأول الجانب المنهجي للدراسة من خلال تحليل كيفية أسباب اختيار الموضوع وكذلك إعطاء واثراء البحث بإشكالية بحثية وتحديد المفاهيم، اما الفصل الثاني فتوجهنا صلب التحديد النظري لدراسة من خلال تعريفات وخصائص المؤسسة، اما الفصل الثالث فكان عبارة عن تحليل لمحتوى الدراسة من خلال اعتمادنا على أداة الاستمارة وتحليل الاحصائي للبيانات.

تمهيد :

هدفت هذه الدراسة الى إستقصاء أثر استخدام أليات الدفع الالكتروني في مكاتب البريدية لولاية النعامة، وذلك من خلال أهمية الدفع الالكتروني كونها آخر التطورات لموضوعات تقنية المعلومات في وقتنا الحاضر وهي جزء من منظومة الانترنت المتطورة التي تسعى الى تسهيل الأعمال والخدمات المالية

الاطار المنهجي:**1 - تحديد الموضوع:**

يعد الدفع الالكتروني ركيزة أساسية في التعاملات المالية والخدماتية في حياة الفرد، فتندرج هذه السياسة لدى بريد الجزائر ضمن مسعى وطني تبنته الدولة بهدف اعادة تأهيل الخدمة العمومية وتعزيز مفهوم الجوارية، من أجل ضمان تحقيق التلاحم الاجتماعي وبلوغ أهداف التنمية الاقتصادية لذا جاء موضوع بحثي حول استخدام الدفع الالكتروني في بريد الجزائر.

2 - أهمية البحث:

تتوقف أهمية الدراسة على قيمتها العلمية وما يمكن أن تضيفه إلى الميادين العلمية من معطيات باعتبار الدفع الالكتروني أداة يمكن استغلاله في تحسين (محظ) سير المؤسسة فهو المحرك الأساسي في أي مؤسسة تسعى إلى تحقيق النجاح و الرتب الاولى ، وعليه تعتبر دراستي نموذج حي من نماذج الدفع الالكتروني داخل المؤسسة .

3 - أهداف البحث:

- معرفة طبيعة الدفع الالكتروني في مؤسسة بريد الجزائر
- تبين دور الدفع الالكتروني و فعاليته في الخدمات المالية
- الكشف عن وسائل وأليات الدفع الالكتروني التي يجب الاعتماد عليها لتقديم خدمات مالية

4 - أسباب إختيار الموضوع : ما دفعني للبحث في هذا الموضوع مجموعة من الدوافع الذاتية والموضوعية .

أسباب ذاتية:

التعرف على واقع استخدام الدفع الالكتروني في بريد الجزائر

الرغبة في الحصول على نتائج جيدة

رغبة مني معرفة استخدام الدفع الالكتروني في بريد الجزائر

التعرف على الوسائل المعتمدة في تقنية الدفع الالكتروني .

أسباب موضوعية:

دراسة واقع الدفع الالكتروني داخل مؤسسة بريد الجزائر باعتبارها تقنية المعلومات في وقتنا الحاضر

التعرف على دور وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ أليات الدفع الالكتروني في بريد الجزائر.

نقص البحث والدراسة المتعلقة بقطاع البريد في الجزائر

- الاشكالية :

ان نظام المدفوعات الالكتروني هو أحد الأجزاء المهمة في النظام المالي والمصرفي الجزائري، اذ من خلاله تتم عمليات الدفع بين الأشخاص والمؤسسات وكذلك تخليص الأموال المستحقة على كل الأطراف عبر عمليات تصفية المعاملات وتسويتها، كما أنه غالبا ما يتم انشاء هذه النظم من أجل تغطية احتياجات الأطراف المعنية لتسهيل عمليات الدفع والتسوية التي تتطلب السرعة والدقة في الأداء من أجل انتقال الأموال المستحقة بين هذه الأطراف فقد كان نظام بريد الجزائر الذي يجرى من خلاله تحويل الأموال بين المصارف

والأشخاص بالسرعة المطلوبة وبالمقابل لابد من توفير البنى التحتية الكاملة لنظام المدفوعات الالكترونية.

ولقد سمح التطور التكنولوجي باستخدام وسائل الدفع الالكترونية غير مكلفة لكن العمل بها يتطلب تنظيماً قانونياً محكماً والجزائر كباقي الدول مدركة تماماً لهذه الضرورة، وعلى هذه المعطيات نطرحنا الاشكالية التالية : كيف نفسر عدم اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني في الجزائر ؟

6- طرح التساؤلات ووضع الفرضيات :

التساؤلات:

01- ما مدى تأثير عامل الثقة بين الزبائن وأليات الدفع الالكتروني؟

02- هل رأس المال الثقافي يؤثر على اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني؟

03- ما مدى مساهمة وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ أليات الدفع الالكتروني؟

7 - منهج البحث و أدواته :

إن الهدف من هذه الدراسة هو التعريف على الظاهرة المدروسة متن العوامل المكونة لها العلاقة السائدة داخلها من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك ، لذا فالباحث ملزم نوع المنهج الذي يصب فيه تحليل معطيات و عليه اعتمدت في بحثي هذا المسح وذلك لأن دراستنا تدرج ضمن الدراسات الوضعية التحليلية

ويعرفه بعض الباحثين بأنه وصف ظاهرة معينة ماثلة في الوضع الراهن فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة و العوامل المؤثرة فيها، فهو المنهج الذي يعتمد التحليل بجمع المعلومات والحقائق وتفسيرها وصولاً للنتائج .

أدواته :

من بين الأدوات اعتمدت على تقنية الاستمارة ويعرفها احسان محمد الحسن " أنها تحتوي عادة على مجموعة من الاسئلة بعضها مفتوحة وبعضها مغلقة وبعضها يتعلق بالحقائق و البعض الاخر يتعلق للظاهرة في وسطها الطبيعي قصد تفسير وتحديد طبيعة الاتصال داخل هذه المؤسسة بالاضافة إلى المقابلة التي أقيمت مع الموظفين للحصول على معلومات تخدم البحث العلمي

8 - مجتمع البحث :

بما أن بحثي يتمثل في استخدام الدفع الالكتروني في بريد الجزائر أنموذجا فاني توجهت الى دراسة مكاتب البريدية لولاية النعامة .

9 - العينة والمعاينة:

تعد المعاينة عملية تسمح بإنتقال مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة ويتوقف هذا الاخير على ما تمثاه الاشكالية و الفرضيات و طبيعة الميدان لذا اعتمدت على معاينة احتمالية حيث يكون فيها احتمال انتقاء معروف بالبنية إلى كل عنصر من عناصر مجتمع البحث:

وطبقية تأخذ المكاتب البريدية لولاية النعامة لمعرفة استخدامات الدفع الالكتروني من 50 مبحوث ، 31 موظف و 19 موظفة .

10- تحديد المفاهيم:**الدفع الالكتروني:**

الدفع الالكتروني هو منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها حكومة الجزائر الالكترونية، بهدف تسهيل اجراء عمليات الدفع الالكتروني الأمنية، وتعمل هذه المنظومة تحت مظلة من القواعد والقوانين التي تضمن سرية تأمين وحماية واجراءات الشراء وضمان

وصول الخدمة. وتدعم خاصية الدفع الإلكتروني البطاقات الائتمانية الرئيسية بالإضافة الى الدرهم الإلكتروني وبطاقة حكومة الجزائر الإلكترونية والخصم المباشر من الحساب¹ مع خدمة الدفع الإلكتروني ببطاقة الدفع ما بين البنوك و البطاقة الخاصة ببريد الجزائر البطاقة الذهبية يمكنكم شراء التذاكر على الانترنت مع الخطوط الجوية الجزائرية

الخدمة :

تعتبر الخدمات جزءا من المنتجات فالمنتجات اما أن تكون سلعا أو أفكار أو خدمات وحتى يتسنى لنا وضع مفهوم شامل لها يجب علينا الأخذ بعين الاعتبار وجهات نظر متعددة وذلك أن مقدم الخدمة يختلف عن المستفيد منها في مواقفه وميوله وحتى المستفيد فان مواقفه هي الأخرى تكون متباينة لعدة اعتبارات

- 1- حيث عرفها kotler et amstrong بأنها نشاط أو منفعة يقدمها طرف الى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يتتب عليها أي ملكية فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أو لا يكون.²
- 2- يمكن تعريف الخدمة بأنها نشاط أو سلسلة من الأنشطة التي تكون ذات طبيعة غير ملموسة بدرجة أكبر أو أقل، تتم عند التفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة أو باستخدام موارد أو منتجات أو أنظمة مقدم الخدمة، وقد يكون هذا النشاط استشارة طبية أو محاضرة، أو عملا محاسبا أو صيانة... الخ³
- 3- هي عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء تقدم من طرف الى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس

¹ اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني كآليات للتقليل من الكتلة النقدية غير الرسمية المتداولة في الاقتصاد الجزائري بتصرف بدلال علي جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة العدد مارس 2018 ص218

² بشير عباس العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال، دار الوراق، الأردن، 2012، ص 19

³ نجم عبود نجم، الجودة الإلكترونية -المراجعة وأبعاد التطور - ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الأول ادامة التميز والتنافسية في مؤسسات القطاع العام والخاص، عمان الأردن، 2018.

الخدمات تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية وهي بشكل عام تستهلك عند وقت انتاجها وتقديم قيمة مضافة وهي بشكل أساسي غير ملموسة لمشتريها

تعريف بمؤسسة بريد الجزائر :

نشأت مؤسسة بريد الجزائر نتيجة لعدة اصلاحات شملت اعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات بحيث أعطت الدولة بذلك حرية التصرف الكاملة لهذا المتعامل الاقتصادي للمشاركة في النمو الاقتصادي والاجتماعي للدولة كانت مؤسسة بريد الجزائر تسيير وفق أحكام الأمر رقم 75-89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 والمتضمنة قانون البريد والمواصلات.¹

ان ميلاد بريد الجزائر وبروزها في السوق ليس وليد الصدفة بل هو نتيجة لتضافر عدة جهود وعوامل جها خارجية ولا يمكن التحكم فيها ولا حتى توجيهها من بينها محاولات الجزائر للانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة التي تضم أكبر عدد من البلدان المتحكمة في التجارة العالمية خاصة في اقليم حوض البحر الأبيض المتوسط وما تمليه من شروط على الدول التي ترغب في الانضمام اليها والسوق العالمية تعيش في خضم تأثيرات العولمة وما جاءت به من تغيرات في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال وعلى رأسها الانترنت التي قلدت كل الموازين وغيرت من شكل العالم هيكلة المؤسسات طرق التنظيم والإدارة داخل هذه المؤسسات.²

هذا ما يقال على قطاع البريد والمواصلات الذي وضمن تأثيرات البيئة العالمية اليو تم اعادة هيكلته واد خال اصلاحات عليه تمخضت عنها ميلاد مؤسستي الجزائر للاتصالات و بريد الجزائر لكن قبل ذلك فان ادارة البريد والمواصلات الجزائرية قد ورثت عن النظام الفرنسي ما بعد الاستقلال معظم التشريعات المتعلقة بخدمات هذا القطاع واستمر نشاطها بصفة عادية

¹ الأمر 89/75 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 المتضمن قانون البريد والمواصلات

² سعادي الخنساء، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجيه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي - دراسة حالة الجزائر رسالة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة ص 119.

حتى سنة 1975 حيث تم اصدار الأمر رقم 89-75 المؤرخ في 30 سبتمبر 1975 المتضمن قانون وزارة المواصلات

من جراء اعادة تنظيم قطاع البريد والمواصلات وفي اطار سياسة الاصلاح والتطوير لقطاع البريد أنشأت مؤسسة بريد الجزائر كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري EPIC حفاظا على الارث القديم الوظيفي والرمزي للمؤسسة الأم الذي غذى الذاكرة الجماعية بكلمة الرمز بريد فان مؤسسة بريد الجزائر تحاول جادة خلق وجه جديد يحمل خصائص الهوية لبريد الجزائر

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

أثر جودة الخدمات الالكترونية في تحسين رضا العملاء في قطاع بريد الجزائر لمدينة قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، بتصرف شيروف فضيلة.

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أثر أبعاد جودة الخدمات الالكترونية على رضا العملاء في قطاع بريد الجزائر بمدينة قسنطينة، اعتمدت الدراسة على خمسة أبعاد تقضي إلى تقديم خدمات الكترونية ذات جودة عالية (الاعتمادية، تصميم الموقع، الاستجابة، الأمن، سهولة الاستخدام). وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم تصميم الفرضيات التالية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المقدمة في بريد الجزائر ورضا العملاء في مدينة قسنطينة. وقد تم تطبيق استمارة استبيان وزعت على عملاء بريد الجزائر وتم تحليلها إحصائياً ببرنامج spss باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتم اختبار الفرضيات باستخدام الانحدارات البسيطة والمتعددة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها صحة الفرضية العامة للدراسة وخلصت إلى وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين أبعاد جودة الخدمات الالكترونية المقدمة في بريد الجزائر ورضا العملاء في مدينة قسنطينة، ما عدا بعد الأمن.

الكلمات المفتاحية

جودة الخدمات الالكترونية ; رضا العملاء ; خدمات بريد الجزائر²¹

الدراسة الثانية:

المخاطر الالكترونية المدركة وعلاقتها بثقة العملاء في المنظمات الافتراضية - بريد الجزائر أنموذجاً، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، بتصرف فالتة اليمين .برني لطيفة .حايف سي حايف شيراز.

حاولت هذه الدراسة مواكبة الحدث الذي عرفته مؤخراً مؤسسة بريد الجزائر عندما حاولت بعض التطبيقات الالكترونية على شبكة الانترنت انتحال هويّة وشعار هذه المؤسسة، من أجل جمع البيانات الخاصة بالمستخدمين بغية استعمالها لإلحاق الضرر بسمعة المؤسسة وبعملائها، وقد استهدفت هذه الدراسة عينة من أساتذة الكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة بسكرة، من بين ذوي الحسابات جارية - باعتبارها الفئة الاجتماعية الأكثر وعياً بمثل هذه المخاطر - بغية قياس مدى إدراكهم لمخاطر التعاملات الالكترونية وعلاقة ذلك بمستوى الثقة لديهم، حيث أظهرت النتائج أن المخاطر المدركة لا تمس بثقة عملاء هذه المؤسسة، لأنهم في أغلب الحالات وإن كانت نادرة لا يستسيغون هكذا تعاملات إلا في حدود ضيقة كالاطلاع على الرصيد أو كشف للحساب، أو بغرض طلب دفتر الشيكات. وقد أولت هذه الدراسة انعدام العلاقة بين المخاطر المدركة وثقة العملاء في المنظمات الافتراضية ومنها مؤسسة بريد الجزائر أنموذجاً، لانعدام التعامل الالكتروني في شكله التجاري³

الكلمات المفتاحية

المخاطر الإلكترونية، ثقة العملاء، المنظمة الافتراضية، التجارة الإلكترونية، بريد الجزائر.

¹ أثر جودة الخدمات الالكترونية في تحسين رضا العملاء في قطاع بريد الجزائر لمدينة قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، بتصرف شيروف فضيلة

²

³ المخاطر الالكترونية المدركة وعلاقتها بثقة العملاء في <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/258> برني فالتة اليمين المنظمات الافتراضية - بريد الجزائر أنموذجاً، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، بتصرف حايف سي حايف شيراز .لطيفة

الدراسة الثالثة:

تطور طرق الدفع في التجارة الالكترونية مجلة معهد العلوم الاقتصادية بتصرف حمدي
باشا راجح . وهيبية عبد الرحيم .

يعتبر نظام ووسائل الدفع لأي اقتصاد مؤشراً عن مدى سيره وعمله، وهو ما جعل البنوك في مختلف دول العالم تدرك بأن لتطوير وتحديث وسائل الدفع أولوية، وهذا لأن وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق وسائل دفع الكترونية غير مكلفة ومجردة مادياً، وكانت نتيجة لتراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية بالإضافة لعدة عوامل أخرى كظهور التجارة الالكترونية وتوسع العمليات المصرفية التي تعتمد على شبكة الانترنت، فظهور هذه الوسائل هل على الزبون وحتى المصرفي جميع عمليات الدفع، وفي نفس الوقت اتضح أن العمل المتناسق لوسائل الدفع الالكترونية الحديثة النشأة، يتطلب تنظيمًا قانونيًا ودرجة أمان عالية، حيث ظهرت عدة مشاكل مرتبطة بظهور وسائل الدفع الالكترونية كالجرائم الالكترونية وعمليات القرصنة.

الكلمات المفتاحية

التجارة الالكترونية؛ وسائل الدفع الالكترونية¹¹.

¹¹ <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/258> تطور طرق الدفع في التجارة الالكترونية مجلة وهيبية عبد الرحيم . حمدي باشا راجح معهد العلوم الاقتصادية بتصرف

تمهيد :

لقد شهد العالم من أوائل السبعينات دخول عديد من البطاقات البلاستيكية إلى النشاط المصرفي، و زاد من أهميتها و تعدادها بتطور التجارة الدولية و تطور وسائل الدفع الالكترونية، و نمو حجم التجارة الالكترونية. و تعتبر بطاقة الائتمان من أهم هذه البطاقة، وهي حاليا الأكثر انتشارا في العالم حيث يزداد استخدامها بمعدل مرتفع نسبيا إلى 7.8% في بعض الدول مثل الولايات المتحدة الأمريكية و يلاحظ البعض أن الغالبية العظمة من المشتريات عبر الانترنت ما تزال تتم بواسطة بطاقة الائتمان و هذا يعني أن الانتشار الواسع الناطق لهذه النوعية من البطاقة يعود إلى جانب هام إلى زيادة شراء السلع و الخدمات عن طريق شبكة الانترنت أي إلى زيادة حجم التجارة الالكترونية.

المطلب الثاني: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

الفرع الأول: نشأة وسائل الدفع الالكتروني:

ان ظهور وسائل الدفع الالكتروني هو نتيجة التحديات المالية بفعل المصرفية الالكترونية ومصارف الانترنت ومهما كانت درجة الحداثة على المستويات الجزئية فإن عالم الوساطة المالية عرفت تحولا نوعيا غير من أبعاد وأهداف واستراتيجيات المصارف في السنوات الأخيرة وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيا الجديدة في الاعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية.¹

غير أن استخدام البطاقات بدل الائتماني يرجع في الواقع إلى ظهور بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف في فرنسا وفي الولايات المتحدة الأمريكية من خلال بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد.

أصدرت مجموعة مكونة من ثمانية مصارف بطاقة، لتحويل بعد مدة إلى شبكة عالمية، كما تم طرح في نفس الوقت البطاقة الزرقاء من قبل مصارف فرنسية.

¹ Michel Volle. E-economie ; edition Economica ; paris 2000 ; p ;87.

حيث أنه في نهاية السبعينيات نتيجة الثورة الالكترونية تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية في الكثير من الدول الصناعية وما ميزها أنها تحتوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراءات عملية الدفع.

وتعددت أشكال وسائل الدفع العصرية من خلال السحب أو الدفع أو بالتعامل بالأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف ويرجع استخدام النقد الالكتروني لبداية الثمانينيات حيث برز مفهوم النقد الالكتروني بداية التسعينيات أصبح كل بطاقات الدفع برغوتية فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها وهو ما يعد دعم كبير لأمن وسلامة العمليات.¹

2. تعريف وسائل الدفع الالكتروني

تمثل وسائل الدفع الالكتروني أهم مكونات نظام الدفع الالكتروني تنفذ فيه المعاملات بواسطة وسائل الدفع الالكترونية ومصطلح الالكتروني يعني:

يقصد بوسائل الدفع الالكتروني على أنها مجموعة من الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الالكترونية، والشبكات الالكترونية والبطاقات البنكية.²

ومصطلح الدفع الالكتروني مصطلح واسع ويجمع في طياته كل وسائل الدفع التي تستخدم فيها تكنولوجيا متقدمة للوفاء مثل التحويلات الالكترونية للأموال، الشيك الالكتروني والدفع بالنقود الالكتروني.³

¹ سعيد بريكة، واقع عمليات المصرفية الالكترونية وأفاق تطورها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة العربي بن مهيدي، 2011، ص 152-153

² مفتاح صالح، فريدة معارف، البنوك الالكترونية، منتدى موجه لإدارة الأعمال، بسكرة، 2010، ص 08.

³ عبد الفتاح البيومي الحجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2004، ص 25.

هي تقنية تستخدم فيها وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوءة أو كهرومغناطيسية في تبادل المعلومات وتخزينها¹

هي الدورة الالكترونية المأمونة والسريعة لنقل الأموال من المشتري إلى البائع عبر المؤسسات المالية وبأقل تكاليف ممكنة²

وتتضمن عمليات الدفع الالكتروني أربعة أطراف: المتعامل (الدافع أو المشتري) المصرف الذي أصدر وسيلة الدفع، المصرف الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدافع (البائع) شبكة البطاقات.³

الفرع الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكتروني

نتيجة للتطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية حولت البنوك والبريد والمواصلات أغلب وسائل الدفع إلى وسائل دفع الكترونية، وتعددت هذا الأخير واتخذت أشكال تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، وكانت أولها البطاقات البنكية والتي تطورت من البطاقات ذات الشكل المغناطيسي إلى البطاقات ذات الخلية الالكترونية، كما ظهرت وسائل دفع الكترونية أخرى.

¹ محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية عمليات بين البنوك، المجلد الرابع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص44.

² محرز نور الدين وصيد مريم، نظم الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، الملتقى الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية- جامعة جيمس مليانة، 27/26 أبريل 2011، ص14.

³ محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية والمصرفية المجلد الثاني التشريعات التجارية الالكترونية دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ط1، 2007، ص44.

1/ أهم البطاقات الالكترونية

1. بطاقات الائتمان credit card

اختلفت التسميات التي أعطاها الفقه لهذه البطاقات فالبعض يسميها البطاقات البلاستيكية والبعض الآخر يسميها البطاقات الدائنية والبعض الآخر يسميها بطاقة الوفاء أو البطاقات البنكية.¹

بطاقة الائتمان هي تلك البطاقات التي تصدرها البنوك والمصارف في حدود مبالغ معينة متفق عليها بين البنك والعميل.

وتعتبر هذه البطاقات من أكثر البطاقات انتشارا في العالم، حيث مازال الكثير من الأعمال ومعاملات الإدارة الالكترونية تتم من خلالها، وتصدر البنوك هذه البطاقات، كما تقوم جهات أخرى غير مصرفية بإصدارها أيضا. وتصدر المصارف هذه البطاقات في حدود مبالغ معينة ومن أمثلتها بطاقات تحمل صورة العميل منعا للتزوير والسرقة، كما يتم إصدارها بالعمليتين المحلية والأجنبية

إن بطاقة الائتمان هي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم، شخصية، تصدرها البنوك وشركات التمويل الدولية، وتمنح لأشخاص لهم حسابات مصرفية دائمة ومستمرة. وبموجب هذه البطاقات يمكن لحاملها الوفاء بقيمة مشترياته لدى المحلات التجارية المعتمدة لدى البنك المصدر للبطاقة، على أن تتم التسوية فيما بعد، وتعد من وسائل الدفع الالكتروني على المستوى الدولي .

2. بطاقات الخصم Debit Card

هذه البطاقات هي تطوير لاستعمال الشيكات حيث تقوم الهيئة المصدرة للبطاقة بترصيد القيمة المسحوبة عليها مباشرة ولحظة القيام بالعملية من حساب حامل البطاقة، وهي نتائج التطور الالكتروني في مجال المعلوماتية والاتصال وتتميز بقلّة

¹ نادر عبد العزيز الشافي، المصارف والنقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، ص226.

تكلفتها وعدم وجود خط إقراض، وقد ظهرت وانتشرت مع بداية السبعينيات في شمال القارة الأمريكية.¹

وتعتمد هذه البطاقات أساسا على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في شكل حسابات جارية يكن الاعتماد عليها لمقابلة مسحوبات المتوقعة، وتحقق هذه البطاقات لحاملها مزايا التوفير والجهد، كما تعتبر أيضا مصدرا لزيادة إيرادات البنك.

وقد أثبتت تلك البطاقات سهولة ويسر في التعامل بل وجعلت العملاء يقدمون على إيداع نقودهم في تلك البنوك لأن أي من تلك البطاقات تضمن الحفاظ على النقود علاوة على سهولة سحبه دون عناء وفي أي لحظة.²

وتخول حاملها السداد مقابل السلع والخدمات حيث يتم تحويل ذلك المقابل من حساب العميل إلى حساب التاجر لذلك تعتمد هذه البطاقة على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك، وذلك بتحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب العميل إلى حساب التاجر بطريقتين إحداهما مباشر والأخرى غير مباشر .

3. بطاقات الصرف البنكية Charge card

تتيح هذه البطاقات لحاملها الشراء على الحساب في الحال، على أن يتم التسديد بصورة لاحقة، فهي لا تتضمن أي معنى للائتمان بل على حاملها أن يسدد قيمة مشترياته مباشرة بمجرد إرسال الفاتورة له ولا يتحمل جراء ذلك أي فوائد، في الفترة ما بين الشراء والسداد، ولا تتجاوز فترة الائتمان فيها مدة الشهر حيث أن المحاسبة فيها تتم شهريا، وفي الحال تأخر العميل عن السداد خلال الفترة المحددة فإن البنك يحمله فوائد تتراوح بين 1.50% و 1.75% شهريا .

تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية في السداد يجب أن يتم بالكامل من ناحية العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب. ورغم المزايا التي تتيحها البطاقات

¹ نضال سليم ابراهيم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2010، ص122.

² نضال سليم ابراهيم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص123

البلاستيكية لحاملها إلا أنها تزال غير منتشرة بالقدر الكافي في الوطن العربي ويمكن إرجاع ذلك لعدة أسباب من بينها انخفاض المستوى الثقافي أو مستوى الدخل

1/ البطاقات البنكية وأنواعها

تعرف البطاقة البنكية على أنها: عبارة عن بطاقة بلاستيكية 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 الذكية لاحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى.¹

2/ النقود الالكترونية

من الممكن أن يطلق عليها العملة الرقمية ويعتبر النقد الرقمي من الأمثلة على العملة الرقمية حيث يتم تخزينه الكترونياً ويمكن استخدامه لتنفيذ عمليات الدفع الالكتروني عبر الانترنت، إن عملية الدفع الحسابات للنقد الرقمي شبيهة بحسابات البنوك التقليدية حيث يقوم الزبائن بإيداع نقودهم في حساباتهم النقدية الرقمية حتى يتمكنوا من استخدامها فيما بعد لإجراء عمليات التحويل أو الشراء من خلالها عبر الانترنت.²

3/ البطاقات الذكية

ظهرت هذه البطاقات تماشياً مع التطورات التكنولوجية، وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل: الاسم، العنوان، المصرف، المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف وتاريخه، وتاريخ حياة الزبون المصرفية.

¹محمد نو، صالح الجداية، سناء جودة خلف، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2009، ص235.

²خضر مصباح الطيبي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجارياوإداري، دار الحامد، عمان، 2000، ص410.

وتعرف أيضا على أنها: عبارة عن كارت بلاستيكي يتشابه من حيث الحجم والشكل ببطاقة الائتمان، ولكنه مزود بكمبيوتر صغير به ذاكرة تسمح بتخزين بيانات يمكن استدعاؤها بطريقة منظمة وتسمح البطاقات الذكية كذلك بتخزين نقود أو وحدات الكترونية يمكن استخدامها في سداد أثمان السلع والخدمات.¹

وللبطاقات قدرة عجيبة في سرعة التعامل ولها القدرة على تنفيذ العمليات الأكثر تعقيدا وتعتبر محفظة نقدية الكترونية كما تعتبر ناظمة معلوماتية الكترونية تحتفظ بكل العمليات وترصد الحسابات الجارية. وهي اليوم واحد من وسائل الدفع التي تحل محل النقود الورقية وبطاقات الائتمان الأخرى.²

2/ الشبكات الالكترونية

هي محور ثلاثي الأطراف معالج الكتروني بشكل كلي، أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد ولعل الشبك الالكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الالكترونية.³

وقد أثبتت نتائج والدراسات أن تكلفة تشغيل الشبك الالكتروني أقر بكثير من تكلفة تشغيل الشبك الورقي حيث أوضحت أن تكلفة هذه الأخيرة 29 سنة بينما تكلفة تشغيل الشبك الالكتروني 21 سنة فقط.⁴

¹ شريف محمد غنام، محفظة النقود الالكترونية رؤية مستقبلية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2007، ص16.

² محمد بن عزة، جليلة زويهي، واقع المصاريف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، جامعة 2011، ص05.

³ مصطفى كمال طه، ونل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكتروني الحديثة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2007، ص350.

⁴ نادر شعبان، ابراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الالكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، السكندرية، مصر، 2006، ص120.

3/ التحويلات الالكترونية للأموال

يقصد بنظام التحويل المالي الالكتروني مجموعة من القواعد والاجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر بنوك الكترونية أو بنوك انترنت مرخص لها بالقيام بهذه العملية ويتم اصدار أمر التحويل عن طريق كمبيوتر ومن خصائصها ضمان الأمان وأكثر مصداقية للمتعاملين إضافة إلى أنها مجموعة من العناصر كاختصار الزمن ووفرة الجهد والتكلفة وسير في التعامل بفعل قابليته للتجزئة بفعل توزيع مبلغ مستند التحويل على أكثر مستفيد على غرار الشيك¹.

ومن بين هذه الوسائل للدفع الالكتروني التي تم اختيارها من قبل البنوك للزبائن وفقا للشروط محددة ومختلف أنواع الخدمات وهي :

-البطاقة الذهبية-

هي بطاقة دفع الكترونية أطلقها بريد الجزائر في جانفي 2017 بهدف تسهيل الحياة اليومية للمواطن، تتيح هذه البطاقة الجديدة لحاملها مكانية اجراء مختلف أنواع المعاملات المالية عن بعد عبر الانترنت، دون التنقل إلى مكاتب البريد كتسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالمياه والكهرباء، تسديد قيمة المشتريات لدى الذين يملكون نهائيات الدفع الالكتروني...

كما تسمح باقتناء مختلف المنتجات والأغراض المتوفرة بفضاء "بريدي نت" هذا الأخير الذي يعتبر فضاء تجاريا الكترونيا ثم 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 "نפטال" فضلا عن ذلك فالبطاقة تمكن صاحبها من استخراج الأموال بالموزعات الآلية GAB والشبابيك داخل البلدية.²

¹ الحبيب بن باير، محمد عبد العزيز بن كاملة، الملتقى الدولي الرابع حول: عصنة وسائل الدفع مدخل لتطوير الأداء والفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية، جامعة وهران، 26/27 أفريل، 2011، ص05.

² www.poste.dz.

المبحث الثاني: الإطار التنظيمي للمؤسسة

المطلب الأول: مفهوم ومهام بريد الجزائر

أولاً: أصول مكتب البريد في الجزائر

في الأراضي الجزائرية وخلال الفترة الاستعمارية، كانت مهمة البريد الحفاظ على الارتباط بالعاصمة من خلال استقبال الحوالات البريدية والشيكات البريدية واشترابات الصحف وبيع الطوابع والودائع النقدية. معاشات التقاعد ورواتب المعلمين وموظفي البلدية وكذلك الإدارات العامة.

تحت الاسم الرسمي Poste Telegraphe & Telephone الذي تم الحفاظ عليه بعد الاستقلال، يفضل الجميع الاختصار المكون من الأحرف الثلاثة الأولى PTT والتي مرور الوقت سيتم وصفها بمودة وبروح الدعابة من قبل سكان Petit Travail Tranquille

عند الاستقلال، ورثت الخدمة البريدية الجزائرية بنية تحتية دمرتها الحرب، وهياكل محدودة وغير مناسبة مصممة في المقام الأول لخدمة الأقلية من المستوطنين.

يترك الرحيل الجماعي لعمال البريد في المدن و Blackfoot فراغا كبيرا للخدمات العامة بشكل عام. حرصا ونفاذا الصبر على استعادة السيادة على المنصب، حرص الموظفون الجزائريون على مواجهة التحدي واستولوا على الشبكة التي كانت تتألف، في ذلك الوقت من حوالي 600 مكتب بريد.¹

وزارة البريد

منذ الاستقلال، تطورت وزارة البريد الجزائرية نفسها تحت أسماء مختلفة، حيث انتقلت من PTT إلى PT ثم إلى MPTIC ووزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ثم أخيرا وزارة البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات

¹ www.poste.dz.08/05/2021

والرقمية. لإعادة تأهيل وتحديث خدماتها المالية الجديدة وتوسيع شبكاتها والتوفيق بين مهمة البريد والخدمة شاملة ودورة الاقتصادي.

في نهاية فترة طويلة جعلت الإدارة الادارية البحتة هي السائدة على هذين المحورين الأساسيين للحياة الاقتصادية، بدأت اعادة هيكله قطاع البريد والاتصالات في عام 1999، ثم تحققت في عام 2000، من خلال القانون رقم 03-2000 الذي وضع قواعد العامة للبريد والاتصالات.¹

أنشأ هذا القانون مؤسستين عموميتين،(البريد الجزائري) و (اتصالات الجزائر) لتعزيز هذين القطاعين الرئيسيين وفرض قيود الربحية الاقتصادية والمتطلبات التجارية على جودة الخدمة التنافسية والمشاركة في بناء الاقتصاد الوطني، ما كان يسمى بمودة الوظائف الصغيرة الهادئة قد تغير كثيرا اليوم مع التقدم المذهل لتكنولوجيا الجديدة والنمو الاقتصادي وخاصة الديمغرافي الذي تشهده الجزائر.²

ثانيا: شعار مؤسسة بريد الجزائر

لهذا الغرض قامت باختيار الاسم التجاري بريد الجزائر لتقريب المستهلك من حقل شعار وتوقيع يختصر (Logo) نشاط المؤسسة كما اختارت رسما مميزا للاسم التجاري شعارا وتوقيع يختصر أهداف المؤسسة .

أما الشعار فانصب الاهتمام على الألوان: فالأصفر الفاقع اللون للتذكير وجلب الانتباه، ولون أزرق داكن كدلالة على خاصية الاعلام. يتشكل الشعار من قسمين: قسم بالرسم الكاليفرافي يسمح بقراءة الحرف (ب) والحرف (ج) للدلالة على بريد الجزائر موجودان في وضعية متناظرة تشرح طرق النقل المستعملة (الجو، البر والبحر) وقسم باللون الأزرق يدل على اسم المؤسسة باللغة العربية وباللغة اللاتينية،

¹ www.poste.dz.2021/05/08

² www.poste.dz.2021/05/08

أما التوقيع وهي الجملة المقروءة التي تصاحب العروض الاشهارية فقد اختارت المؤسسة التعهد بالتواجد بالقرب من الزبائن وفي المكان من خلال الجملة التالية:

pour etre pres de vous nous engageons a etre partout¹

ثالثا: مهام مؤسسة بريد الجزائر

ان هذا الاطار القانوني كمؤسسة عمومية وكمؤسسة تجارية واقتصادية، يؤدي اضطلاعها بالعديد من المهام تبدو في بعض الأحيان في ظاهرها متناقضة أو على الأقل صعبة التحقيق. فباعتبارها خدمة عمومية: يفرض على المؤسسة توفير للمجتمع أحسن الخدمات بأقل التكاليف لتسمح لكل شرائح المجتمع الاستفادة منها. وباعتبارها مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري: يجب أن تعمل على تخطيط وترقية تنميتها وتقليص تكاليفه والعمل على الحصول على نتائج ايجابية لمتابعة تطورها. باعتبارها مؤسسة اقتصادية ذات دور حيوي في مجال البحث والاستثمار لتوفير الشروط الضرورية لباقي القطاعات للاقلاع الاقتصادي الشامل. فمهام هذه المؤسسة اذن تبدو متعددة والتوفيق بينها يبدو أيضا صعب التحقيق لكن كل منها يحمل التزاما واجب الأداء الانشغال.²

¹ ميروك يوسف، 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 حمة لخضر- الوادي-السنة الجامعية 2014-2015 ص17-18

² وهاب محمد، تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك. دراسة تقييمية لمؤسسة بريد الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر

ثانيا: خدمات بريد الجزائر

1/ الخدمات المالية

ثالثا: الأجهزة المساعدة للبطاقة الذهبية

الفرع الأول: جهاز الدفع الالكتروني TPE

لقد تعززت مؤسسة بريد الجزائر بمنظومة نقدية جديدة خاضعة للمقاييس الدولية والأمنية، تمكن من ادماج باقة من الخدمات الالكترونية منها خدمة الدفع الالكتروني، اذ تعتبر من بين الأولويات التي سطرته السلطات العمومية عصرنة وسایل الدفع الالكتروني في الجزائر، بالاضافة إلى استخدام وسائل الدفع الالكتروني سيساهم في جلب الزبائن جدد وفي ترقية صورتهم لدى الجمهور الواسع بالنظر إلى المكانة الخاصة التي يحتلها المتعامل بريد الجزائر في الدائرة المالية الوطنية وهي المكانة التي تؤكدتها المؤشرات التالية: ¹

- مايفوق 21 مليون حسابا بريدي جاري

- مايفوق 04 آلاف مليار دينار سنويا تحسب من طرف الزبائن

- أكثر من 05 ملايين زبون حامل للبطاقة النقدية الذهبية

- أكثر من 21500 شبك بخدمة الاعلام الالي، موزعين على مايفوق 3800

مؤسسة بريدية

كما يضمن بريد الجزائر للمتعاملين الاقتصاديين المتضمنين لنظام الدفع الالكتروني مايلي:

¹ وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد الجزائر

- ضمان السرية والمعالجة الأمنية والصدق والموثوقية والأمان بخصوص عمليات تبادل البيانات
- التزويد بجهاز الدفع الالكتروني مع ضمان التثبيت والصيانة والتكوين باستخدامه.
- توفير خدمة المرافقة وكذا خدمة التدريب على الاستخدام عند تثبيت الجهاز، مع توفير خدمة المساعدة¹

الفرع الثاني: جهاز الصراف الآلي

1-2/ تعريف الصراف الآلي:

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

هو جهاز الكتروني مهمته القيام ببعض العمليات المالية الالكترونية، تحفظ فيه النقود بطريقة آلية، 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 ولك بهدف تقليل الجهد والحصول على هذه الخدمات حتى في أوقات العمل الرسمية²

¹ وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد الجزائر

² حنان التيجاني، سارة خالد، عباس طالبي، دوربطاقة الدفع الالكترونية في تحسين الخدمات المالية، دراسة حالة بريد الجزائر - وكالة الوادي-مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، في العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، 2019/2018، ص80

2-2/ الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

- السحب النقدي
- ايداع النقد
- ايداع الشيكات
- دفع الفواتير
- الحصول على البطاقات المدفوعة مسبقا مثل البطاقة التي تسمح بالدخول إلى الانترنت
- استفسار عن الأرصدة والتحويل من الحسابات
- طلب كشف حساب
- تغيير الرقم السري
- طلب دفتر الشيكات

2-3/ مكونات الصراف الآلي:

- 1- خزانة نقود: معدة بطريقة مؤمنة، لا يتم فتحها إلى من قبل أشخاص مسؤولين يتم شحنها بأوراق نقدية من فئات معينة.
- 2- طابعة صغيرة: تطبع الايصالات اللازمة للعمليات المطلوبة من الزبائن بالخطوات الواجب القيام بها والمعلومات التي يطلبها.
- 3- شاشة ملونة: صغيرة الحجم بواسطتها يتم تسهيل اجراء العملية أو الباقات الإئتمانية المتعمدة لهذه الغاية.
- 4- قارئ البطاقة: فتحة مخصصة لادخال البطاقات الممغنطة أو البطاقات الإئتمانية المتعمدة لهذه الغاية.
- 5- لوحة أزرار: وهي لوحة أرقام وعبارات يستعملها العميل لاتمام عملياته المالية
- 6- فتحة النقود: هي فتحة صغيرة تخرج منها النقود التي طلبها العميل بعد اجراء العملية الصحيحة واذا كانت الكمية المطلوبة متوفرة في حسابه.

- 7- صندوق البطاقات المصادر: وهو صندوق خاص لحفظ البطاقات التي صادرتها الماكينة من الزبون نتيجة اخطاء متكررة، تفاديا للتلاعب بالماكينة، أو نتيجة خلل في البطاقة.
- 8- كاميرا: في بعض الاحيان يوجد كاميرات تصوير لأخذ صورة الزبائن الذين يجرون العمليات، لتحديد شخصيتهم وتحتفظ بصورهم وتاريخ اجراء العملية، ويتم الاحتفاظ بالصور في أرشيف خاص بكل أجهزة ATM.
- 9- شبكة الكترونية: لتشغيل الصراف الآلي وربطه بنظام المصرف وبشبكة الاتصالات المصرفية الممكنة داخل الدولة وخارجها.

تمهيد :

تقدم فيما سبق في بداية البحث عرض للمقدمة والاشكالية، حيث حاولنا من خلال رسم الحدود اشكالية الموضوع من جهة واعطاء نظرة من الناحية المفهومية والتركيز على اهم المتغيرات والمفاهيم الموجودة في عنوان الدراسة .

نهدف من خلاله اعطاء نظرة تكاملية عن مجريات الدراسة الميدانية والإطار المنهجي الذي يسمح بتحويل المعطيات النظرية الى معلومات اجرائية.

1/ - مجالات الدراسة:

إن مجالات الدراسة تعبر عن الحيز الايكولوجي الإنساني الذي تجرى فيه الدراسة وهو ذو أبعاد ثلاثة وتتمثل في المجال المكاني والبشري والزمني.

2/ المجال البشري:

ان اختيارنا لعينة ممثلة تمثيلا دقيقا لمجتمع الدراسة ، لم يكن سهلا خاصة ان مجتمع الدراسة كان كبير الحجم ويضم ثقافات متعددة ومستويات اجتماعية مختلفة ايضا .

بحيث اجريت الدراسة على مجموعة من الموظفين في بريد الجزائر

3/ المجال الزمني

أجريت الدراسة الميدانية: 2021/04/03، الى غاية 2021/05/09..

1 : المنهج المستخدم:

قد عرف علم المناهج تطورات معتبر نتيجة لتطور أنواع المناهج واستعانتها المتزايدة بتقنيات وأدوات القياس الدقيقة. ولذلك يعتبر المنهج مجموعة منظمة لبلوغ هدف، وبما ان دارستنا تهدف الى فهم استخدام الدفع الالكتروني في مؤسسة بريد الجزائر، لأجل ذلك اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يخدم موضوع بحثنا .

تعريف المنهج :

يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، علاقاتها، والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني ان المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث كما يشمل في الكثير من الأحيان على عمليات تنبؤ بمستقبل الظواهر التي يدرسها.

*ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة للظاهرة بطريقة كمية أو نوعية من اجل التعرف على الظاهرة من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطوره

1/ أدوات جمع البيانات :

الاستمارة:

*هي وسيلة من وسائل البحث العلمي في البحوث الاجتماعية حيث تتضمن مجموعة من الأسئلة حول موضوع أو مشكلة الدراسة بهدف جمع المعلومات، وعلى أثر هذا السياق تم إعداد استمارة حول استخدام الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر، حيث كان على الاختيار باعتماد العينة القصدية تتراوح كمية العينة حوالي 50 وعدد الأسئلة 18 وتحتوي على ثلاثة محاور، واستغرقت فترة جمع الاستمارات أكثر من (02) اشهر على أقصى تقدير.

1/ العينة:

"العينة هي تلك المجموعة من العناصر او الوحدات التي يتم استخراجها من مجتمع البحث ويجرى عليها الاختبار او التحقق ، على اعتبار ان الباحث لا يستطيع موضوعيا من كل مجتمع البحث نظرا للخصائص التي يتميز بها هذا المجتمع."1 كما يقرر فان دالين أنه اذا كانت المفردات من النوع المتجانس فان العينة الصغيرة تكون كافية²

كانت طريقة اختيارنا لعينة البحث بطريقة "مقصودة" ، حيث بلغ حجم عينة البحث 50 موظف من مختلف مؤسسات البريدية لولاية النعامة.

14 سعيد سبعون : الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع ، الجزائر ، دار القصة للنشر ، ط2، 2012 ، ص 155).

صلاح مصطفى الفوال، منتهج البحث في العلوم الاجتماعية ، مكتبة غريب، القاهرة، 1982، ص 3.327

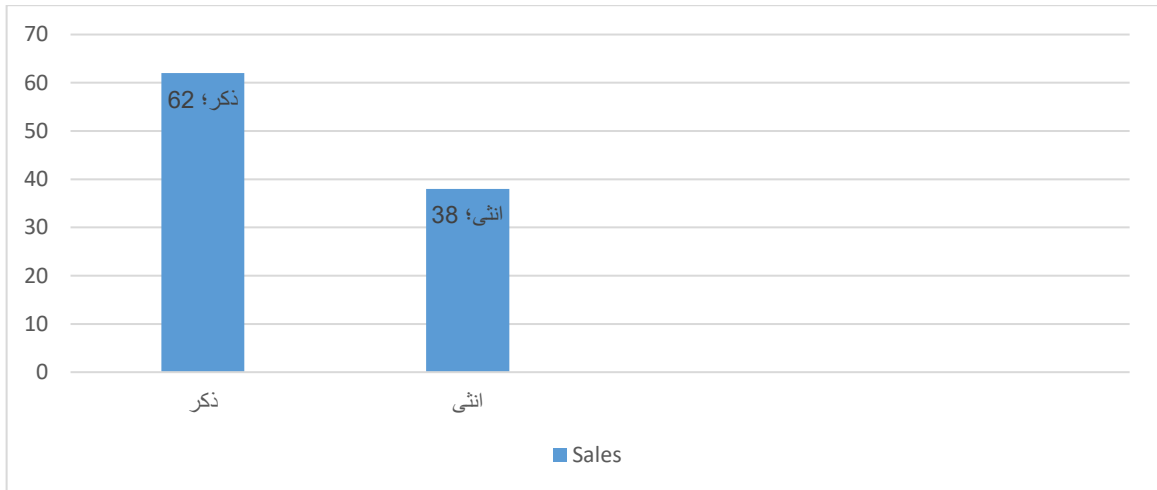
تحليل حسب التساؤل الأول : ما مدى تأثير عامل الثقة بين الزبون وأليات الدفع الالكتروني ؟

الجدول رقم (01): يمثل متغير الجنس :

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	31	62%
انثى	19	38%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(01) يوضح توزيع أفراد عينة البحث حسب النوع.

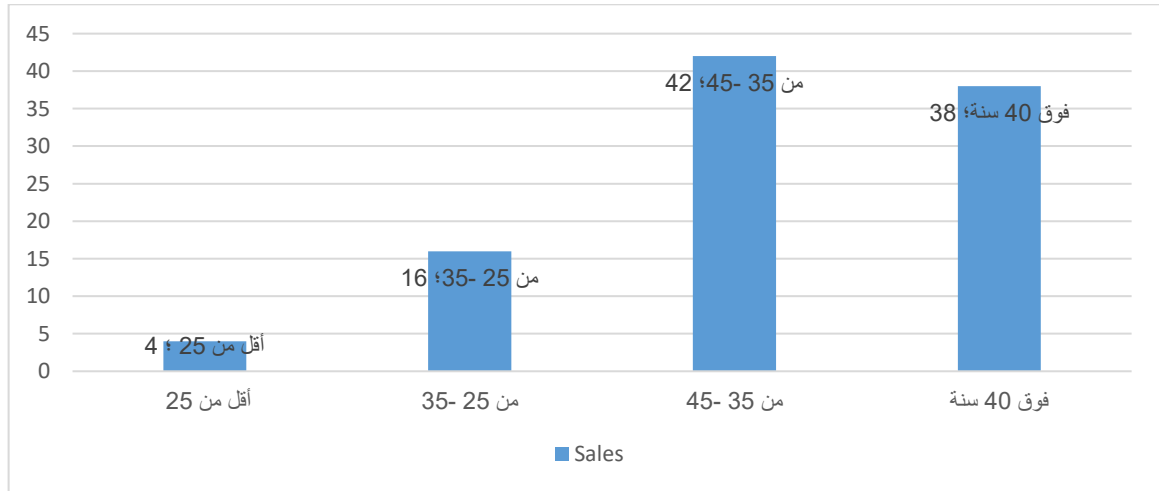
بحيث ان نسبة الذكور قدرت ب 62 % وهي أكبر نسبة، أما فئة الاناث والتي قدرت ب 38 %، وهي الفئة الاقل نسبة .



الجدول رقم (02): يمثل السن:

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25	02	%04
من 25 - 35	08	%16
من 35 - 45	21	%42
40 فأكثر	19	%38
المجموع	50	%100

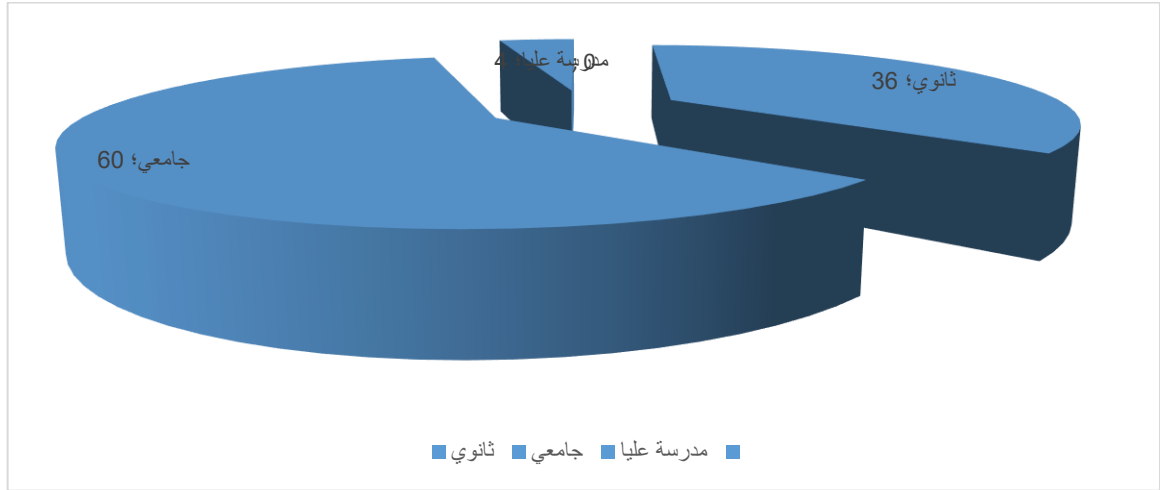
من خلال الجدول رقم(02) يوضح توزيع أفراد عينة البحث من حيث مرحلة السن، بحيث ان اكبر نسبة قدرت بـ 42% وهي فئة "الشباب" اما فئة " الكهول" والتي قدرت بـ 38% ، أما الفئة الاقل قدرت بـ 08%، وهي فئة "الشباب الاقل من 35سنة" والتي كانت الاقل نسبة .



الجدول رقم (03): يمثل المؤهل العلمي:

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	18	36%
جامعي	30	60%
مدرسة عليا	02	04%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(03) يوضح توزيع أفراد عينة البحث حسب المؤهل العلمي. بحيث ان اكبر نسبة قدرت بـ60% وهي فئة "الجامعي" اما فئة "الثانوي" فقدرت بـ36%، أما الفئة الاخرى والتي كانت الاقل نسبة و قدرت بـ 04% مما يشير الى الاهلية العلمية لمجتمع الدراسة وهو مايسمح بدعامة قوية في تطوير النشاط وتحسين المستوى الداخلي للمؤسسة.

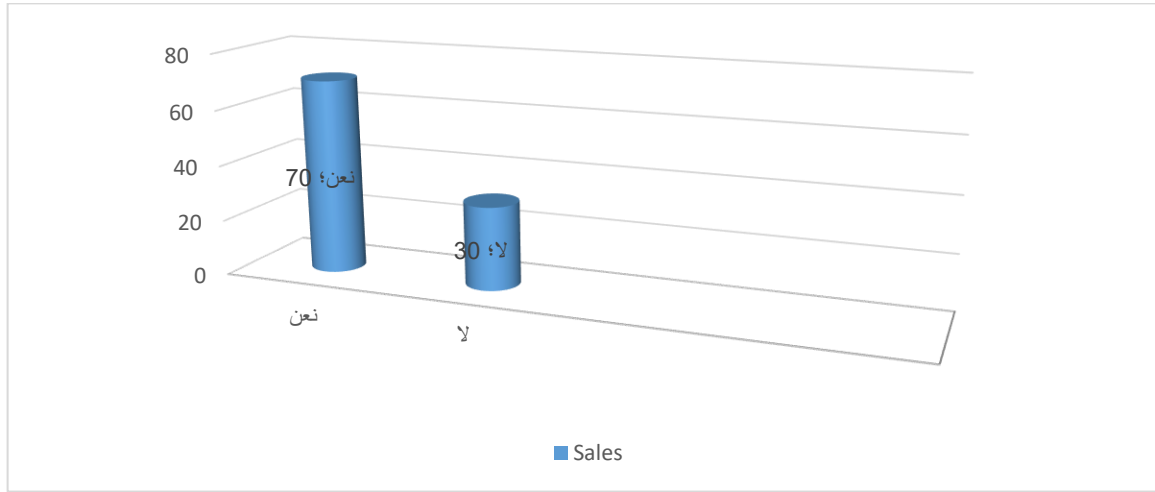


الجدول رقم (04): هل ساهمت وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ آليات الدفع الالكتروني لديك ؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	70%
لا	15	30%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(04) يوضح توزيع أفراد عينة البحث حسب مساهمة وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ آليات الدفع الالكتروني لدى العمال . بحيث ان اكبر نسبة قدرت بـ 70 % وهي فئة أكثر، أما الاقل نسبة فقدرت بـ 30% .

من خلال الجدول رقم (04) نستنتج أن مساهمة وسائل الاعلام والاتصال لها دور فعال في ترسيخ آليات الدفع الالكتروني لدى الزبون وكذا العمال مما يسهل عملية السحب والمعاملة بين العمال والزبائن.



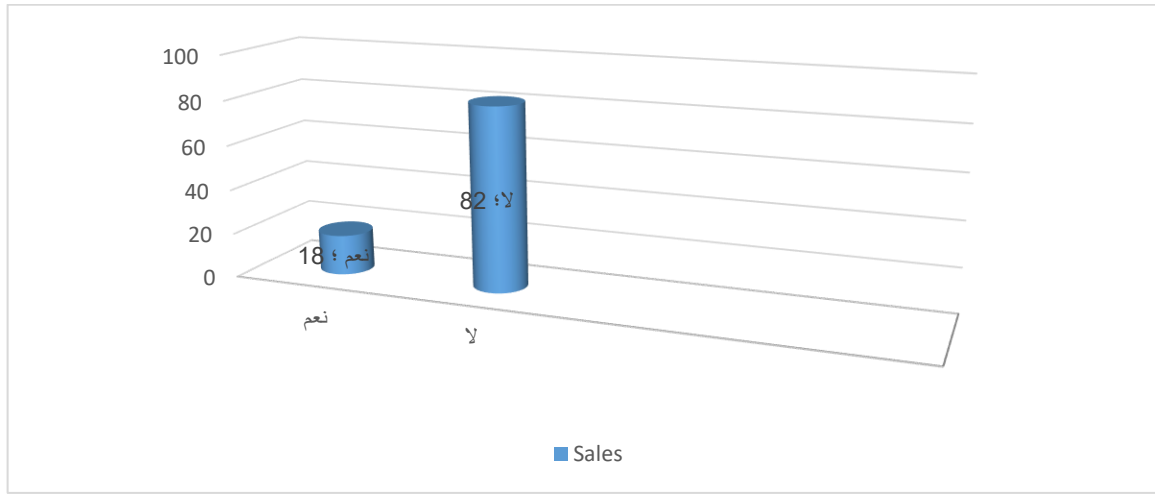
الجدول رقم (05): هل تعتمد على وسائل الاعلام في كيفية التعامل مع وسائل الدفع ؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	09	18%
لا	41	82%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(05) يوضح اعتماد العمال على وسائل الاعلام في كيفية التعامل مع وسائل الدفع .

بحيث أن نسبة 82% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "لا" أما الاجابة بـ "نعم" فقدرت بـ 18%.

من خلال الجدول رقم(05) نستنتج أن غالبية العمال لا تعتمد على وسائل الاعلام في كيفية التعامل مع وسائل الدفع ذلك لاعتماد مؤسسة بريد الجزائر على التكوين المكثف للعمال وكذلك ارسال برقيات تيلغرام



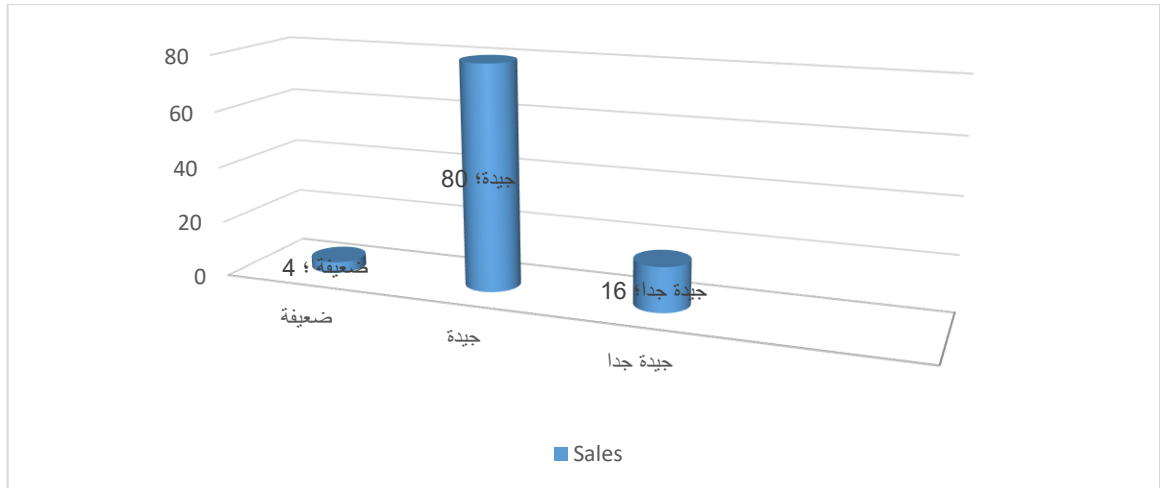
الجدول رقم (06): ماهي توقعاتك لدور وسائل الاعلام والاتصال في كيفية التعامل مع آليات الدفع الالكتروني؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة	02	04%
جيدة	40	80%
جيدة جدا	08	16%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(06) يوضح توقعات العمال لدور وسائل الاعلام والاتصال في كيفية التعامل مع آليات الدفع الالكتروني.

بحيث ان نسبة 80% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "جيدة" أما الاجابة بـ "جيد جدا" فقدرت بـ 16% ، أما الاقل نسبة فكانت "ضعيفة" وقدرت بـ 04%.

من خلال الجدول رقم (06) نستنتج أن وسائل الاعلام والاتصال لها دور كبير في تقديم خدمة لمؤسسة بريد الجزائر من خلال ايصال المعلومة للزبون بشكل صحيح في كيفية التعامل مع آليات الدفع الالكتروني كالاظهار والاعلانات ...



الجدول رقم (07): هل أساليب وسائل الاعلام والاتصال فعالة في ترسيخ فكرة التوجه لآليات الدفع لدى الزبون ؟

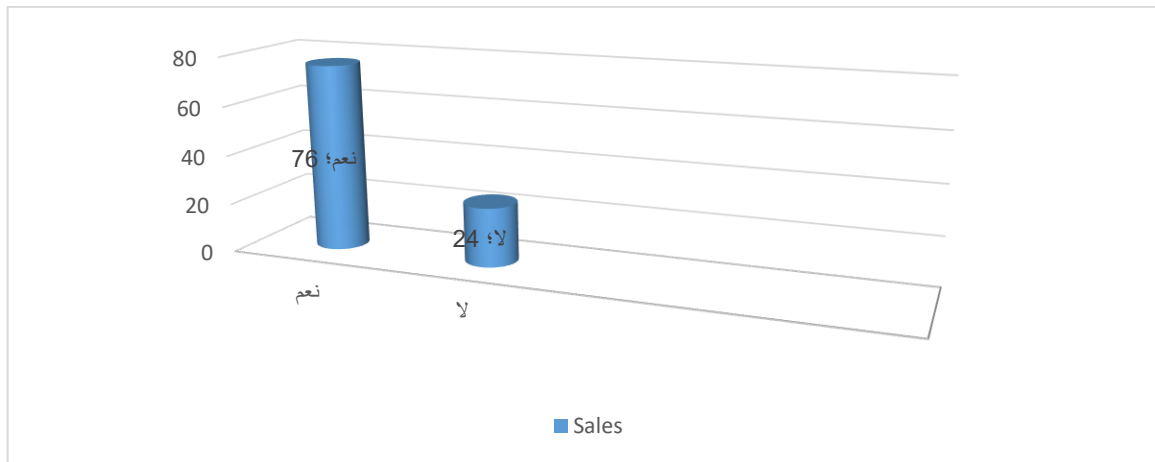
المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	76%
لا	12	24%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(07) يوضح أساليب وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ فكرة التوجه لآليات الدفع لدى الزبون.

بحيث قدرت 76% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "نعم" أما الاجابة الأقل فكانت بـ "لا" و قدرت بـ 24% .

من خلال الجدول رقم(07) نستنتج أن أهمية الأساليب المعتمدة من طرف الاعلام في ترسيخ فكرة التوجه لآليات الدفع، للاعلام أدوار كثيرة ومن ضمنها دوره في التنمية بمختلف مجالاتها وفي مايلي نستعرض أهم النقاط في دور الاعلام في التنمية الاقتصادية:

- 1- التعريف بالمنجزات الاقتصادية التي حققها الوطن
- 2- التعريف بالفرص الاستثمارية
- 3- تقديم المعلومات للمجتمع في القطاع الاقتصادي وكذلك توضيح كيفية التعامل مع خدمات الدفع الالكتروني.
- 4- تشجيع مختلف الجماهير لتفاعل مع المواضيع الاقتصادية.
- 5- تكليف المتخصصين في الاعلام الاقتصادي فقط لتغطية القضايا والمواضيع الاقتصادية⁴



⁴ أبو عرجة تيسير، الاتصال وقضايا المجتمع، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2013، ص13.

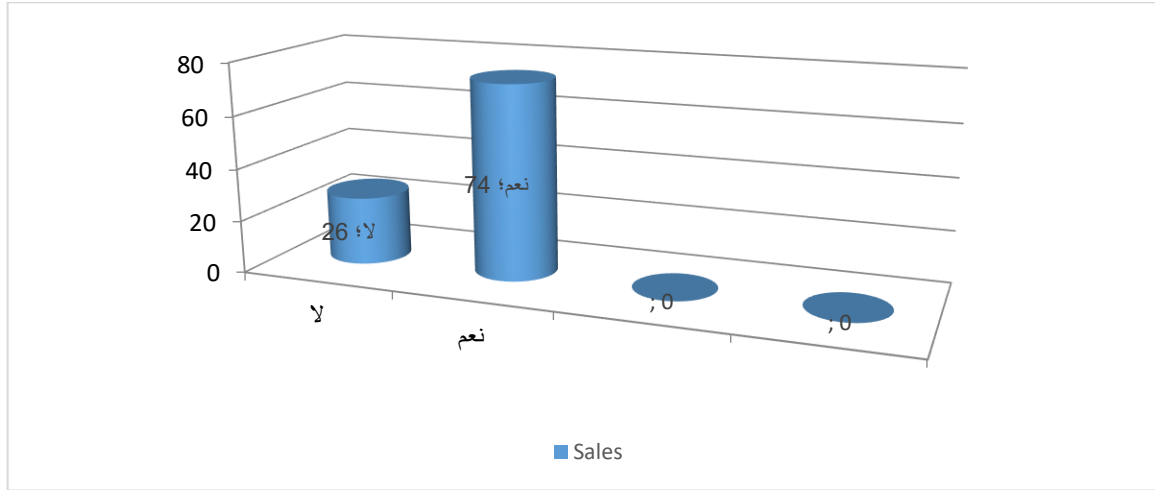
الجدول رقم (08): هل ضعف الاعلام والاشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكتروني سبب في عدم اقبال الزبائن؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
لا	13	26%
نعم	37	74%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(08) يوضح اذا كان ضعف الاعلام والاشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكتروني سبب في عدم اقبال الزبائن.

بحيث قدرت نسبة 74% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "نعم" أما الاقل نسبة فقدرت بـ 26% .

من خلال الجدول رقم(08) نستنتج أن تأثير لاعلام والاتصال في عدم اقبال الزبائن راجع إلى "عدم اجراء الدراسات والبحوث ومسح الرأي العام في القضايا والمواضيع الاقتصادية بالتعاون مع باحثين في مجالات ذات العلاقة ونشرها⁵

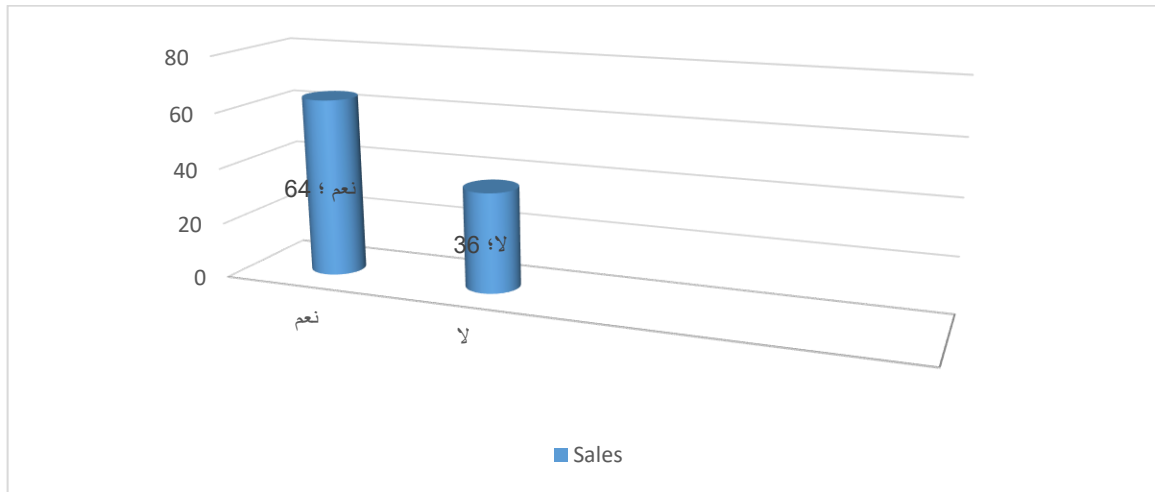


⁵ حسين سمير، الاعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 1984، ص31.

المحور الثاني: هل رأس المال الثقافي يؤثر على اقبال الزبائن للخدمة الدفع الالكتروني؟
الجدول رقم (09): هل المستوى التعليمي له دور في اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	32	64%
لا	18	36%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(09) يوضح اذا ماكان المستوى التعليمي له دور في اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني.
بحيث قدرت 64% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "نعم" أما الاقل نسبة فكانت "لا" و قدرت بـ 36% .



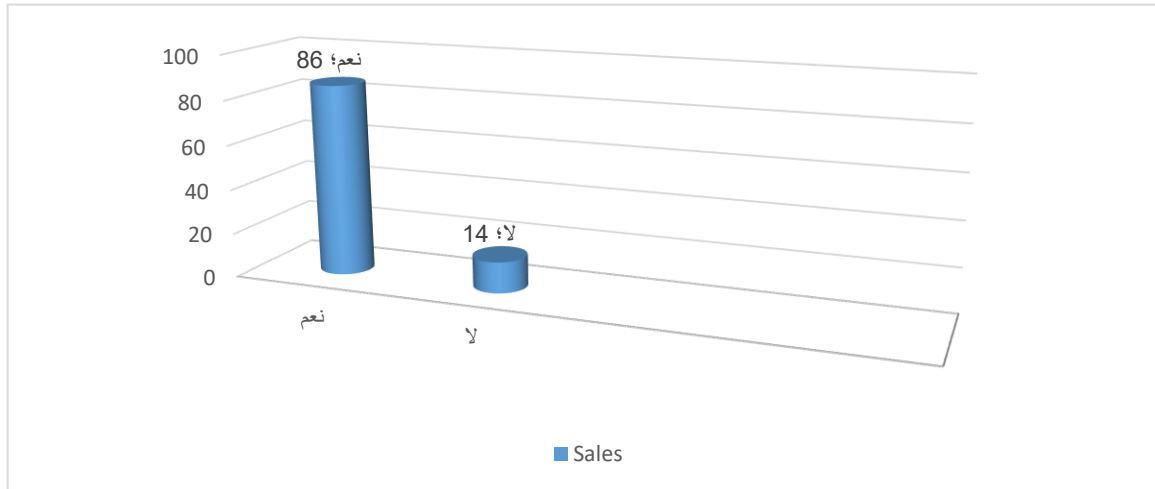
الجدول رقم (10): هل تتفق مع فكرة أن المستوى الثقافي عامل رئيسي في اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	86%
لا	07	14%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(10) يوضح ما اذا كان الاتفاق مع فكرة المستوى الثقافي عامل رئيسي في اقبال الزبون لخدمة الدفع الالكتروني.

بحيث قدرت 86% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "نعم" أما الاقل نسبة فكانت "لا" و قدرت بـ 14% .

من خلال الجدول رقم(10) نستنتج أن المستوى الثقافي له دور كبير في اقبال الزبائن على وسائل الدفع الالكتروني لأن التعامل مع مثل هذه الوسائل يستوجب مستوى ثقافي للزبائن لأنها تعتمد على وسائل تكنولوجية متطورة، وتقنيات حديثة.



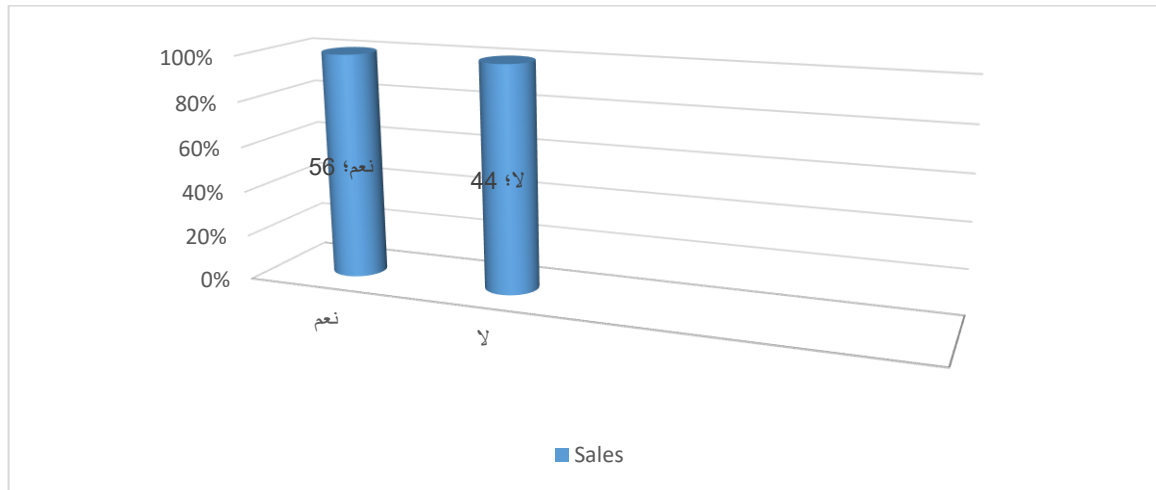
الجدول رقم (11): هل سبق وأن سألك الزبون عن كيفية استخدام وسائل الدفع الالكتروني؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	56%
لا	22	44%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(11) يوضح استفسارات الزبائن عن كيفية استخدام الدفع الالكتروني.

بحيث ان اكبر نسبة قدرت بـ 56% وهي والتي كانت الاجابة " نعم" أما اقل نسبة فكانت لا " و قدرت بـ 44% .

من خلال الجدول رقم(11) نستنتج أن استفسارات الزبائن عن كيفية استخدام وسائل الدفع، دلالة على محاولة فهم والتعايش مع أليات الدفع الالكتروني التي باتت ضرورة حتمية، حيث يتم الترابط بواسطة وسائل الاتصال المؤسسة بين الزبون والعامل من أجل القيام بعمليات الاتصال الصاعد والنازل لكي يتسنى للأجهزة الحكومية التعرف على نبض المجتمع ومشكلاته الحقيقية.⁶



⁶ أبو عرجة تسير، مرجع سبق ذكره، ص 27

الجدول رقم (12): هل يدفعك مشكل مستوى التعليمي لاتخاذ تدابير أخرى ؟

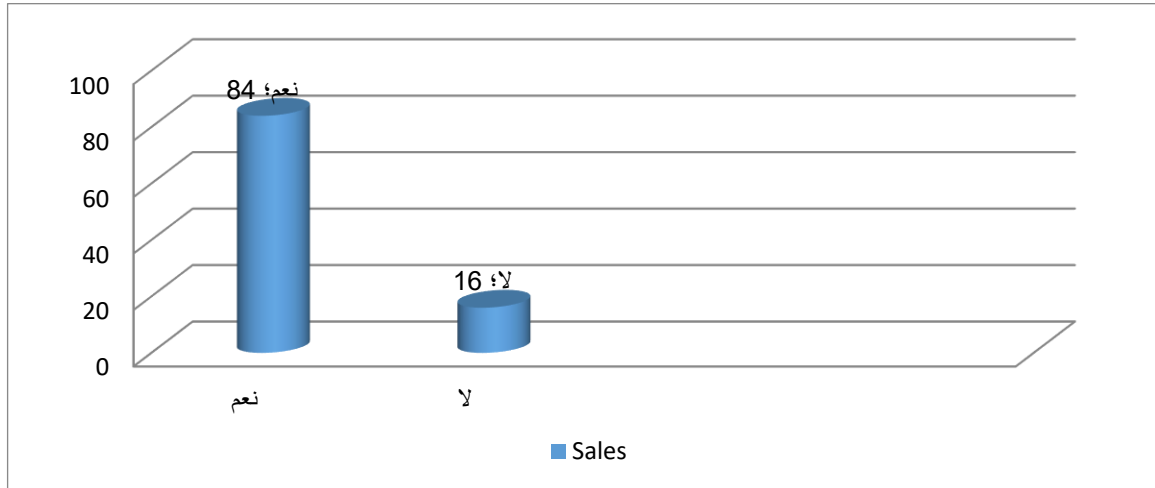
المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	84%
لا	08	16%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(12) يوضح اذا مكان مشكل المستوى التعليمي يدفع العمال لاتخاذ تدابير أخرى.

بحيث ان اكبر نسبة قدرت 84% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "نعم" أما الاقل نسبة فكانت " لا " و قدرت بـ 16% .

من خلال الجدول رقم(12) نستنتج أن مشكل المستوى التعليمي يدفع بالعمال لاتخاذ تدابير مثل التوعية والارشاد "استعمال الاعلام الآلى في مختلف نشاطات مكاتب البريد على مستوى الواجهتين الأمامية الخاصة بالزبائن والخلفية الخاصة بالعمال.

جعل بريد الجزائر رائدا في مجال تقديم الخدمات على مستوى محل اقامة الزبون وشريك ثقة للتجار العاملين بالوسائط الالكترونية وعنصر فعلا لاغنى عنه في مجال المبادلات الرقمية والمادية⁷



وثيقة مقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر، تحت عنوان سياسة الجودة لبريد الجزائر.⁷

الجدول رقم (13): ماهي الوسائل الأكثر استخداما من طرف الزبون ؟

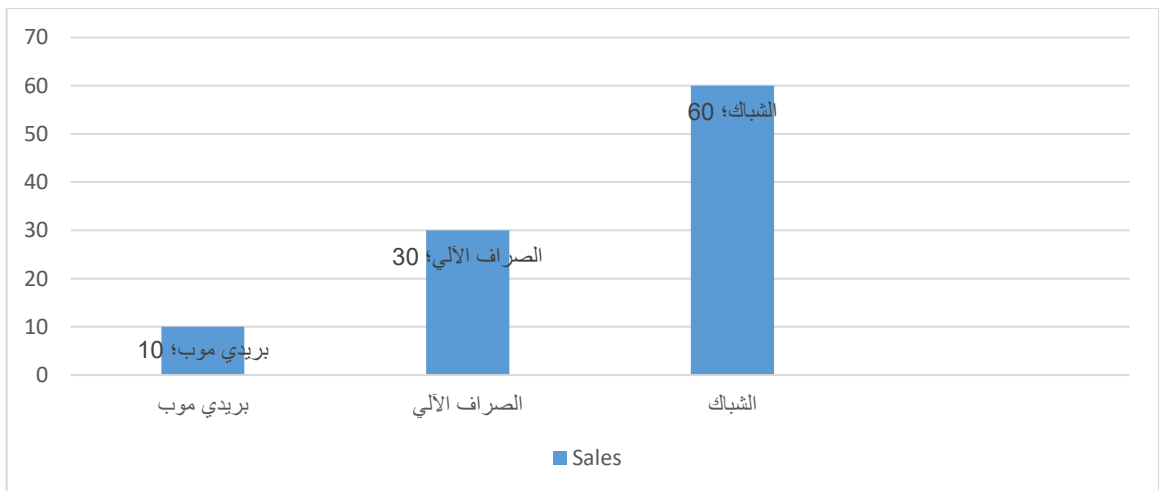
المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
تطبيقات بريد الجزائر	05	10%
الصراف الآلي	15	30%
الشباك على مستوى المكاتب البريدية	30	60%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(13) يوضح الوسائل الأكثر استخداما من طرف الزبائن.

بحيث ان نسبة قدرت بـ 60% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ " الشباك " أما الاجابة بـ " بالصراف الآلي" فقدرت بـ 30% ، أما نسبة 10% ، فحملت الاجابة " تطبيقات بريد الجزائر بريدي موب " وهي الاقل نسبة .

من خلال الجدول رقم(13) نستنتج أن الوسائل الأكثر استخداما من طرف الزبون هي الشباك على مستوى المكاتب البريدية وهذا راجع لتوفير الخدمات البريدية من خلال عدة نقاط:

- 1- تحسين ظروف استقبال الزبائن
- 2- تقديم خدمات ومنتجات جديدة لزبائننا ترقى إلى مستوى تطلعاتهم ومطابقة للمعايير الدولية
- 3- المراقبة الداخلية لنوعية الخدمات المقدمة لزبائننا بغية الحفاظ على ديمومة مسعى التحسين⁸

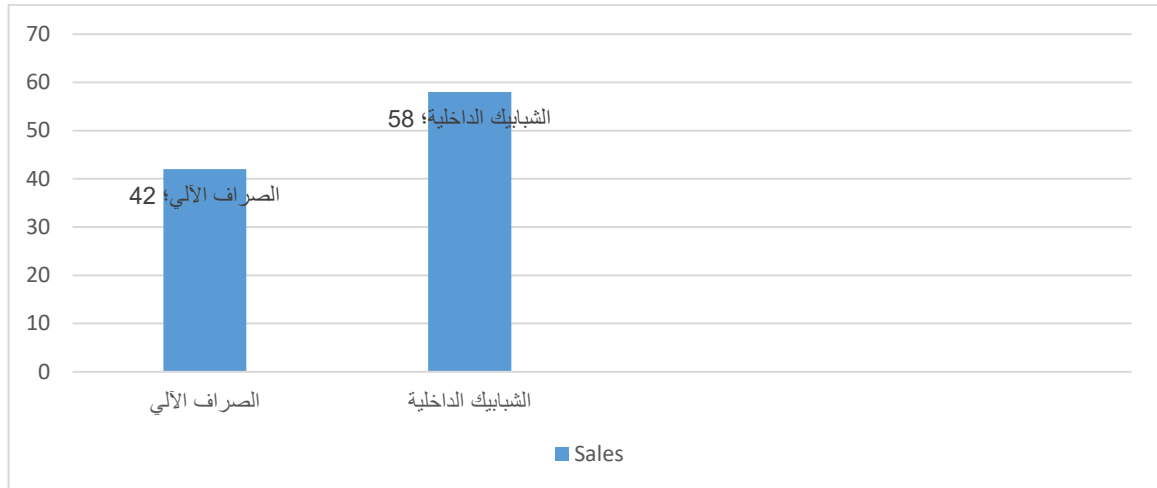


وثيقة مقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر، تحت عنوان سياسة الجودة لبريد الجزائر.⁸

المحور الثالث: مامدى تأثير عدم الثقة بين الزبون وآليات الدفع الالكتروني؟
الجدول رقم (14): ماهي الأداة الأكثر استعمالا من طرف الزبون ؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
الصراف الآلي	21	42%
الشبابيك الداخلية	29	58%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(01) يوضح الأداة الأكثر استعمالا من طرف الزبون .
بحيث قدرت النسبة 58% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "الشبابيك الداخلية"
أما الاقل نسبة فكانت " الصراف الآلي " فقدرت بـ 42% .



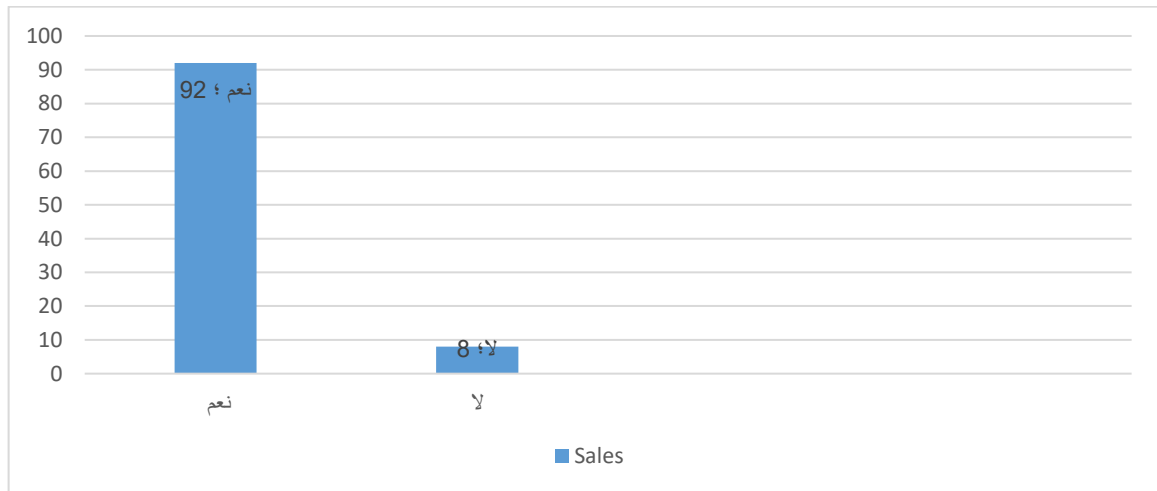
الجدول رقم (15): عدم استعمال البطاقة الذهبية بكثرة من قبل الزبون هو فقدان الثقة في وسائل الدفع الالكتروني؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	92%
لا	04	08%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(15) يوضح اذا كان عدم استعمال البطاقة الذهبية بكثرة من قبل الزبون هو فقدان الثقة في وسائل الدفع الالكتروني.

بحيث قدرت النسبة 92% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "نعم" أما الاقل نسبة فكانت "لا" و قدرت بـ 08% .

من خلال الجدول رقم(15) نستنتج أن عدم استعمال البطاقة الذهبية بكثرة من طرف الزبون هو عدم الثقة في وسائل الدفع الالكتروني وكمثال على هذا غالبية الزبائن يشكون من نسيان الرقم السري، أو الحجز المتكرر للصراف الآلي GAB للبطاقة الذهبية عند تكرار كلمة المرور.



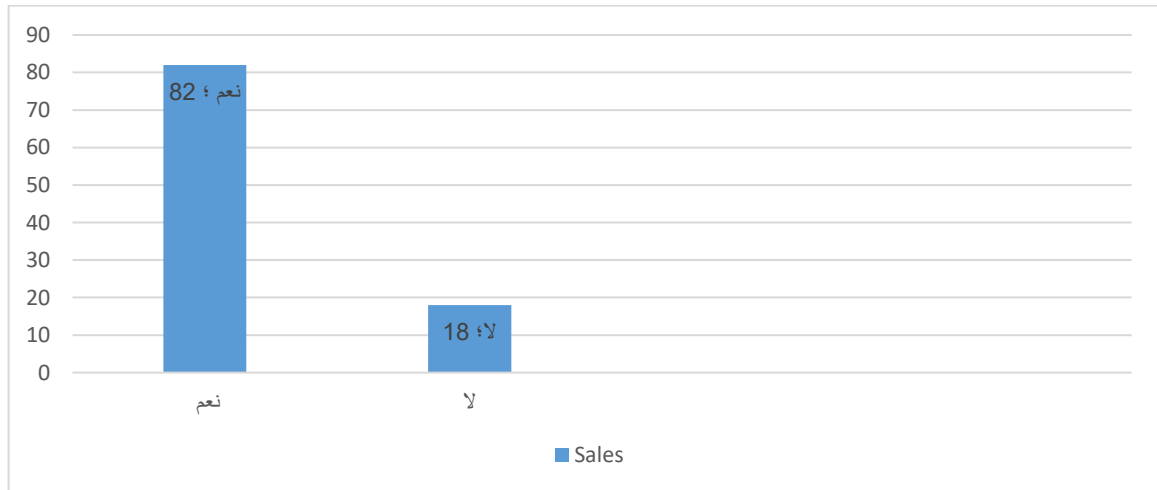
الجدول رقم (16): هل توجد صورة انطباعية لدى الزبون أن آليات الدفع الالكتروني تعرقل الخدمات لديهم؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	82%
لا	09	18%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(16) يوضح اذا ما كانت توجد صورة انطباعية لدى الزبون أن آليات الدفع الالكتروني تعرقل الخدمات لدى الزبون.

بحيث قدرت النسبة 82% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "نعم" أما الاقل نسبة فكانت " لا" وقدرت بـ 18% .

من خلال الجدول رقم(16) نستنتج أن الزبائن تتمثل لديهم صورة انطباعية سلبية اتجاه آليات الدفع الالكتروني، وبالرغم من التطورات التكنولوجية إلا أن بريد الجزائر مزالت تعاني من نقص في استخدام وسائل الدفع الالكتروني، وهذا راجع الى فقدان ثقة الزبون في الوسائل الحديثة إلى عدم وعيه بالامتيازات والتسهيلات التي يقدمها بريد الجزائر وميله إلى الدفع نقدا بدلا من الدفع الالكتروني



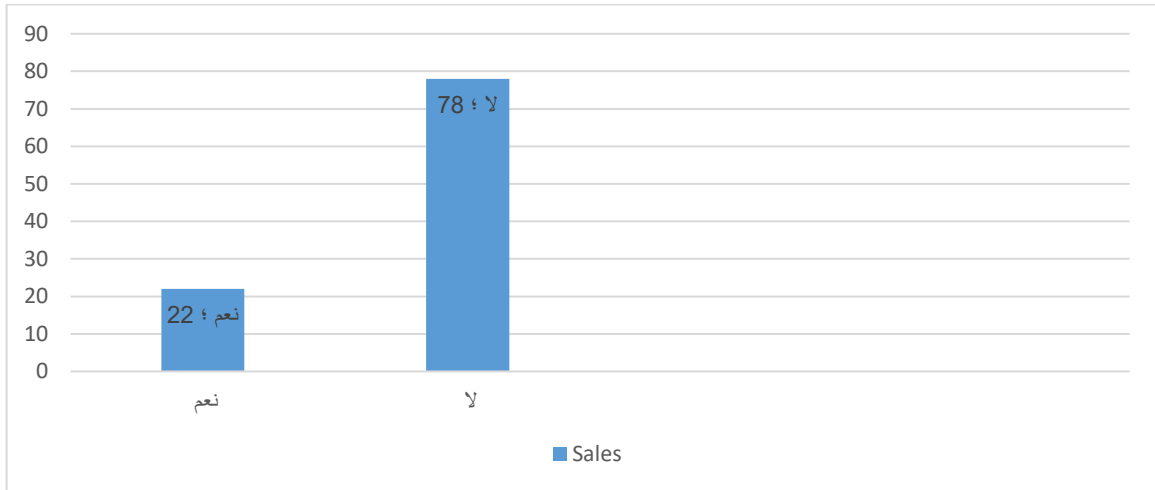
الجدول رقم (17): هل هناك أعطال متكررة على مستوى GAB الصراف الآلي ؟

المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	11	22%
لا	39	78%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (17) يوضح اذا ما كان هناك أعطال متكررة على مستوى GAB الصراف الآلي.

بحيث قدرت النسبة 78% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الاجابة بـ "لا" أما الاقل نسبة فكانت "نعم" و قدرت بـ 22% .

من خلال الجدول رقم (17) نستنتج أن غالبية اجابات المبحوثين تمثلت بالإجابة بـ "لا" أي أنه ليس هناك أعطال دائمة ومتكررة على مستوى الصراف الآلي



الجدول رقم (18): هل هناك خوف من طرف الزبون من تقنيات جديدة وعدم إمام المستخدمين بها ؟

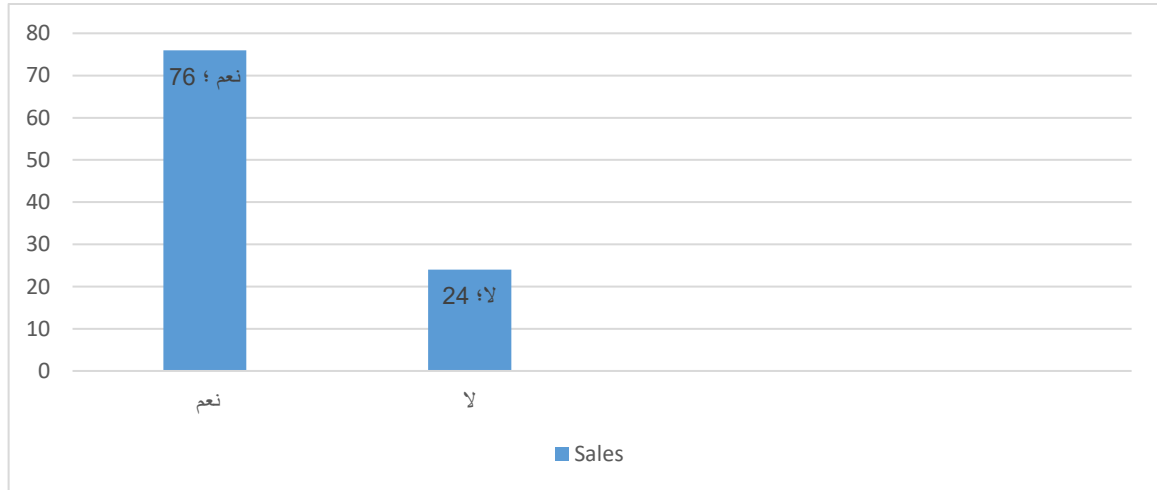
المعطيات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	76%
لا	12	24%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (18) يوضح خوف الزبائن من تقنيات جديدة وعدم إمام المستخدمين بها.

بحيث قدرت النسبة 76% وهي أكبر نسبة، والتي كانت الإجابة بـ "نعم" أما الأقل نسبة فكانت "لا" و قدرت بـ 24% .

من خلال الجدول رقم (18) نستنتج أن غالبية اجابات المبحوثين تمثلت في أنه يوجد قلق وارتباك لدى الزبائن وخوفهم من ضياع أموالهم من خلال تعاملهم بوسائل الدفع الحديثة وميلهم إلى التعاملات النقدية، ليس لسهولتها وإنما لعادة الزبائن لمثل هذه التعاملات التقليدية

أما عدم إمام المستخدمين لآليات الدفع الإلكتروني راجع إلى عدم وعيه بالتسهيلات والامتيازات التي يقدمها بريد الجزائر.



الاستنتاج العام للدراسة:

1/ الاستنتاج حسب التساؤل الأول: ما مدى تأثير عامل الثقة بين الزبون وآليات الدفع الالكتروني؟

نستنتج ان تأثير عامل الثقة بين الزبون وآليات الدفع الالكتروني واضح من خلال المعطيات التي تم اكتسابها وتحليلها فيما سبق وكما هو ملاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها ان عامل المستوى التعليمي الذي شكل فارقا واضحا وكبير بحيث ان اكبر نسبة قدرت بـ 60% وهي فئة "الجامعي" اما فئة "الثانوي" فقدرت بـ 36% ، أما الفئة الاخرى والتي كانت الاقل نسبة و قدرت بـ 04% مما يشير الى الاهلية العلمية لمجتمع الدراسة وهو ما يسمح بدعامة قوية في تطوير النشاط وتحسين المستوى الداخلي للمؤسسة. نستنتج أن مساهمة وسائل الاعلام والاتصال لها دور فعال في ترسيخ آليات الدفع الالكتروني لدى الزبون وكذا العمال مما يسهل عملية السحب والمعاملة بين العمال والزبائن. نستنتج أن أهمية الأساليب المعتمدة من طرف الاعلام في ترسيخ فكرة التوجه لآليات الدفع، للإعلام أدوار كثيرة ومن ضمنها دوره في التنمية بمختلف مجالاتها وفيما يلي نستعرض أهم النقاط في دور الاعلام في التنمية الاقتصادية:

1/ التعريف بالمنجزات الاقتصادية التي حققتها الوطن

2/ التعريف بالفرص الاستثمارية

3/ تقديم المعلومات للمجتمع في القطاع الاقتصادي وكذلك توضيح كيفية التعامل مع خدمات الدفع الالكتروني.

4/ تشجيع مختلف الجماهير لتفاعل مع المواضيع الاقتصادية.

5/ تكليف المتخصصين في الاعلام الاقتصادي فقط لتغطية والقضايا والمواضيع الاقتصادية⁹

ومن خلال ما قد سبق في ذكر المعطيات والنتائج المتحصل عليها كان التساؤل ما مدى تأثير عامل الثقة بين الزبون وآليات الدفع الالكتروني؟ هناك أثر بين الزبون وآليات الدفع الالكتروني.

⁹ أبو عرجة تيسير، الاتصال وقضايا المجتمع، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2013، ص13.

2/ الاستنتاج حسب التساؤل الثاني: هل رأس المال الثقافي يؤثر على اقبال الزبائن للخدمة الدفع الالكتروني؟

نستنتج أن استفسارات الزبائن عن كيفية استخدام وسائل الدفع، دلالة على محاولة فهم والتعاضد مع أليات الدفع الالكتروني التي باتت ضرورة حتمية، حيث يتم الترابط بواسطة وسائل الاتصال المؤسسة بين الزبون والعامل من أجل القيام بعمليات الاتصال الصاعد والنازل لكي يتسنى للأجهزة الحكومية التعرف على نبض المجتمع ومشكلاته الحقيقية.¹⁰

نستنتج أن مشكل المستوى التعليمي يدفع بالعامل لاتخاذ تدابير مثل التوعية والارشاد "استعمال الاعلام الآلى في مختلف نشاطات مكاتب البريد على مستوى الواجهتين الأمامية الخاصة بالزبائن والخلفية الخاصة بالعمال.

جعل بريد الجزائر رائدا في مجال تقديم الخدمات على مستوى محل اقامة الزبون وشريك ثقة للتجار العاملين بالوسائط الالكترونية وعنصر فعلا لاغنى عنه في مجال المبادلات الرقمية والمادية

نستنتج أن الوسائل الأكثر استخداما من طرف الزبون هي الشباك على مستوى المكاتب البريدية وهذا راجع لتوفير الخدمات البريدية من خلال عدة نقاط:

- 1- تحسين ظروف استقبال الزبائن
- 2- تقديم خدمات ومنتجات جديدة لزبائننا ترقى إلى مستوى تطلعاتهم ومطابقة للمعايير الدولية
- 3- المراقبة الداخلية لنوعية الخدمات المقدمة لزبائننا بغية الحفاظ على ديمومة مسعى التحسين

¹⁰ أبو عرجة تسيير، مرجع سبق ذكره، ص27

الاستنتاج حسب التساؤل الثالث : ما مدى تأثير عدم الثقة بين الزبون وآليات الدفع الإلكتروني؟

نستنتج أن عدم استعمال البطاقة الذهبية بكثرة من طرف الزبون هو عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني وكمثال على هذا غالبية الزبائن يشتكون من نسيان الرقم السري، أو الحجز المتكرر للصراف الآلي GAB للبطاقة الذهبية عند تكرار كلمة المرور.

ومن خلال المعطيات التالية أن الزبائن تتمثل لديهم صورة انطباعية سلبية اتجاه آليات الدفع الإلكتروني، وبالرغم من التطورات التكنولوجية إلا أن بريد الجزائر مازالت تعاني من نقص في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وهذا راجع إلى فقدان ثقة الزبون في الوسائل الحديثة إلى عدم وعيه بالامتيازات والتسهيلات التي يقدمها بريد الجزائر وميله إلى الدفع نقدا بدلا من الدفع الإلكتروني وكذلك يوجد قلق وارتباك لدى الزبائن وخوفهم من ضياع أموالهم من خلال تعاملهم بوسائل الدفع الحديثة وميلهم إلى التعاملات النقدية، ليس لسهولتها وإنما لعادة الزبائن لمثل هذه التعاملات التقليدية

أما عدم المام المستخدمين لآليات الدفع الإلكتروني راجع إلى عدم وعيه بالتسهيلات والامتيازات التي يقدمها بريد الجزائر...

لقد أصبح العالم يعيش فترة من التحوّلات الجذرية التي أسهمت في تغيير كل المفاهيم والأساليب و الهياكل الإدارية التقليدية ، و أوجدت مناخا و أوضاعا إقتصادية و سياسية و تكنولوجية مختلفة تماما عما كان سائدا في بضع سنوات، و لعل من أهم المجالات تأثر بهذه التحوّلات هو الإقتصاد حيث باتت المعرفة أو المعلومات هي مادته الخام و ركيزته بعد أن كانت الأرض و رأس المال فُعُرف بإقتصاد الرقمي ، ثم جاءت موجة الرقمية لتجتاح هذا الإقتصاد و تحوّل هذه المعرفة و المعلومات إلى أرقام يفهما الحاسوب الذي هو الأداة و التقنية المسيطرة في هذا الإقتصاد إذ لم نقل في العالم

وقد جاء لإقتصاد الرقمي بمفاهيم جديدة و أسس و أنظمة جديدة كانت نتيجة إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و هي التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية التي إستلزمت ضرورة تطور القطاع المالي و خاصة النظام المصرفي و تطبيق المعلوماتية في مجال البنوك أو ما أصطلح عليه بالصيرفة الإلكترونية ، التي قدمت للإقتصاد بصفة خاصة دعماً قويا و ساهمت في زيادة تطوره و حركته .

وقد أصبح هذا الإقتصاد سمة من سمات إقتصاديات الدول المتقدمة ، حيث أصبحت إقتصاديات الدول تقاس في تطوراتها على مدى التوجه نحو رقمنة إقتصادها ، وقد بقيت الدول المتخلفة بعيدة عن هذا الواقع الجديد ومنها الدول العربية ، وظهر هناك تفاوت بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة أو ما يسمى بالفجوة الرقمية التي نجدها في الواقع حتى بين الدول العربية ، ففيما يخص حالة الجزائر ففي الواقع إنها بعيدة حتى على الدول العربية في مجال إدماج التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الإتصال .

ومع تزايد نمو الإقتصاد الرقمي و الإنتشار الواسع لشبكة الإنترنت و أثارها على البنوك ونشاطاتها ، أدّى ذلك لوجود أنظمة دفع إلكترونية ووسائل حديثة تتلاءم مع متطلبات هذا الإقتصاد الجديد .

أما عن واقع استخدام الدفع الإلكتروني في الجزائر فمازال في مرحلة أولية من خلال إدخال بطاقات السحب ؛ وإدخال بعض التكنولوجيات الحديثة في القطاع المصرفي ، إلا أنها رغم ذلك تحاول بجهودها المستمرة النهوض بإقتصادها الوطني من خلال تبني بعض المشاريع المتعلقة بتطوير البنية التحتية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوجه نحو الإقتصاد الرقمي .

أن اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية بما يتطلبه من بيئة مناسبة يساهم في بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر ، فضلا عن محاربة الإقتصاد غير الرسمي من خلال إدخال النقود المتداولة فيه إلى الدائرة المصرفية .

I. نتائج البحث:

لقد أفضت هذه الدراسة الخروج بجملته من النتائج نوردتها فيما يلي:

- 1- أدت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور إقتصاد جديد هو "الإقتصاد الرقمي" ؛
- 2- تعد المعرفة وتقنيات المعلومات أساس قيام الإقتصاد الرقمي ؛
- 3- وسائل الدفع الإلكتروني إستلزم إستعمال الإنترنت ؛
- 4- بريد الجزائر و الإستثمار الإلكتروني ، والتجارة والتسويق الإلكتروني مفاهيم حديثة أتى بها الإقتصاد الرقمي؛
- 5- تعاني الدول العربية من تأخر ملحوظ في مجال مجتمع المعلومات ؛
- 6- الدفع الإلكتروني هي إستعمال أو تقديم الخدمات المالية بوسائل الإلكترونية ؛
- 7- الدفع الإلكتروني فوائد عديدة قدمتها للإقتصاد من سرعة و أمان و تطور؛
- 8- إن اعتماد الدفع الإلكتروني يتطلب وجود بيئة إلكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال ؛

- 9- إن تبني مشروع الدفع الإلكتروني سوف يساهم في تحديث وتطوير النظام المصرفي الجزائري، ويجعله يواكب التطورات العالمية الحاصلة؛
- 10- يساهم الدفع الإلكتروني في بناء الإقتصاد الرقمي وتطوره .

.II التوصيات:

- العمل على تقوية البنية التحتية لبناء الإقتصاد الرقمي و ذلك بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، و التوسع في استخدام شبكة الانترنت ؛
- إن الإندماج في الإقتصاد الجديد يقتضي السرعة في التنفيذ ، و مع الأسف نرى أن مشاريع التطوير معظمها لم ترى النور بسبب التماطل في تطبيق القوانين و الفساد و سوء التسيير؛
- تحديث وعصرنة النظام الدفع الإلكتروني الجزائري بإدخال التكنولوجيا المتطورة وتشجيع استخدامها في بريد الجزائر ، ورسكلة المستخدمين وزيادة مهاراتهم وكفاءتهم في استغلال هذه التكنولوجيات من أجل ربح الوقت وتقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة للعميل؛
- ترتبط عصرنة المصارف فضلا عن تطوير قاعدة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام و الإتصال ، بالتكوين و التدريب المستمرين للقوى العاملة و التجديد في التجهيزات و المنتجات و هو ما يقتضي تخصيص موازنات مناسبة لذلك ، بل و إستحداث وظيفة البحث و تطوير هذه المؤسسات؛
- إصدار القوانين والتشريعات التي تنظم وتضمن عمليات الصيرفة الإلكترونية؛
- نشر ثقافة مالية ومصرفية من خلال الوسائل الإعلامية المتنوعة داخل المجتمع؛

.III أفاق البحث:

نشير في الأخير إلى أن هذا الموضوع لا يقف عند هذا الحد ، بل هناك إشكاليات أخرى لم تتناولها الدراسة، فتعتبر آفاقا مفتوحة لأبحاث لاحقة نذكر منها:

- مستقبل اليد العاملة في ظل إستخدام الدفع الإلكتروني.
- أثر الدفع الإلكتروني على الأداء التجاري.
- آفاق البنوك الافتراضية في الجزائر.

الكتب:

- 01/ سعيد بريكة، واقع عمليات المصرفية الالكترونية وأفاق تطورها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة العربي بن مهيدي، 2011.
- 02/ مفتاح صالح، فريدة معارفي، البنوك الالكترونية، منتدى موجه لادارة الأعمال، بسكرة، 2010.
- 03/ عبد الفتاح البيومي الحجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2004.
- 04/ محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية عمليات بين البنوك، المجلد الرابع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 05/ محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية والمصرفية المجلد الثاني التشريعات التجارية الالكترونية دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ط1، 2007،
- 06/ نادر عبد العزيز الشافي، المصارف والنقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب،
- 07/ نضال سليم ابراهيم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2010.
- 08/ محمد نو، صالح الجداية، سناء جودة خلف، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2009.
- 09/ خضر مصباح الطيبي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري، دار الحامد، عمان، 2000.
- 10/ شريف محمد غنام، محفظة النقود الالكترونية رؤية مستقبلية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2007.
- 11/ مصطفى كمال طه، وئل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2007،

12/ بشير عباس العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال، دار

الوراق،الأردن،2012

13/ نادر شعبان، ابراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الالكترونية على

المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، السكندرية، مصر، 2006،

المجلات:

01/ اعتماد وسائل الدفع الالكتروني كآليات للتقليل من الكتلة النقدية غير الرسمية المتداولة

في الاقتصاد الجزائري بتصريف بدلال علي جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان مجلة اقتصاديات

الأعمال والتجارة العدد مارس 2018 .

02/ نجم عبود نجم، الجودة الالكترونية –المراجعة وأبعاد التطور – ورقة عمل

مقدمة للمؤتمر العربي الأول ادامة التميز والتنافسية في مؤسسات القطاع العام والخاص،

عمان الأردن، 2018.

03/ الأمر 89/75 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 المتضمن قانون البريد والمواصلات

04/ سعادي الخنساء، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجيه نحو الزبون من خلال المزيج

التسويقي - دراسة حالة الجزائر رسالة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة .

05/ محرز نور الدين وصيد مريم، نظم الدفع الالكتروني ودورة في تفعيل التجارة

الالكترونية مع الاشارة لحالة الجزائر، الملتقى الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك

الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية- جامعة

جميس مليانة، 27/26 أبريل 2011،

06/ محمد بن عزة، جلييلة زويهري، واقع المصاريف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع

الالكتروني، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، جامعة 2011،.

07/ الحبيب بن باير، محمد عبد العزيز بن كاملة، الملتقى الدولي الرابع حول: عصرنة

وسائل الدفع مدخل لتطوير الأداء والفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية، جامعة وهران،

27/26 أبريل، 2011،

- 08/ مبروك يوسف، النظام القانوني لمؤسسة بريد الجزائر، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق والعلوم سياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي-السنة الجامعية 2014-2015 .
- 09/ وهاب محمد، تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك. دراسة تقييمية لمؤسسة بريد الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005.
- 10/ وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد الجزائر
- 11/ حنان التيجاني، سارة خالد، عباس طالبي، دور بطاقة الدفع الالكترونية في تحسين الخدمات المالية، دراسة حالة بريد الجزائر -وكالة الوادي-مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، في العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، 2018/2019.

المواقع الالكترونية:

www.poste.dz.

تطور طرق <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/258>

حمدي باشا الدفع في التجارة الالكترونية مجلة معهد العلوم الاقتصادية بتصرف

وهيبة عبد الرحيم .رابح

المخاطر <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/258>

الالكترونية المدركة وعلاقتها بثقة العملاء في المنظمات الافتراضية -بريد الجزائر
حايف برني لطيفة .فالتة اليمين أنموذجاً، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، بتصرف
سي حايف شيراز

أثر جودة <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/258>

الخدمات الالكترونية في تحسين رضا العملاء في قطاع بريد الجزائر لمدينة قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، بتصرف شيروف فضيلة

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية
تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة بعنوان:

استخدام الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر
مكاتب البريدية لولاية النعامة انموذجا

ملاحظة

بعد التحية والسلام:

نحن طلبة ، اتصال وعلاقات عامة عبد الحميد بن باديس ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم اتصال وعلاقات عامة بصدد تحضير مذكرة نهاية الماستر تحت عنوان : استخدام الدفع الإلكتروني بريد الجزائر نرجوا أن تفضلوا بالإجابة عن هذه الأسئلة ونضمن لكم أن ما تدلون به من إجابات سيتم استغلاله لأغراض علمية بحثية، وإننا نحترم آرائكم ويمكنكم الإجابة بوضع علامة (x) أو الإجابات التي ترونها مناسبة وملائمة لكم .

ونؤكد لكم أن أجوبتكم لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي كما إنها ستكون كإضافة مميزة لهذا البحث.

وفقنا الله وإياكم وشكرا

البيانات الشخصية:

1-الجنس:

انثى

ذكر

2-السن :

(35-25)

اقل من 25

(40 فأكثر)

(40-35)

3-المستوى التعليمي:

مدرسة عليا

جامعي

ثانوي كلاسيكي

المحور الأول: مامدى مساهمة وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ أليات الدفع الالكتروني ؟

01- هل ساهمت و وسائل الاعلام والاتصال في ترسيخ أليات الدفع الالكتروني لديك :

لا

نعم

02- هل تعتمد على وسائل الاعلام في كيفية التعامل مع وسائل الدفع :

لا

نعم

03- ما هي توقعاتك لدور وسائل الاعلام والاتصال في كيفية التعامل مع أليات الدفع الالكتروني :

جيدة جدا

جيدة

ضعيفة

04- هل أساليب وسائل الاعلام والاتصال فعالة في ترسيخ فكرة التوجه لأليات الدفع لدى الزبون:

لا

نعم

05- هل ضعف الاعلام والاشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكتروني سبب في عدم اقبال الزبائن:

لا

نعم

المحور الثاني: هل رأس المال الثقافي يؤثر على اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني؟

01- هل مستوى التعليمي له دور في اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني:

لا

نعم

02 - هل تتفق مع فكرة أن المستوى الثقافي عامل رئيسي في اقبال الزبائن لخدمة الدفع الالكتروني:

لا

نعم

03 – هل سبق وأن سألك الزبون عن كيفية استخدام وسائل الدفع الالكتروني:

لا

نعم

04 – هل يدفعك مشكل مستوى التعليمي لاتخاذ تدابير أخرى :

لا

نعم

05 – ماهي الوسائل الأكثر استخداما من طرف الزبون :

الصراف الألي

تطبيقات بريد الجزائر (بريد موب)

الشباك على مستوى المكاتب البريدية

المحور الثالث: ما مدى تأثير عامل الثقة بين الزبائن وأليات الدفع الالكتروني ؟

01 – ماهي الأداة أكثر استعمالا من طرف الزبون :

الصراف الآلي الشبايبك الداخلية

02 – عدم استعمال البطاقة الذهبية بكثرة من قبل الزبون هو فقدان الثقة في وسائل الدفع الالكتروني:

نعم لا

03 – هل توجد صورة انطباعية لدى الزبون أن آليات الدفع الالكتروني تعرقل الخدمات لديهم:

توجد لا توجد

04 – هل هناك أعطال متكررة على مستوى GAB الموزع الآلي :

نعم لا

05 – هل هناك خوف من طرف الزبون من تقنيات جديدة وعدم إلمام المستخدمين بها :

نعم لا

الملاحق:

الصراف الآلي:



الملاحق:

بطاقات الدفع:

