

الرقم التسلسلي:.....

رقم التسجيل:.....

أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

في: العلوم التجارية

تخصص: تسويق بنكي

العنوان

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية
دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

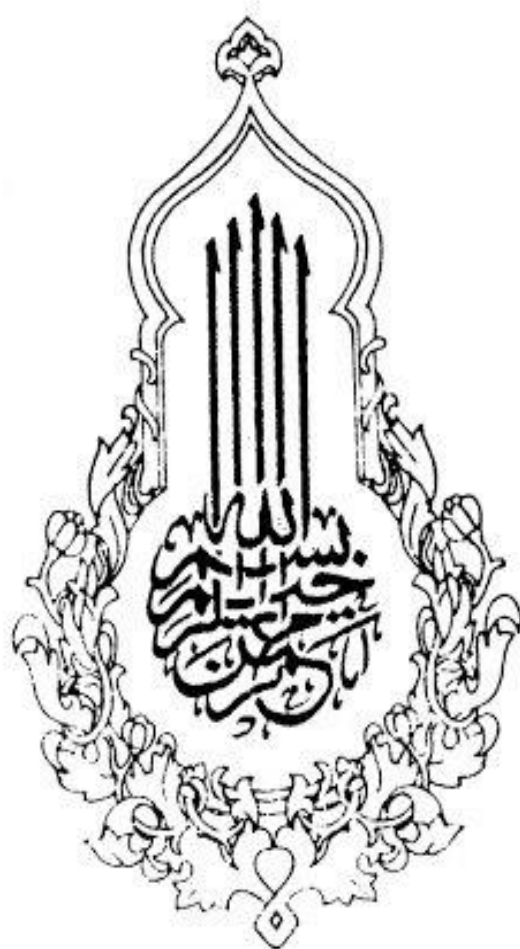
من إعداد:

الطالب: دهيمي عمر

تاريخ المناقشة: 2025/01/31

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة:

<u>الاسم واللقب</u>	<u>الرتبة العلمية</u>	<u>المؤسسة</u>	<u>الصفة</u>
ميمون نبيلة	أستاذ التعليم العالي	جامعة المسيلة	رئيساً
سالم الياس	أستاذ التعليم العالي	جامعة المسيلة	مشرفاً ومقرراً
سعدون رفيق	أستاذ محاضر - أ	جامعة المسيلة	مشرفاً مساعداً
دبلي فتيحة	أستاذ التعليم العالي	جامعة المسيلة	مناقشاً
أحمد بن قطاف	أستاذ التعليم العالي	جامعة برج بوعريج	مناقشاً
بلحيمر إبراهيم	أستاذ التعليم العالي	المركز الجامعي تيبازة	مناقشاً



﴿... رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ...﴾

سورة البقرة الآية: 286

﴿... رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي * واحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي * يَفْقَهُوا قَوْلِي...﴾

سورة طه الآيات: 25-28.

﴿... يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ...﴾

سورة المجادلة الآية: 11

صدق الله العظيم

شكروعرفان

نحمد الله تعالى الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل، والذي نحسبه لوجهه جل في علاه فالحمد لله أولاً وأخيراً وهو الذي يقول في محكم تنزيله: ﴿... وَلئن شكرتم لأزيدنكم...﴾.

أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف البروفيسور "سالم الياس" على احتضانه هذا البحث ورعايته، وتشجيعه المتواصل طيلة مدة انجاز هذا العمل وعلى ما افاض به علينا من نصائح وتوجيهات قيمة نسأل الله أن تكون له حسنة جارية.

كما أتقدم بالشكر الخالص للأستاذ المشرف المساعد الدكتور "سعدون رفيق" الذي هو بدوره كان داعماً لي منذ اليوم الأول ولم يتوقف عن دعمي إلى آخر لحظة.

أيضاً لا يفوتني أن أشكر أعضاء لجنة المناقشة، الذين قبلوا دعوة المناقشة والتقييم لهذا البحث، فجزاهم الله عنا كل الجزاء.

وأشكر أيضاً كل من ساهم في انجاز هذا العمل.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما وحفظهما

إلى روح جدتي - رحمها الله -

إلى أنوار أسرتي وشموعها إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء

إلى سندي زوجتي حفظها الله

إلى ابني (أسيد) - جعله الله في طاعته-

إلى كل أسرتي الكرام

إلى كل من علمني حرفاً

إلى كل من يسعى بعلمه من أجل صلاح البلاد والعباد

إلى كل من يعرفني من قريب وبعيد وكل الأصدقاء

إلى أصدقاء العمل في مؤسسة بريد الجزائر - وحدة المسيلة

دهيمي عمر

مُلخص الدراسة

مُلخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم أثر وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية لها، وذلك بالاعتماد على نموذج قياس جودة الخدمة المُعدَّل والمُطَوَّر من طرف (Cronin & Taylor, 1994). وكذلك سعت الدراسة إلى تقييم هذا الأثر من خلال مؤشرات الرضا، ومعرفة ما إذا كان هناك فروق بين متوسطات أفراد العينة المدروسة حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية تبعاً للمتغيرات الديمغرافية.

تم إجراء الدراسة وفق المنهج الوصفي، حيث أُعْتُمِدَ في جمع البيانات والمصادر الأولية على استبانة صممت خصيصاً لتلائم حالة الدراسة، وقد وزعت على عينة غير احتمالية مكونة من (372) مفردة من عملاء المؤسسة، لمناطق جغرافية عُرِضَتْ للسحب الاحتمالي الموافق للعينة العنقودية، وتُمَثِّلُ (15) دائرة إدارية في ولاية المسيلة، ليكون مجموع المناطق المسحوبة (عناقيد) هو خمسة (05)، ثم قمنا بحصر جميع البلديات التابعة لهذه الدوائر، والذي نتج عنه عشرة (10) بلديات تابعة لخمس (05) دوائر إدارية، ومن خلال هذه البلديات قمنا مرة أخرى بحصر كل المكاتب البريدية التابعة لها، والذي نتج عنه (30) مكتب بريدي، كانت نقطة انطلاق توزيع الاستمارات، وتم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS_{v26}) لإجراء العديد من التحليلات الإحصائية في الفصل التطبيقي.

أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المالية البريدية، وبينت النتائج توفر جميع أبعاد جودة الخدمة للنموذج المستخدم بدرجات متفاوتة، وكان لُبُعد (الأمان) الترتيب الأول بمتوسط (3,83)، بينما ترتب بُعد الملموسية جاء في الترتيب الثاني، بمتوسط (3,58)، وكشفت الدراسة أيضاً على وجود أثر إيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المالية البريدية من خلال مؤشرات الرضا، حيث تم تقييم هذه المؤشرات من قبل أفراد العينة بدرجة مرتفعة بلغت متوسط (3,75)، كما أظهرت النتائج عدم وجود أي فروق بين متوسطات آراء أفراد العينة حول موضوع الدراسة، تعزى إلى متغيرات الديمغرافية.

الكلمات الدالة: وسائل الدفع الإلكتروني، نظام دفع، جودة، رضا، خدمة مالية بريدية، بريد الجزائر.

Abstract:

Abstract:

This study aims at evaluating the impact of the E-payment methods provided by the establishment of Algeria Post and its postal financial service quality, through using the service quality measurement model developed by (Cronin & Taylor, 1994). The study has also sought to evaluate this impact through satisfaction indicators, and whether there are differences between the studied sample members' averages about the role of E-payment methods in improving the quality of the postal financial service, according to demographic variables.

The study has been carried out, according to the descriptive-analytical method. Data and preliminary sources have been collected via a survey designed specifically to fit the study case. The study has been conducted on a non-probable sample consisting of (372) customers for geographical areas that have been subjected to probable withdrawal, corresponding to the cluster stratified sample, representing (15) administrative districts in M'sila state, so that the total number of withdrawn areas (clusters) is fifteen (15) administrative districts. We've presented this withdrawal again for the municipalities belonging to these districts, which resulted in ten (10) withdrawn municipalities belonging to five (05) administrative districts that have been included in this study. The Statistical Package for Social Sciences (SPSS V26) has been used to conduct several statistical analyses in the applied chapter.

The attained results have shown that there's a positive impact of the perceived quality of E-payment services on the postal financial service quality. They've also shown the availability of all dimensions of service quality of the model used in varying degrees. The dimension of (security) ranks first with an average of (3.83), whereas the dimension of tangibility ranks second, with an average of (3.58). The study has also revealed a positive impact of the perceived quality of E-payment services on the postal financial service quality through the satisfaction indicators, as these indicators have been evaluated by the sample members with a high degree of (3.75). The results have also shown that there's no differences between the sample members opinions' averages about the study topic, due to demographic variables.

Key words: E-payment methods, payment system, quality, Satisfaction, postal financial service, Algeria Post.

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
I	شكر وعرفان
II	الاهداء
III - IV	ملخص الدراسة
VI - VII	فهرس المحتويات
VIII- X	فهرس الجداول
XI-XII	فهرس الأشكال
XIII	فهرس الاختصارات
XIV	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
ب	إشكالية الدراسة
ج	فرضيات الدراسة
ج	أهمية وأهداف الدراسة
د	مبررات اختيار الموضوع
د	الدراسات السابقة
د	صعوبات الدراسة
د	منهجية ونموذج الدراسة
1	الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي لنظام الدفع الإلكتروني
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية الدفع الإلكتروني
4	المطلب الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني – Electronic Payment
38	المطلب الثاني: الإثبات بوسائل الدفع الإلكتروني
63	المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني
64	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكتروني المتطورة
88	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة
128	المبحث الثالث: مخاطر الدفع الإلكتروني وإجراءات الحماية المتعلقة به
129	المطلب الأول: مخاطر الدفع الإلكتروني
142	المطلب الثاني: الإجراءات التقنية والتشريعية المعتمدة لضمان حماية فعالة لعمليات الدفع الإلكتروني
157	خلاصة الفصل الأول
158	الفصل الثاني: الإطار العام للخدمات المالية البريدية في الجزائر
159	تمهيد
160	المبحث الأول: تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر
161	المطلب الأول: تعريف بمؤسسة بريد الجزائر
185	المطلب الثاني: الإطار القانوني لمؤسسة بريد الجزائر

197	المبحث الثاني: الخدّمات المَالِيّة البريديّة
197	المطلب الأول: خِدْمَة الحساب البريدي الجاري CCP
212	المطلب الثاني: خِدْمَة الحَوَالآت البريديّة والمَعاشَات - Les Mandats Et Les Pensions
216	المطلب الثالث: خِدْمَة الادخار التابعة للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - CNEP
224	المبحث الثالث: الأسس النظرية لجودة الخدّمات المَالِيّة البريديّة
224	المطلب الأول: السياق النظري لجودة الخدّمَة
251	المطلب الثاني: السياق النظري للرّضا
257	خُلَاصَة الفَصَل الثّاني
258	الفصل الثالث: الدِّراسَة تطبيقيّة
259	تمهيد:
260	المبحث الأول: واقع وسائل الدّفع الإلكترونيّة في مُؤسّسة بريّد الجَزَائِر
261	المطلب الأول: البِطَاقَة الذّهبيّة - CARTE EDABABIA
280	المطلب الثاني: بريدي موب - Baridi Mob
284	المطلب الثالث: المقاصّة الإلكترونيّة - Télé Compensation
291	المبحث الثاني: عَرَض وَتَحْلِيل نَتَائِج الدِّراسَة المِيدَانِيّة
291	المطلب الأول: إجراءات الدِّراسَة التّطبيقيّة والأدوات المُستخدَمة
299	المطلب الثاني: التّحليل الوصفي لإجابات أفراد عَيَنَة الدِّراسَة لمَحاور الاستبيان
340	المطلب الثالث: تحليل النّتائِج واختبار فرضيات الدِّراسَة
363	الخاتمة
370	قائمة المصادروالمراجع
387	الملاحق

فهرس الجد اول والأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
50	الحد الأقصى للرمز المستخدمة - Module	01-01
50	تشفير النص الأصلي وفق خوارزمية القيصّر	02-01
51	فك تشفير النص الأصلي وفق خوارزمية القيصّر	03-01
87	مزايا وتحديات عمليات التحويل المصرفي الإلكتروني حسب الأطراف المتداخلة	04-01
170	مؤشرات تطور عدد مكاتب البريد وكثافتها	01-02
174	مؤشرات تطور عدد المكاتب البريدية المتنقلة	02-02
186	أوجه التشابه والاختلاف بين المؤسسة الإدارية والمؤسسة الصناعية والتجارية العامتين	03-02
208	مؤشرات المعاملات على الحسابات الجارية البريدي	04-02
210	عدد الصرافات الآلية وعدد حاملي البطاقة (الذهبية) ومختلف العمليات بها	05-02
223	مؤشرات تطور عدد حسابات CNEP لدى بريد الجزائر وعدد العمليات المنجزة عليها	06-02
228	تطوير الإدارة العالمية للجودة الشاملة	07-02
233-232	أبعاد جودة الخدمة المتوصل إليها من قبل - Parasurman et al-1985	08-02
234	أبعاد جودة الخدمة حسب (Dagger and Sweeney – 2007)	09-02
237	الفجوات الخمسة لنموذج SERVQUAL	10-02
252	مستويات الرضا لدى العملاء حسب مفهوم الرضا المبني على التبادل التجاري	11-02
256	جدول التوزيع لمقياس "لكارت" Likert الخماسي	12-02
262	أهم المصطلحات المرتبطة بامتلاك واستخدام البطاقة (الذهبية)	01-03
264	خدمات البطاقة (الذهبية) والقنوات المستخدمة عليها	02-03
269	الرسم على عملية سحب الأموال باستخدام البطاقة عبر الجهاز قارئ الرموز PIN/PAD	03-03
270-269	التعريفات المتعلقة بالبطاقة والرمز السري	04-03
274	العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" على مستوى الشباك البريدي (2021-2023)	05-03
275	العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" على مستوى الشباك الآلي البنكي (GAB) (2021-2023)	06-03
276	تطور حجم العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" باستخدام جهاز (TPE) (2021-2023)	07-03
277	عدد العمليات المنجزة بالبطاقة (الذهبية) عن طريق منصات الدفع (الإنترنت) (2021-2023)	08-03
278-277	تطور حجم العمليات المنجزة بالبطاقة (الذهبية) عبر التطبيق "بريدي موب" (2021-2023)	09-03
279	العمليات المنجزة باستخدام كل من البطاقة البيبنكية (CIB) والبطاقة (الذهبية)	10-03
282	إحصاءات أهم العمليات عبر التطبيق (بريدي موب) (2019-2023)	11-03
286	حجم المدفوعات المعالجة من خلال (ATCI) لسنة (2021-2022)	12-03
293	الدوائر والبلديات المسحوبة وعدد الاستثمارات الموزعة حسب تصنيف كل مكتب بريدي	13-03
297	مجالات الدراسة لتحديد مستويات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي	14-03
301-300	مدى الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)	15-03

302-301	مدى الاتساق الداخلي لفقرات بُعد الاعتمادية	16-03
302	مدى الاتساق الداخلي لفقرات بُعد الأمان	17-03
303	مدى الاتساق الداخلي لفقرات بُعد الاستجابة	18-03
304	مدى الاتساق الداخلي لفقرات بُعد التعاطف	19-03
305	مدى الاتساق الداخلي لفقرات بُعد الملموسية	20-03
306	مدى الاتساق الداخلي لفقرات بُعد الرضا	21-03
307	الصدق البنائي لمجاور أداة الدراسة - Construct Validity	22-03
308	قيمة معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's لمجاور أداة الدراسة (الاستبيان)	23-03
310	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات أداة الدراسة - Normality Test	24-03
311	توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس	25-03
312	توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر	26-03
313	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الدراسي لأفراد	27-03
314	توزيع عينة الدراسة وفق متغير الوظيفة لأفراد	28-03
314	توزيع عينة الدراسة وفق متغير مدة التعامل مع المؤسسة	29-03
315	توزيع عينة الدراسة وفق متغير امتلاك البطاقة (الذهبية) لأفراد العينة	30-03
316	توزيع عينة الدراسة وفق متغير مدة امتلاك البطاقة (الذهبية) لأفراد العينة	31-03
317	توزيع عينة الدراسة وفق متغير وتيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني	32-03
318	توزيع عينة الدراسة وفق متغير أكثر خدمات الدفع الإلكتروني استعمالاً	33-03
320-319	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)	34-03
324	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني بُعد (الاعتمادية)	35-03
327	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني بُعد (الأمان)	36-03
329	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني بُعد (الاستجابة)	37-03
331	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني بُعد (التعاطف)	38-03
334	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني بُعد (الملموسية)	39-03
337	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثالث (الرضا)	40-03
342	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) والمتوسط الفرضي ($\mu=3$)	41-03
343	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) المتعلق ببُعد (الملموسية) والمتوسط الفرضي ($\mu=3$)	42-03
344	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) المتعلق ببُعد (الاعتمادية) والمتوسط الفرضي ($\mu=3$)	43-03
345	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) المتعلق ببُعد (الاستجابة) والمتوسط الفرضي ($\mu=3$)	44-03

346	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) المتعلق ببُعد (الأمان) والمتوسط الفرضي ($\mu=3$)	45-03
347	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) المتعلق ببُعد (التعاطف) والمتوسط الفرضي ($\mu=3$)	46-03
348	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثالث المتعلق بمؤشرات (الرضا) والمتوسط الفرضي ($\mu=3$)	47-03
349	الترتيب الكلي لأبعاد جودة الخدمة المالية البريدية حسب نموذج SERVPREF المعدل والمستخدم في الدراسة	48-03
351	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير الجنس	49-03
352	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير العمر	50-03
353	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير المستوى الدراسي	51-03
354	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير الوظيفة	52-03
355	نتائج الفروق باستخدام شيفرة TEST Scheffe بين فئات متغير الوظيفة	53-03
356	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر	54-03
357	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير المدة الزمنية لامتلاك البطاقة (الذهبية)	55-03
358	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير وتيرة استخدام خدمات وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر	56-03
359	فروق اتجاهات أفراد العينة نحو درجة وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر لمتغير أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداماً	57-03

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
م	نموذج الدراسة	01-01
22	أشكال التجارة الإلكترونية	02-01
33	شبكة نظام الدفع الإلكتروني الوطني - CIB	03-01
35	شبكة البنوك المشاركة في شركة ساتيم - SATIM	04-01
36	بطاقة السحب والدفع البيبنكية - CIB	05-01
37	النظام البيئي لشبكة النقد الآلي ما بين البنوك - CIB	06-01
74	دورة استخدام الشبكات الإلكترونية وإجراءاتها	07-01
119	أشكال العملات الرقمية	08-01
126	الصفات العامة للعملات المشفرة	09-01
178	مؤشرات تطور عدد الشبائيك الآلية البنكية لبريد الجزائر	01-02
182	خطوات استقبال وتوقيع عقود الانخراط للتاجر في خدمة "بريدي باي"	02-02
183	التصريح بالتاجر وإصدار رموز الاستجابة السريعة الثابتة في النظام النقدي	03-02
195	الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر-1*	04-02
196	الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر-2**	05-02
198	توزيع المراكز الجهوية للصكوك البريدية والولايات التابعة لكل مركز	06-02
207	تطور عدد الحسابات البريدية الجارية وعدد العمليات المالية البريدية	07-02
209	توزيع النسب المئوية للوسائل المستخدمة حسب إجمالي عدد عمليات CCP	08-02
211	العلاقة بين عدد الصرافات الآلية وعدد حاملي البطاقة (الذهبية)	09-02
223	العلاقة بين عدد حسابات CNEP وعدد العمليات المنجزة عليها	10-02
233	أبعاد جودة الخدمة حسب - PZB-1985-1988	11-02
236	النموذج المفاهيمي لجودة الخدمة	12-02
240	النموذج الموسع لجودة الخدمة - Extended Model of Service Quality	13-02
242	محددات وطبيعة توقعات العملاء للخدمة	14-02
245	مقارنة مقياس SERVPERF ومقياس SERVQUAL التي أجرتها بعض الدراسات	15-02
246	نموذج الجودة الفنية والوظيفية	16-02
248	نموذج الصفات (السمة) - PCP Attribute Model	17-02
249	نموذج جودة الخدمة المدركة والرضا	18-02
250	نموذج جودة الخدمة الداخلية - INTSERVQUAL	19-02
253	نموذج الرضا لدى العملاء حسب مفهوم الرضا المبني على التبادل التجاري	20-02
255	نموذج "كانو - Kano" لفهم العوامل التي تؤثر على رضا العملاء وتقييمهم للخدمة/أو منتج	21-02
273	الرموز والأشكال المكونة للبطاقة "الذهبية"	01-03

274	تطور عدد العمليات والمبالغ المالية باستخدام البطاقة (الذهبية) على مستوى المكاتب البريدية	02-03
281	خدمات التطبيق الإلكتروني (بريدي موب – BaridiMob)	03-03
287	قيم عمليات نظام المقاصة الإلكترونية (ATCI) لسنة 2021-2022	04-03
294	نموذج تحديد مجتمع وعينة الدراسة بأسلوب العينة العنقودية العشوائية	05-03
323	عرض بياني لترتيب فقرات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) وفق آراء أفراد العينة	06-03
326	عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الاعتمادية) وفق آراء أفراد العينة	07-03
329	عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الأمان) وفق آراء أفراد العينة	08-03
331	عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الاستجابة) وفق آراء أفراد العينة	09-03
333	عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد التعاطف) وفق آراء أفراد العينة	10-03
336	عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الملموسية) وفق آراء أفراد العينة	11-03
339	عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثالث (مؤشرات الرضا) وفق آراء أفراد العينة	12-03
350	عرض بياني يوضح الترتيب الكلي لأبعاد جودة الخدمة المالية البريدية حسب نموذج SERVPREF المعدل والمستخدم في الدراسة	13-03

الاختصارات	المدلول اللاتيني للاختصارات	المدلول بالعربية
ACTI	Algérie Télé-Compensation Interbancaire	الجزائر للمقاصة الالكترونية ما بين البنوك
ARTS	Algeria Real Time Settlements	نظام التسويات الآنية في الجزائر
CIB	Carte Interbancaire	بطاقة ما بين البنوك
DAB	Distributeur Automatique de Banque	الموزع الآلي للنقود
GAB	Guichet Automatique de Banque	الشباك الآلي البنكي
IFS-IMO	International Financial System/ International Money Order	النظام المالي الدولي / الحوالة المالية الدولية
SATIM	Société d'automation des transactions interbancaire et monétique	شركة لتألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية
RTGS	Real Time Gross Settlemen	نظام التسوية الإجمالية الفورية
SERVQUAL	Service Quality	نموذج الفجوات بين الإدراك والتوقعات
SERVPERF	Service Performance	نموذج أداء الخدمة
SMS	Short Message Service	خدمة الرسائل القصيرة
TPE	Terminal de Paiement Electronique	نهائي الدفع الالكتروني
BTC	Bitcoin	البتكوين
EDI	Electronic Data Interchange	التبادل الالكتروني للبيانات
CNEP	Caisse Nationale d'épargne et de Prévoyance	الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
RIB	Relevé Identité Bancaire	رقم التعريف البنكي
PKI	Public Key Infrastructure	هيكل المفتاح العمومي
PIN	Personal Identification Number	رقم التعريف السري
PAD	Personal Authentication Device	جهاز التحقق الشخصي
PAV	Paie ment à vue.	الدفع بالنظر (الدفع عند الاطلاع)
WWW	World Wide Web	شبكة الإنترنت العالمية

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	صفحة
01	قائمة الأساتذة المحكمين لأداة الدراسة	388
02	استبانة الدراسة	392-388
03	مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS _{v26})	417-393
04	الخدمات الإلكترونية المالية البريدية لمؤسسة بريد الجزائر	422-418
05	سياسة الجودة في مؤسسة بريد الجزائر	423
06	شهادات دولية لمؤسسة بريد الجزائر	423
07	النظام المعلوماتي لمؤسسة بريد الجزائر	424
08	جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB)	424
09	جهاز نهائي الدفع الإلكتروني (TPE) والتذكرة	425
10	المطبوع الوحيد (SFP01)	425
11	نماذج متعلقة بخدمة حساب CNEP-POSTE	427-426
12	الرسم البياني لشعار مؤسسة بريد الجزائر	428
13	وثيقة الموافقة على إجراء الدراسة التطبيقية في المؤسسة محل الدراسة	429

مقدمة

أصبحت التكنولوجيا في وقتنا الحاضر سبباً في أحداث التطور والرقى الحضاري للأمم، إذ يُعد مؤشر الأمية في الوقت الحاضر إلى نسبة الأفراد الذين لا يتقنون استعمال التكنولوجيا، فنسبة حيازة الفرد للهاتف النقال الذي أو الحواسيب واستخدام وسائل هذه التكنولوجيا دليلاً على الازدهار والقدرة التنافسية لأي اقتصاد في العالم، فالدولة ككل أو المنشآت أو الأفراد يستطيعون تحقيق أهدافهم إذا احسنوا استغلال إيجابيات التكنولوجيا، ويرجع السبب في ذلك إلى السرعة ودقة نتائج استخدام هذه التكنولوجيا، مما جعلها الوسيلة الأفضل والأسرع لإجراء التعاملات وكذا الرقابة عليها، حيث أنّ التطورات المتسارعة والمتنامية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والوسائل التكنولوجية وما يعيشه العالم اليوم في ظل ما يعرف بالذكاء الاصطناعي، أحدث تغييرات على كافة المستويات، لعل أهمها جعل الدول رغم تباعدها جغرافياً وكأنها في قرية واحدة، وجعل ما كان صعب الممارسة من قبل الإنسان سهلاً دقيقاً في وجود الآلة والتكنولوجيا، مما سهل التعاملات بين الدول وجعل العالم كأنه سوق واحد وذلك من خلال دعم تطبيق ما يعرف بالعمولة، إذ أنّ فكرة التعامل عن بُعد من خلال التكنولوجيا لإجراء المعاملات المالية من بيع وشراء كان كفيل بظهور أصول تمثل استثمارات إلكترونية وخصوصاً تمثل ديون إلكترونية، فضلاً عن الكثير من المعاملات التقليدية التي بفضل هذا التطور في التكنولوجيا تم عصرنتها والانتقال بها من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني واختزالها في معاملات إلكترونية جد سريعة، كما ساهمت في تسهيل إجراءات المعاملات قصد خفض الروتين باعتباره معيقاً لسرعة التطور وهروب الكفاءات ورؤوس الأموال، كل هذا كان سبب في ظهور ما يُعرف بالتعاملات الإلكترونية.

يُظهر استخدام هذه الأخيرة "التعاملات الإلكترونية" في التغير الجذري للمعاملات المالية في ظل التطورات التكنولوجية وانتقالها من شكلها التقليدي الذي يركز على الاتصال المباشر بين المؤسسات المالية للدولة والعميل إلى الشكل الإلكتروني الذي يستدعي استخدام وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في أساسها على تقليل تكاليف الخدمة المالية بالاعتماد أكثر على الوسائل التكنولوجية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، وكذا اختزال الجهد والوقت وسرعة تمام المعاملات، هذا الذي يعود بالإيجاب على تقديم الخدمات المالية وتحسين جودتها وبعث الثقة والأمان في استخدام التكنولوجيا.

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بالعديد من الفوائد التي تساهم في تحسين جودة الخدمات المالية للبنوك أو المؤسسات المالية، ولعل من أهم هذه الفوائد: السرعة في تنفيذ العمليات، حيث يمكن للعملاء إجراء الدفعات والتحويلات في الوقت الفعلي دون الحاجة إلى الانتظار الطويل، مع توفير القدر الكافي وبمستوى عالٍ من الأمان، فتقنيات التكنولوجيا التي تتوفر عليها هذه الوسائل مثل تقنيات التشفير وحماية البيانات للمستخدمين تبعث بالثقة وتقليل القلق من المخاطر الأمنية التي قد يتعرض لها المستخدم، بالإضافة إلى إسهام هذه الوسائل الإلكترونية للدفع في تقليل التكاليف التشغيلية للمؤسسات أو البنوك أو أي جهة تتعامل بها، فبدلاً من الاعتماد على الإجراءات الورقية التقليدية التي تتطلب وقتاً وجهداً كبيرين، يمكن تبسيط عملياتها وتقديم خدماتها بكفاءة أكبر عبر القنوات الرقمية، وهذا التحول لا يساعد فقط في تحسين جودة الخدمة بل يساهم أيضاً في زيادة الكفاءة الاقتصادية للمؤسسة.

لكن على الرغم من التطور التكنولوجي الهائل الذي عرفه هذا المجال وتطبيقاته في القطاع المالي إلا أنّ الدول العربية والنامية لا تزال بالمقارنة مع الدول المتقدمة والرائدة في مجال تطبيق التكنولوجيا ومجالاتها تعاني من بعض النقائص

وهذا يرجع إلى عدة اعتبارات، والجزائر كغيرها من الدول النامية تعاني بمؤسساتها المالية من خطر الفجوة الرقمية* بشكل مستمر نتيجة قصر مواكبة التطورات التكنولوجية، غير أنها تسعى جاهداً من خلال السلطات المالية والنقدية المتمثلة في وزارة المالية وباقي المؤسسات المالية، إلى عصرنه وتحديث النظام المالي الذي يعتمد على الأعمال الإلكترونية وكذا تحديث وسائل الدفع الإلكتروني بهدف تحسين جودة الخدمات المالية بشكل عام والخدمات الإلكترونية بشكل خاص، هذا الذي يتضح جلياً من خلال جملة المشاريع التي أطلقتها لعصرنه ورقمنة قطاع الخدمات في البلاد.

ولعل من أبرز المؤسسات التي سخرت لها الدولة كل الإمكانيات لتجسيد هذه المشاريع هي مؤسسة بريد الجزائر التي وجدت نفسها أمام تحديات ورهانات هذا العصر الاقتصادي الجديد، فيما أن تستغل فرصه ومزاياه، وإما أن تتقهقر وتراجع في خضم التزايد الكبير والمستمر لشدة المنافسة ضمن قطاعها الوطني والعالمي، خاصة وأن خدماتها تملك استجابة فائقة لتطبيقات ومعطيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال، حيث يمكن ملاحظة التأثير الإيجابي الذي أحدثته خدماتها البريدية والمالية التي أدخلت عليها التكنولوجيا وانتقلت بها المؤسسة من خدمة تقليدية إلى خدمة حديثة رقمية، فقد تبنت المؤسسة العديد من المبادرات لتعزيز استخدام الخدمة الإلكترونية البريدية والمالية، ومن بين هذه الخدمات التي كان لها الأثر الإيجابي هي وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها، ويشمل أيضاً إطلاق منصات إلكترونية وتطبيقات للهواتف الذكية.

ومع استمرار تطور التكنولوجيا وزيادة استخدام الانترنت والهواتف المحمولة، بالإضافة إلى تطبيقات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي، من المتوقع أن تستمر وسائل الدفع الإلكتروني في لعب دور متزايد الأهمية في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية، ولهذا يتطلب من إدارة مؤسسة بريد الجزائر الاستمرار في تحديث وتطوير بنيتها التحتية التكنولوجية والتأكد من مواكبة الابتكارات في مجال الدفع الإلكتروني.

يتضح جلياً من الطرح أعلاه، أن وسائل الدفع الإلكتروني قد تمثل عنصراً أساسياً في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية، ومن خلال دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر، يمكننا أن نلاحظ كيف يمكن لتبني هذه الوسائل أن يسهم في تحقيق تحسينات ملموسة في الأداء والفعالية، مما يعود بالنفع على العملاء والمؤسسة على حد سواء.

1- الإشكالية:

على ضوء الطرح السابق تتضح ملامح إشكالية البحث التي يُمكن صياغتها على النحو التالي:

- التساؤل الرئيسي الأول: هل هناك تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية (مؤسسة بريد الجزائر)؟

ويندرج تحت هذا التساؤل، ستة تساؤلات فرعية كالتالي:

- كيف يقيّم أفراد عينة الدراسة مستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة؟

* الفجوة الرقمية: هي درجة التفاوت في مستوى التقدم سواء بالاستخدام أو الإنتاج في مجال الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات بين بلد وآخر أو بين مناطق البلد الواحد وما يصاحب هذا التفاوت من آثار اجتماعية واقتصادية (نهال، 2012).

- هل هناك تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لها من خلال بعد الملموسية؟
- هل هناك تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لها من خلال بعد الاعتمادية؟
- هل هناك تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لها من خلال بعد الاستجابة؟
- هل هناك تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لها من خلال بعد الأمان؟
- هل هناك تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لها من خلال بعد التعاطف؟
- التساؤل الرئيسي الثاني: هل تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لها من خلال مؤشرات الرضا؟
- التساؤل الرئيسي الثالث: هل يختلف تأثير وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لها تبعاً إلى المتغيرات الديمغرافية (المراقبة) التالية: (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، نوع خدمات الدفع الإلكتروني الأكثر استعمالاً)؟

2-فرضيات الدراسة:

انسجماً مع مشكلة الدراسة وأهدافها قام الطالب بصياغة الفرضيات التالية:

❖ الفرضية الرئيسية الأولى (H_1): تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر.

وتتفرع هذه الفرضية إلى فرضيات فرعية كالتالي:

- الفرضية الفرعية الأولى ($H_{1.1}$): تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر بشكل مقبول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.
- الفرضية الفرعية الثانية ($H_{1.2}$): تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (العناصر الملموسة).
- الفرضية الفرعية الثالثة ($H_{1.3}$): تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاعتمادية).

- الفرضية الفرعية الرابعة (H_{1.4}): تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاستجابة).
- الفرضية الفرعية الخامسة (H_{1.5}): تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الأمان).
- الفرضية الفرعية السادسة (H_{1.6}): تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة التعاطف).
- الفرضية الرئيسية الثانية (H₂): تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر بدرجات متفاوتة على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية من خلال (مؤشرات الرضا).
- الفرضية الرئيسية الثالثة (H₃): لا توجد فروق بين متوسطات آراء العينة اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغيرات الديمغرافية (المراقبة) التالية: (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، وتيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استخداماً).

3- أهمية الدراسة:

تستند أهمية هذه الدراسة إلى الحاجة الملحة لفهم وتحليل دور وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز جودة الخدمات المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر، حيث تُعد وسائل الدفع الإلكتروني للمؤسسة من بين التطورات الحديثة في مجال الخدمات المالية، والتي أتاحت لعملاء المؤسسة إجراء معاملاتهم المالية بكل سهولة وفعالية، كل هذا كان مُحرك اهتمام الطالب بدراسة هذا الموضوع ورغبته في الوقوف على التطورات الحالية في مجال وسائل الدفع الإلكتروني وتأثيرها على جودة الخدمات المالية البريدية.

4- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف منها:

- التعرف على المفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني وفهم كيفية تطبيقها في النظام المالي لمؤسسة بريد الجزائر؛
- استكشاف ودراسة الواقع الحالي لوسائل الدفع الإلكتروني المطبقة في هذه المؤسسة والخدمات الإلكترونية المرتبطة بهذه الوسائل؛
- تسليط الضوء على دور وأهمية وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية لدى مؤسسة بريد الجزائر؛
- تقديم المقترحات الضرورية والملائمة لتعزيز دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية، بهدف تحقيق أفضل استخدام للعملاء وزيادة الكفاءة والفعالية في العمليات المالية البريدية لمؤسسة بريد الجزائر.

5-مبررات اختيار الموضوع:

من بين جملة دوافع اختيار هذا الموضوع تحديداً، هناك دوافع ذاتية وأخرى موضوعية يرى فيها الطالب إمكانية العمل على موضوع الدراسة، ومن بين أهم الأسباب التي دفعتنا لمعالجة إشكالية المطروحة نذكر:

أولاً: الدوافع الموضوعية:

- الاهتمام بموضوع وسائل الدفع الإلكتروني ومحاولة توسيع المعارف النظرية في هذا المجال.
- إبراز أهم التطورات الحاصلة في مجال وسائل الدفع الإلكتروني خاصة الحديثة منها.
- دراسة واقع وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر.

ثانياً: الدوافع الذاتية:

- رغبة الباحث في دراسة وسائل الدفع الإلكتروني التي تُعتبر من بين المواضيع المواكبة للتطورات تكنولوجية المالية وما يتماشى مع افرازات التطور التكنولوجي في عصرنا الحالي، خاصة مع ما يشهده العالم في خضم تسارع استخدامات الذكاء الاصطناعي.
- انتماء الطالب لمؤسسة بريد الجزائر باعتباره أحد موظفيها وهذا الذي يرى من خلاله أنها نقطة ارتكاز قد تسمح له بالتعمق أكثر في موضوع الدراسة

6- الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المحلية

❖ دراسة (لوصيف عمار، 2009)، بعنوان: استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع

الإشارة إلى تجربة الجزائر

هدفت الدراسة إلى استكشاف التجربة الجزائرية في مجال نظام الدفع وقارنتها بتجربة العالمية، وذلك لفهم الحدود التي وصلت إليها وأهم العوائق التي تواجهها، بهدف إيجاد الحلول المناسبة، كما تسعى الدراسة إلى تقييم وسائل الدفع الحديثة وإمكانية مقارنتها بالوسائل التقليدية، بالإضافة إلى محاولة فهم مدى استجابة الجمهور الجزائري للتطورات الحديثة في مجال نظام الدفع.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها (لوصيف، 2009):

- تسبب ظهور وسائل الدفع الالكترونية في انخفاض ملموس في استخدام وسائل الدفع التقليدية، مما ساعد على تقليل الوقت والحد من الافراط في استخدام الورق والموارد البشرية التي كانت مخصصة لها؛
- شجعت وسائل الدفع الالكترونية على تقديم خدمات مصرفية تتناسب مع تطورات العصر من حيث السرعة والكفاءة، إلا أنَّ هذه الوسائل لا تخلو من بعض العوائق، أبرزها تلك المتعلقة بالجرائم الالكترونية.

❖ دراسة (شيروف فضيلة، 2010)، بعنوان: أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية

هدفت الدراسة الى تبين أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية وكذا معرفة الوسائل المطبقة لدى البنوك لتحسين الجودة المصرفية بالإضافة الى دراسة الحالة التي ضمت بعض البنوك في الجزائر لقياس أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة وكذا دراسة الحالة التي اعتمدت الاستبيان الموجه للعملاء، كأداة إحصائية لاختبار الفروض لقياس أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية. توصلت الدراسة الى أنَّ غالبية المصارف العاملة في الجزائر تعتمد مواقع الكترونية خاص على شبكة الانترنت للتعريف بنفسها إضافة الى تعريف العملاء بخدماتها التقليدية والالكترونية مثل البطاقات البلاستيكية الالكترونية، بنك الهاتف المحمول، الصراف الآلي والتحويلات السريعة، كما توصلت أيضا الى أن استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال أمراً حتمياً يفرض نفسه في تحديد مستقبل المصارف وتطورها (شيروف ، 2010).

❖ دراسة (زاوش زهير، 2011)، بعنوان: دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية

تهدف هذه الدراسة الى محاولة تقييم وسائل الدفع الحديثة لإمكانية مقارنتها بمختلف وسائل الدفع التقليدية ومعرفة مدى استجابة البنوك الجزائرية للتطورات الحاصلة في المجال المصرفي.

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وكذلك المنهج التاريخي لدراسة التطور التاريخي لنظام الدفع وتحليل الاحصائيات للكشف عن العلاقة بين استخدام وسائل الدفع الالكترونية الحديثة وتقليدية من طرف الجمهور الجزائري.

توصلت الدراسة الى عدة نتائج نذكر من بينها (زاوش، 2011):

- ظهور وسائل الدفع الالكترونية سمح للبنوك باستغلال هذا التطور التكنولوجي من أجل تحديث مختلف المعاملات المالية، كما استطاعة من اختصار الوقت وتقليل الجهد لمعالجتها.
- ظهور وسائل الدفع الالكتروني سمح بخلق المؤسسات الرائدة في هذا المجال ووسع الآفاق امام التجارة الالكترونية وما تحققه من أرباح طائلة من هذه الوسائل.
- ظهور وسائل الدفع الالكترونية لم تكن مثالية بقدر ما افرزته من عيوب ومشاكل من نوع خاص يصعب معالجتها لأنها تركز على اللامادية في المعاملات المصرفية مما يصعب عملية الاثبات.

يرجع تعثر الجزائر فيما يتعلق بتحديث وسائل الدفع الى جملة من المعوقات كان من بينها ما يلي:

- ضعف النظام المصرفي الجزائري في استخدام التكنولوجيا المصرفية راجع الى التأخر في مواكبة الصناعة المصرفية الحديثة.
- هناك إرادة من قبل المسؤولين لتطوير نظام مصرفي إلكتروني، غير أنه يسير ببطء وهذا عكس ما تقتضيه متطلبات مواكبة التطورات التكنولوجية من سرعة في الاستعمال وتنفيذ.
- التشريعات والقوانين المتعلقة بوسائل الدفع الالكترونية والتجارة الالكترونية.
- ارتفاع تكاليف الصيانة المتعلقة بهيكل القاعدة لوسائل الدفع الالكترونية.

❖ دراسة (بريكة سعيد؛ شوق فوزي، 2014)، بعنوان: تحديات وسائل الدفع الإلكتروني دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي

هدفت الدراسة الى معرفة تحديات وسائل الدفع الإلكتروني بالوكالات البنكية (BNA-CPA-BADR-CNEP) بولاية أم البواقي وذلك بالاعتماد على منهج دراسة الحالة، الذي تم فيه توزيع استبيان لجمع المعلومات عن آراء الموظفين بخصوص تحديات وسائل الدفع الإلكتروني من قبل هذه الوكالات البنكية، اعتمد الباحثين على (51) استبيان قابل للدراسة وتمت معالجة تلك البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

حيث توصلت الدراسة الى أنَّ الوكالات البنكية محل الدراسة تُقر بأن هناك نسبة عالية من المخاطر التي تواجه وسائل الدفع الإلكتروني، خاصة مخاطر استخدام البطاقة البنكية وضعف الرقابة على إجراءات نظم الدفع الإلكتروني (بريكة وشوق، 2014).

❖ دراسة (بوعبد الله صالح، 2016)، بعنوان: نحو بناء مقياس خاص للجودة المدركة للخدمة البريدية

هدفت الدراسة الى بناء إطار خاص لقياس جودة الخدمة البريدية في الجزائر، حيث تضمنت الدراسة الميدانية اجراء مقابلات مع سبعة من مسيري القطاع البريدي من مختلف المستويات الإدارية، واستخدم الاستبيان كأداة للدراسة، تم توزيع (140) استبيان على الزبائن في مكتبين بريديين كبيرين (القباضة الرئيسة لولاية سطيف، مكتب كبير في دائرة العلمة).

توصلت الدراسة لبناء مقياس خاص للجودة في قطاع البريد والذي اسماه الباحث بـ (POSTQUAL)، اعتمد فيه على الأبعاد الثلاثة التالية: (الجودة الوظيفية، الجودة التقنية، جودة معالجة الشكاوى) (بوعبد الله، 2016).

ثانياً: الدراسات العربية

❖ دراسة (مفتاح سعد الباهي صلاح الدين، 2016)، بعنوان: أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبائن

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا الزبائن، استخدم المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة. استهدف الباحث مجتمع دراسة ممثل في زبائن البنك الإسلامي الأردني في مدينة عمان، باستخدام أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان الموزع على (340) مستجوب كانت منها (232) صالحة للتحليل بنسبة (81.97%)، استخدم برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل واختبار الفرضيات. توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أبرزها (صلاح الدين، 2016):

- أنَّ مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام في البنك الإسلامي الأردني في مدينة عمان وفروعه من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً؛
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن في البنك الإسلامي الأردني.

❖ دراسة (زاكي شفيع زكي زبدة، 2018)، بعنوان: تقييم مستوى جودة الخدمات البريدية وعلاقتها بالرضا من وجهة نظر متلقي الخدمة

هدفت الدراسة الى التعرف على مستوى تقييم جودة الخدمات المقدمة في مكاتب البريد الفلسطينية باستخدام المعايير المتمثلة في (الجودة الوظيفية، الجودة التقنية، جودة معالجة الشكاوى) وعلاقتها برضا متلقي الخدمة. حيث اعتمدت الدراسة لتحقيق أهدافها على المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من متلقي الخدمات البريدية الفلسطينية، تم فيها توزيع (270) استبيان على متلقي الخدمات البريدية وذلك بالاعتماد على العينة العشوائية.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها (زكي شفيع، 2018):

- ظهرت الدرجة الكلية لجودة الخدمات المقدمة من قبل البريد الفلسطيني بدرجة متوسطة بأبعادها الثلاثة (الجودة الوظيفية، الجودة التقنية، جودة معالجة الشكاوى)؛
- مستوى رضا متلقي الخدمة عن الخدمات المقدمة من قبل البريد الفلسطيني كان بدرجة متوسطة؛
- وجود علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية طردية بين الدرجة الكلية لجودة الخدمة في مكاتب البريد الفلسطينية ورضا العميل؛
- كما تبين عدم وجود علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين بعد جودة معالجة الشكاوى في المكاتب البريد الفلسطينية ورضا العميل (متلقي الخدمة).

أظهرت النتائج بأن مستوى جودة الخدمة يسهم في رفع مستوى الرضا لدى متلقي الخدمة في البريد الفلسطيني.

❖ دراسة (إبراهيم خليل إبراهيم، 2018)، بعنوان: الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية في المصارف - دراسة تطبيقية لعينة من المصارف العراقية الخاصة

هدفت الدراسة إلى تحليل كيفية تعزيز التنافسية للمصارف العراقية في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وتأثيرها على أداء هذه المصارف والعوائق التي قد تعترض تحقيق هذا التأثير.

وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي يُعتبر ذو دلالة معنوية للخدمات المصرفية الإلكترونية بجميع أشكالها على جوانب التنافسية للمصارف العراقية، وخاصة من وجهة نظر العملاء، ومن بين التحديات التي تواجه المصارف العراقية، يبرز على سبيل المثال عوائق اجتماعية وثقافية وقلة الثقة من قبل الجمهور في استخدام الوسائل الإلكترونية، ومخاوف من اختراق حساباتهم، وقلة التوعية المصرفية، والمخاوف من تسريب البيانات الشخصية (إبراهيم خ، 2018).

❖ دراسة (زهراء هادي معلقة الحسيني، 2019)، بعنوان: تفعيل القطاع المصرفي في ظل استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية في العراق

هدفت الدراسة إلى فهم كيفية تفعيل أنظمة الدفع الحديثة في القطاع المصرفي، وكيف تؤثر هذه الأنظمة على أدوات السياسة النقدية والخدمات المصرفية المقدمة، بالإضافة إلى مؤشرات الشمول المالي.

وتوصلت الدراسة إلى استنتاجات عديدة من بينها: أنَّ انتشار وسائل الدفع الإلكتروني سيقبل من حجم النقد المتداول، مما سيمكن السلطات النقدية من السيطرة على إمدادات النقد، وتقليل تكاليفها، وايضاً تقليل معدلات التضخم، وتشجيع الودائع في المصارف العراقية، ومن بين الاستنتاجات الأخرى للدراسة، هو دور هذه الوسائل في زيادة السيولة البنكية، مما يوسع الائتمان المتاح للأفراد والمؤسسات، وتعزيز النشاط الاقتصادي بصفة عامة (الحسيني، 2019).

ثالثاً: الدراسات الأجنبية

❖ دراسة (Musiime & Ramadhan, 2011) بعنوان:

" Internet Banking, Consumer Adoption and Customer Satisfaction "

هدفت الدراسة التي أجريت على مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى فهم مدى اعتماد المستهلك ورضا العملاء على هذه الخدمات في بنك (كمبلا تكنولوجيا)، وذلك من خلال استقصاء رضا العملاء وتقدير مستوى اعتمادهم على الخدمات المصرفية الرقمية، ويهدف البحث إلى تحديد العوامل المؤثرة في هذا الاعتماد ورضا العملاء في هذا المجال، من وجهة نظر عملاء بنك (كمبلا تكنولوجيا).

وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية واعتماد المستهلك، بالإضافة إلى وجود رضا عند العملاء (Musiime & Ramadhan, 2011).

❖ دراسة (Benazir Rahman & Shirin Akhtar, 2018) بعنوان:

"Impact of Introducing Biometric ATM cards for Banking Industry: Bangladesh Perspective"

تناولت هذه الدراسة تأثير إدخال بطاقات الصراف الآلي البيومترية (ATM) في صناعة الخدمات المصرفية في "بنغلاديش"، وأهمية هذه التكنولوجيا المقدمة من خلال بطاقات الصراف الآلي البيومترية على تحسين الخدمات المصرفية، لا سيما عملاء المصارف المختلفة وهم المحترفين في الخدمات المصرفية، والأُميين والمزارعين، بما في ذلك الشباب وكبار السن.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنَّ إدخال بطاقات الصراف الآلي البيومترية يلعب دوراً فعالاً في جذب فئات الشباب والمحترفين في الخدمات المصرفية، كما يعزز أمن المعاملات الإلكترونية، بينما يكون تأثيره أقل جذب لفئة كبار السن والأفراد والأشخاص غير المحترفين (Benazir & Shirin, 2018).

❖ دراسة (Rose Nyiranzabamwita & Jean Bosco, Harelimana, 2019) بعنوان:

"The Effect of Electronic Banking on Customer Services Delivery in commercial Banks in Rwanda"

هدفت الدراسة إلى تقييم تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على تقديم الخدمات للعملاء في روندا، وتحديد مدى فعالية البنوك التجارية في تقديم الخدمات المصرفية من خلال قنوات التواصل مع العملاء.

أظهرت الدراسة وجود ارتباط أساسي بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وفعالية الخدمات المصرفية لبنك (كيغالي)، بالإضافة إلى درجة الارتباط مع قنوات التواصل المتوفرة للعملاء (Nyiranzabamwita & Harelimana, 2019).

7- حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

استطعنا من خلال الدراسات السابقة (المحلية، العربية، والأجنبية)، من وضع نقاط البداية لموضوع دراستنا، والتي ساهمت بشكل كبير في تحديد تقسيمات الدراسة، وتحديد تحليل مختلف النتائج المتوصل إليها للدراسات السابقة، والتي ساعدت في تحديد الفجوة العلمية بين الدراسة الحالية لموضوعنا وسابق الدراسات الأخرى.

8- ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

تُميز موضوع الدراسة الحالية "دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية" عن الدراسات السابقة في عدة جوانب نذكر منها:

- تركيزها على الخدمات المالية البريدية: في حين أن العديد من الدراسات التي استعرضناها تركز على الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف التجارية، تُعتبر هذه الدراسة توجهاً جديداً نحو تحليل دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية.
- المحددات الثقافية والاجتماعية المحلية: تتضمن الدراسة الحالية استكشاف التحديات القانونية والثقافية والاجتماعية المحلية التي قد تؤثر على تبني وسائل الدفع الإلكتروني في الخدمات المالية البريدية مؤسسة بريد الجزائر، مما يساعد على فهم السياق التشريعي والثقافي والاجتماعي الخاص بالجزائر.
- التحليل السلوكي للعملاء: تتضمن الدراسة تحليلاً مفصلاً - من خلال الجزء التطبيقي للدراسة - لسلوك العملاء لمؤسسة بريد الجزائر في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني المعتمدة في الخدمات المالية البريدية، بما في ذلك مستوى القبول، ورضا العملاء، مما يضيف نوعاً جديداً من الفهم لاستخدامات العميل في هذا السياق.
- التوصيات المحلية والعملية: يمكن أن تقدم هذه الدراسة توصيات محلية وعملية لتحسين جودة الخدمات المالية البريدية باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مما يساهم في تطوير سياسات واستراتيجيات تحسين الخدمات بشكل ملموس في هذا القطاع.

باختصار، يُمثل موضوع هذه الدراسة منعجاً جديداً في تحليل دور وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المالية البريدية، مع التركيز على السياق المحلي والتحليل السلوكي للعملاء، مما يُساهم في فهم أفضل لهذه الديناميكيات، وتقديم استنتاجات وتوصيات عملية وقابلة للتطبيق.

9- صعوبات الدراسة

- واجهت الطالب بعض التحديات والصعوبات أثناء عمله على موضوع الدراسة، وتشمل هذه الصعوبات ما يلي:
- قيود الوصول إلى البيانات: هناك صعوبات في الحصول على البيانات المطلوبة من مؤسسة بريد الجزائر، سواء بسبب قيود السرية أو الصعوبات التي واجهت الطالب في الحصول على التصاريح اللازمة من مستوى إلى آخر.
- تحليل البيانات: عملية تحليل البيانات المالية والبريدية معقدة وتتطلب مهارات تحليلية متقدمة، خاصةً كون البيانات متنوعة وكبيرة الحجم، بحجم المعاملات التي تجري في مؤسسة بريد الجزائر.

- تأخر في الحصول على البيانات: زمن الحصول على البيانات كان سبب بارز في تأخير الطالب عن الجدول الزمني المخطط والمحدد لإكمال الدراسة.
- صعوبة في تحديد العلاقات السببية: صعوبة عملية تحديد العلاقات السببية بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المالية البريدية، نظراً لوجود عوامل أخرى مؤثرة.
- التحكم في المتغيرات الخارجية: تؤثر المتغيرات الخارجية مثل التغيرات الاقتصادية والتشريعات المالية والاحصائيات التي تشهدها مؤسسة بريد الجزائر، على نتائج الدراسة، مما أوجب على الطالب مراعاتها والتعامل معها بشكل مناسب، مع التحديث المستمر لبعض البيانات والمعلومات طيلة العمل على الموضوع.
- التكاليف المادية: دراسة الموضوع لحالة مؤسسة بريد الجزائر، صعبت على الطالب استيفاء كل شروط البحث العلمي لموضوع البحث، وذلك لعدة أسباب، نذكر منها:
 - احتكار مؤسسة بريد الجزائر للخدمات المالية البريدية في كافة ربوع الوطن، وبما أن موضوع الدراسة كان شاملاً غير محدد لمنطقة جغرافية عن الأخرى، صعب الأمر على الطالب التوفيق في دراسة الموضوع بشكل عام، وهذا ما دفعه لإجراء الدراسة في ولاية المسيلة فقط؛
 - التكاليف المادية والجهد الكبير في دراسة العينة البحثية على المستوى الكلي (الوطني)، كان من بين الصعوبات التي واجهت الطالب، مما دفعه في التفكير في طرق علمية إحصائية أخرى تسمح له بإجراء الدراسة.

10- حدود الدراسة:

أولاً: الحدود الزمنية

- فترة الدراسة: تمت الدراسة على مدى أربع سنوات، وتحديداً من سنة 2020 إلى 2024، وعليه فإنه من المحتمل أن تؤثر بعض العوامل مثل التطورات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية على النتائج المحققة في المستقبل؛
- تغيرات الفترة الزمنية للدراسة: تلعب الفترة الزمنية للدراسة دور مهم على النتائج المحققة، ومن المحتمل أن تتأثر هذه النتائج بالفترات الزمنية وخصائص كل فترة، مثل جائحة (COVID-19) التي لعبت دور مهم في تسجيل بعض الأرقام الإيجابية لموضوع دراستنا، وعلى المستويين العالمي والمحلي.

ثانياً: الحدود المكانية

- نطاق الدراسة: تمت هذه الدراسة على المستوى المحلي للجزائر، مما يعني أن النتائج المحققة من خلالها، تخص نوع المؤسسة محل الدراسة في السياق الجزائري دون غيره، مع العلم أن الطالب ولأسباب نذكرها لاحقاً، لم يوفق لإجراء الدراسة على كامل جغرافية البلد.

ثالثاً: الحدود النظرية

- النموذج النظري للدراسة: هذه الدراسة تستند إلى نماذج نظرية معينة (قديمة وحديثة) لتحليل كل من المتغيرين (وسائل الدفع الإلكتروني) و(جودة الخدمة المالية البريدية).

رابعاً: الحدود الاقتصادية، التشريعية والسياسية:

■ إنَّ التغيرات الاقتصادية الواقعة في الساحة الجزائرية خلال فترة هذه الدراسة على استخدام وتقبل وسائل الدفع الإلكتروني، مثل التضخم، البطالة، أو السياسات المالية، سجلت تأثير واضح على النتائج المحققة، بالإضافة إلى التغيرات على المستويين التشريعي والسياسي، الذي قد كان له التأثير بشقيه الإيجابي والسلبي على النتائج.

11- منهج ونموذج الدراسة

أولاً: منهج الدراسة

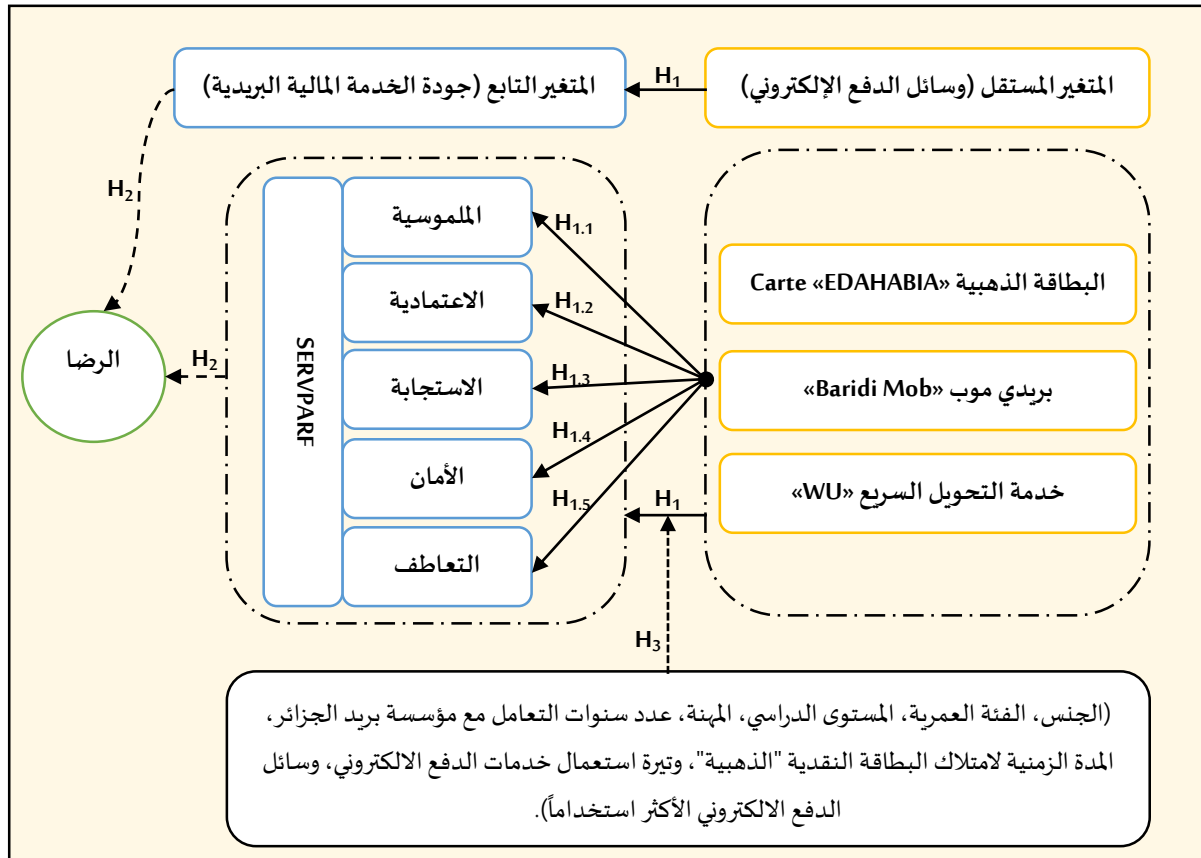
اعتمد الطالب في دراسته للموضوع على منهجية البحث العلمي في انجاز البحوث العلمية، حيث استخدم في ذلك كل من المنهج التاريخي عند تعرضه لتحديد المرجعية التاريخية لبعض المفاهيم النظرية، واستخدم أيضاً المنهج الوصفي التحليلي أثناء وصفه للظاهرة المدروسة بالنسبة (لوسائل الدفع الإلكتروني) وتحليل الإحصائيات والبيانات المتعلقة بها وتأثيرها على (جودة الخدمة المالية البريدية).

وتنوعت طرق جمع البيانات والأدوات المستخدمة في ذلك عند الطالب بالشكل التالي:

- مصادر البيانات: منها ما كان بيانات أولية مثل (الاستبيان، وبعض المقابلات مع الموظفين في هرم إدارة المؤسسة)، ومنه ما كان في شكل بيانات ثانوية مثل (تقارير السنوية، الدراسات السابقة، إحصاءات منشورة، ووثائق داخلية من المؤسسة محل الدراسة).
- أدوات جمع البيانات: ركز الطالب على الأداة الدراسية المتمثلة في (الاستبانة الموزعة على العينة البحثية)، لجمع آرائهم حول الموضوع، أيضاً من الأدوات المتبعة في الدراسة (المقابلات، والملاحظات الميدانية للطالب المتكررة لديه بحكم عمله).

ثانياً: نموذج الدراسة

الشكل رقم (01-01): نموذج الدراسة



الفصل الأول:

الإطار النظري والمفاهيمي لنظام الدفع الإلكتروني

تمهيد:

تستخدم البنوك النقود كوسيلة أساسية للعمل، فهي تُعد أول وسيلة دفع تم ابتكارها لتسهيل المبادلات المالية والتجارية، ومع مرور الوقت، طورت البنوك وسائل دفع جديدة تعتمد بشكل أساسي على الورق وليس فقط النقود المعدنية، مثل السند لأمر والشيكات، والتي فيما بعد أصبحت أكثر استخداماً بسبب الكفاءة الأعلى في معالجتها.

كشف التطور الاقتصادي والوتيرة السريعة للمبادلات التجارية عن عيوب ونقائص هذه الوسائل، مثل ارتفاع تكلفتها والبطء في حركة دورانها، وعليه أصبحت الوسائل التقليدية تشكل عبئاً ثقيلاً على البنوك، حيث تعتمد بشكل كبير على الاستخدام الورقي والبشري، مما يستغرق الكثير من الوقت ويتسبب في خسائر بدلاً من تحقيق الأرباح.

بدأت البنوك في البحث عن وسائل دفع جديدة تتميز بالسرعة والكفاءة، مُستغلة في ذلك التطور التكنولوجي في مجال الاعلام والاتصال، مثل التكنولوجيا المالية والدفع الإلكتروني، حيث يُمكن للمستخدمين إجراء المعاملات المالية عبر شبكة الإنترنت بشكل سريع وآمن، دون الحاجة إلى استخدام وسائل الدفع التقليدية، وتُعتبر هذه الوسائل الجديدة عاملاً مُدراً للربح على البنوك، حيث تُقلل التكاليف وتزيد من كفاءة العمليات المالية، وبالتالي فإن استخدام البنوك للتكنولوجيا المالية ونظم الدفع الإلكتروني يُعتبر اتجاهاً مستقبلياً وضرورة حتمية للنجاح والاستمرار وتحقيق الربح في هذا المجال.

ومن المهم أن تعمل البنوك والمؤسسات المالية على توفير خدمات دفع إلكترونية مُتعددة ومُناسبة لجميع فئات المستخدمين (العملاء)، وتطوير تطبيقات ذكية ومواقع إلكترونية سهلة الاستخدام وأمنة، وتوفير خدمات الدفع الرقمي للتجار والشركات، كما يجب على البنوك الاستثمار في الأمن الإلكتروني وحماية بيانات المستخدمين، وتوعية العملاء بأهمية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وطرق الحماية اللازمة، وبهذه الطريقة، يُمكن للبنوك تحسين خدماتها المالية وزيادة عدد عملائها وأرباحها، والاستمرار في تلبية احتياجات السوق وتوقعات المستهلكين في عصر التكنولوجيا الحديثة.

بالإضافة الى ذلك يجب على البنوك التعاون مع الجهات الحكومية والقطاع الخاص والمؤسسات الأخرى لتطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز استخدام التكنولوجيا الحديثة في القطاع المالي.

في هذا الفصل من الدراسة، سنستعرض مفهوم الدفع الإلكتروني، ثم ننتقل لبيان أنواع وسائل الدفع الإلكتروني، وأخيراً نتناول المخاطر المرتبطة به والإجراءات اللازمة لتحقيق الحماية المناسبة لهذه الوسائل.

كما سنحاول بتوفيقٍ من الله، تفصيل كل مبحثٍ بشكل مُستفيض، بما يشمل المعلومات الأساسية والتفاصيل المتعلقة بالموضوعات الرئيسية، وذلك بهدف توفير فهم أفضل لهذا الموضوع المهم والحيوي في عالم اليوم، وتسهيل الضوء على الأحكام والتوجهات التي يجب اتباعها للحفاظ على سلامة وأمن الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول: ماهية الدفع الإلكتروني

إن المتتبع لتطور الفكر الاقتصادي والسياسات الاقتصادية بصفة عامة، يعرف جيداً أن للأفكار سوق خاص بها، كما أن لكل سلعة من السلع أو خدمة من الخدمات سوق خاص بها، فقد تنتشر فكرة ما في فترة معينة، فيزداد إقبال الحكومات على تبنيها وإقبال الشعوب على تنفيذها، ثم ما تلبث أن تُصاب هذه الفكرة بالركود، فتتعرض للاندثار والموت، لتأخذ الراية بدلاً منها فكرة أخرى جديدة، وإن التطورات المتلاحقة في بيئة الاقتصاد العالمي والتي شهدت ترسيخاً واضحاً لمسألة التدويل الاقتصادي، جعلت من الأفكار والمفاهيم الاقتصادية تحظى بسوق خاص بها، وكما هو الحال مع السلع والخدمات، تشهد الأفكار ازدهاراً في بداية ظهورها، ولكنها في الغالب تتعرض للركود والتلاشي مع مرور الوقت، فقد أصبح تبني الأفكار الاقتصادية الجديدة والتي يمكن أن تلبي متطلبات الحاضر والمستقبل، أمراً ضرورياً.

وتعود بعض هذه التطورات إلى محطات تاريخية واضحة المعالم، مثل نهاية الحرب العالمية الثانية والحرب الباردة، وانتصار النظام الرأسمالي، والتفرد الأمريكي بقيادة العالم، حيث شهد العالم بعدها -خاصة الحرب الباردة- تغييرات جذرية في البنية الاقتصادية والسياسات الاقتصادية التي اتبعتها الدول، والتي تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية في المجتمعات.

يتجلى تأثير هذه المحطات والتطورات في البيئة الاقتصادية من خلال التزامن مع النظرية الرأسمالية في تحرير التجارة العالمية بشكل شامل وفك القيود عن الأنظمة المالية السائدة في تلك الفترات، ومن هنا شهدت المعاملات المالية الدولية نمواً كبيراً خاصة مع بداية الثمانيات، وهذا النمو كان له دور أساسي في زيادة الوزن النسبي لعمليات عولمة الأسواق المالية، وإدخال الاقتصاد العالمي إلى عصر التمويل العالمي، وقد ساعدت الثورة التكنولوجية الهائلة التي أحدثت في القطاع (رزق وبني عمور، 2009)، وتسارع عمليات الابتكار المالي والتجديد في أساليب وأدوات أنظمة الدفع، خاصة مع ظهور التجارة الإلكترونية، على زيادة هذا النمو، وأدت هذه التطورات التكنولوجية الحديثة إلى استخدامات إلكترونية مهمة في جميع القطاعات الاقتصادية، وخاصة في البنوك والمؤسسات المالية، التي سارعت في تطوير الكثير من جوانب خدماتها التقليدية، وعلى رأسها تحديث أنظمة الدفع الأساسية لتتوافق مع هذه التطورات، وبالتالي انتقل الاهتمام إلى استخدام نظام جديد وأكثر تطوراً، يعرف بنظام الدفع الإلكتروني.

في ضوء أهمية الدفع الإلكتروني كأداة مهمة في المعاملات المالية، فإنه يتطلب من الجهات الحكومية والباحثين في هذا المجال العمل على توعية المجتمع وتدريبه بقوانينه وكيفية استخدامه، بالإضافة إلى توضيح القوانين واللوائح المنظمة لهذا النظام، كما يحتاج الأمر إلى دراسة وبحث الوسائل التكنولوجية المستخدمة في هذا النظام وأشكالها وأدوارها وكيفية استخدامها، أيضاً يتطلب الأمر إلى التفكير في كيفية إثبات المعاملات المالية في بيئة رقمية.

المطلب الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني – Electronic Payement

تغيرت بيئة الاقتصاد العالمي جذرياً في السنوات الأخيرة بسبب التطورات الهائلة التي نتجت عن سياسة العولمة، وأثرت على جميع القطاعات الاقتصادية، حيث يُعد القطاع المصرفي واحداً من القطاعات الأكثر تأثراً بتلك التغييرات المتسارعة في مجال الاتصالات والخدمات الإلكترونية، إذ تزايد استخدام الحلول الإلكترونية فيه بفعل التطورات التكنولوجية الحديثة، ولا سيما في نظام الدفع الإلكتروني الذي يُعد نتيجة حتمية للتطورات في مجال الاتصالات وانتشار العولمة المالية، والذي يُعتبر حلاً للمشاكل التي كانت تواجه وسائل الدفع التقليدية في الماضي.

ومن أجل تحقيق الأهداف المرجوة والتغلب على المشاكل المصرفية الشائعة، وزيادة الإقبال على الدفع الإلكتروني، يتطلب تطوير الاعلام المصرفي لنشر ثقافة الدفع الإلكتروني في المجتمع – خاصة المجتمعات المتخلفة -، كما يتوجب تعريف العملاء بنظام الدفع الإلكتروني وشرح سياسته ومزاياه، وذلك يُساعد على زيادة وعي المستخدمين (العملاء) بأهمية هذا النظام والفوائد التي يُوفرها، ونظراً لأن استخدام الدفع الإلكتروني يتطلب الالتزامات من جميع المتدخلين في العملية، قد يُثور هنا التساؤل التالي: كيف يُمكن إثبات الالتزام بالدفع الإلكتروني؟

الفرع الأول: التعريف بالدفع الإلكتروني

إن تحديد مفهوم مصطلح محدد في أي مجال من المجالات العلمية أمرٌ يحظى بأهمية كبيرة في إطار البحث العلمي، وذلك لأن فهم المقصود من كلام المتحدث في إطار أي علم يتوقف على فهم المعاني المتعارف عليها لتلك المصطلحات المستخدمة في ذلك العلم، لذلك فإن معرفة مفاهيم العلم المختلفة ومصطلحاتها يمثل المفتاح لفهم تلك العلوم بشكل صحيح، وفي حالة عدم فهم تلك المفاهيم والمصطلحات، فقد يؤدي ذلك إلى الاضطراب في فهم المعلومات والتأثير على المقصود من البحث، مما يُنتج عنه تطبيقات خاطئة ونتائج مغلوطة.

ومن هذا المنطلق وبُغية الوقوف على المعنى المقصود بمصطلح "الدفع الإلكتروني"، الذي يُعتبر أحد الظواهر التجارية النقدية المتطورة وذلك بالنظر إلى ما أفضت إليه من تعديل عميق في تنظيم الأسواق وتوزيع التبادل الإلكتروني، فإننا نعتبر هذه المسألة تقتضي فك المصطلحات وتعريفها لغوياً بما أن المصطلح أساساً يتكون من كلمتين: "الدفع" و"الكثرون"، وذلك من خلال (الجزء الأول)، ثم التعريف بتقنية الدفع الإلكتروني من خلال (الجزء الثاني)، لنورد بعد ذلك في (الجزء الثالث)، خصائص الدفع الإلكتروني، وفي الجزء الأخير (الجزء الرابع) سنحدد الجهات المتعلقة بالدفع الإلكتروني.

أولاً: التعريف بالمصطلحين "الدفع" و"إلكتروني".

إن مفهوم الدفع الإلكتروني مُركب من كلمتين (دفع) و(الإلكتروني) ولكل لفظ له تعريفه.

فكلمة (دفع) معناها: دفع إليه مالا ودفعته فندفع، ورجل دفع ودفعاً ومُدفع وهو مُدفع عند المكارم (ابي القاسم محمود بن عمرو بن أحمد، 1998)، ودفع إليه شيئاً دفعته فندفع، واندفع الفرس أي أسرع في سيره، واندفعوا في الحديث، والمدافعة المماتلة، ودافع عنه ودفع بمعنى، تقول منه (دافع) الله عنك السوء (زين الدين ابي عبد الله بن ابي بكر بن عبد القادر، 1999).

وكلمة (إلكتروني) معناها: دقيقة ذات شحنة "كهربائية" سالبة، شحنتها هي الجزء الذي لا يتجزأ من الكهربائية (مخ) (ابراهيم، أحمد، وحامد عبد القادر، بدون سنة النشر)، وكتلتها تساوي بالتقريب جزء من ثمانمائة وألف جزء من كتلة أصغر ذرة موجودة، وهي ذرة "الهيدروجين"، والتيار الكهربائي هو عملية جريان "الإلكترونات" داخل الأجسام عند توافر أسبابه، وقد سميت الآلات الكهربائية ذات اللوحات الإلكترونية، نسبة إلى تلك "الإلكترونات" التي تسير داخل دوائرها الإلكترونية، فالتيار الكهربائي ما هو إلا سيل منتظم من الإلكترونات يسير داخل المادة وغالباً ما تكون هذه المادة معدناً، والأجهزة الإلكترونية هي أجهزة كهربائية حساسة دقيقة الصنع، يدخل في صناعتها عنصر "الإلكتروني"، تشمل على صمامات إلكترونية، أو مكبرات مغناطيسية، أو أية أجهزة أخرى تقوم بعمل الصمامات الإلكترونية، وقد سميت كذلك لأنها تعتمد على "الإلكترونات" التي تسير داخل الدارات الكهربائية، المكونة لتلك الآلات الإلكترونية، فالتيار الكهربائي ما هو إلا مجموعة من النبضات الإلكترونية، تتحرك داخل تلك الدارات الكهربائية، أما "الإلكترونات": فهي ذلك الفرع من العلوم والتكنولوجيا الذي يتناول الأجهزة الإلكترونية بما في ذلك الصمامات الإلكترونية والمكبرات المغناطيسية وغير ذلك من الأجهزة التي تقوم بعمل الصمامات الإلكترونية (عطوة مضغان، 2010).

أما من الناحية القانونية، فقدمت التشريعات الغربية والعربية تعريفات عديدة لمصطلح "إلكتروني"، ففي قانون الولايات المتحدة الأمريكية الموحد يعرف هذا المصطلح بأنه: "تقنية كهرومائية، رقمية مغناطيسية، بصريّة كهرومغناطيسية أو أي شكل آخر من أشكال التكنولوجيا، يضم إمكانات مماثلة لتلك التكنولوجيا" (حوالف، 2016، صفحة 31).

وجاء تعريف مصطلح "إلكتروني" في قانون إمارة دبي للمعاملات الإلكترونية، وبالتحديد ما ورد في نص المادة (02) من هذا القانون على أنه: "كل ما يتصل بالتكنولوجيا الحديثة، وذو قدرات كهربائية، رقمية أو مغناطيسية أو لا سلكية أو بصرية أو كهرومغناطيسية أو مؤتمتة أو ضوئية أو ما شابه ذلك" (قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية لإمارة دبي، 2000)،

* مصطلح "مؤتمتة": يُعتبر جديداً على اللغة العربية، ويقصد به الوسيط أو الوكيل الإلكتروني في المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت، وقد ظهر استخدامه لأول مرة في وثائق لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونسترال) الصادرة باللغة العربية، ثم استخدمته بعد ذلك بعض قوانين الدول العربية المعنية بالمعاملات الإلكترونية ومنها، قانون دبي للمعاملات والتجارة الإلكترونية (المادة 02، المادة 15/ب)، وكذلك القانون الأردني للمعاملات الإلكترونية (المادة 02)، بينما نجد بعض القوانين لم تستخدم هذا المصطلح مثل قانون التوقيع الإلكتروني المصري لسنة 2004، والقانون التونسي للمبادلات والتجارة الإلكترونية لسنة 2000 (خالد إبراهيم، 2007).

وقد وضّحت المادة سالفه الذكر، بأنه: "يُقصد بالوسيط الإلكتروني المُؤتمت، على أنه نظام إلكتروني لحاسب آلي يُمكن أن يتصرف أو يستجيب لتصرف بشكل مُستقل، كلياً أو جزئياً، دون تدخل أي شخص طبيعي في الوقت الذي يتم فيه التصرف أو الاستجابة له" (قانون المعاملات والتجارة الالكترونية لإمارة دبي، 2000).

كما خَصّ التشريع الأردني في قانون المعاملات الإلكترونية تعريفاً لمصطلح "إلكتروني" والذي ورد نصه على أنه: "تقنية استخدام وسائل كهرومائية أو مغناطيسية ضوئية أو كهرومغناطيسية، أو أي وسائل مشابهة في تبادل المعلومات وتخزينها" (قانون المعاملات الالكترونية الأردني، 2001).

وعنّ المشرع الكويتي، عرّف مصطلح "إلكتروني" على أنه: "كل ما يتصل بتكنولوجيا المعلومات وذو قدرات كهرومائية أو رقمية أو مغناطيسية أو بصرية أو كهرومغناطيسية أو ضوئية أو وسائل أخرى مشابهة سلكية أو لا سلكية وما قد يستحدث من تقنيات في هذا المجال" (قانون المعاملات الالكترونية الكويتي، 2004).

من خلال التعاريف أنفة السرد يتّضح لنا أن تعريف مصطلح "إلكتروني" جاء شامل لكل وسيلة تعمل بالتكنولوجيا الحديثة سواء كانت كهرومائية أو رقمية مغناطيسية أو غير ذلك من التقنيات المماثلة.

أما في التشريع الفرنسي، فلم يُشَدّ عن هذه القاعدة وأعطى مفهوماً واسعاً لمصطلح "إلكتروني"، إذ اعتبره يشمل كل قطاعات الاتصال عن بُعد، حيث عرّفه في جانب من فقه التجارة الإلكترونية على أنه: "استخدام لكل قطاع الاتصالات عن بُعد" (حوالف، 2016، صفحة 32).

ثانياً: التعريف بتقنية الدفع الإلكتروني

ظهرت عدة تعريفات لما يُعرف بتقنية أو أسلوب الدفع الإلكتروني، فهناك من عرّف تقنيات الدفع الإلكتروني على أنه: "عملية تقديم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية، حيث تقتصر صلاحية الدخول إليها من قبل الأطراف المشاركة فيها وفقاً لشروط العضوية المحددة من قبل البنك، ومن خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء، وذلك بهدف إتاحة معلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة، وأيضاً تمكن العملاء من حصولهم على مختلف العمليات التي تم إجراؤها، وإطلاعهم على أرصدة حساباتهم وكذا إمكانية تحديث بياناتهم، بالإضافة إلى إمكانية طلب العملاء من مصارفهم مختلف العمليات المصرفية المتاحة مثل طلب تحويل الأموال" (الشرقاوي، 2003).

ويُعرف الدفع الإلكتروني أيضاً على أنه: "منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها المؤسسات المالية والمصرفية، بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الإلكتروني الآمنة، وتعمل هذه المنظومة تحت مظلة من القواعد والقوانين التي تضمن سرية تأمين وحماية إجراءات الشراء وضمان وصول الخدمة" (حوالف، 2016، صفحة 32).

الفصل الأول _____ الإطار النظري والمفاهيمي لنظام الدفع الإلكتروني

وقد وَرَدَ عَنِ المجلس الاقتصادي الفرنسي تعريف للدَّفع الإلكتروني على أنه: "مجموعة التقنيات الإعلامية، المغناطيسية أو الإلكترونية... الخ، تسمح بتحويل الأموال دون دعامة ورقية والتي ينتج عنها علاقات ثلاثية" (TOERING & BRION, 1999, p. 32).

كما عَرَفَ البنك المركزي الأوروبي مصطلح الدَّفع الإلكتروني على أنه: "كل عملية دفع صَدَرت وعولجت بطريقة إلكترونية، وهي مجموع الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف ومؤسسات الائتمان" (رحيم وهوي، 2004، الصفحات 315-316).

أما بخصوص ما وَرَدَ من تعاريف لتقنية الدَّفع الإلكتروني في شقه القانوني، فنجد الكثير من التشريعات التي قدمت تعاريف توضح فيها تقنية الدَّفع الإلكتروني من خلال النصوص المتعلقة بتنظيم المعاملات الإلكترونية، ففي التشريع الجزائري وَرَدَ تعريف وسائل الدَّفع، بشكل عام، في القانون الجزائري، بمقتضى النصوص القانونية التالية:

عَرَفَت المادة (69) من الأمر 11-03 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 11-03 المتعلق بالنقد والقرض، 2003)، وسائل الدَّفع بأنها: "تُعتبر وسائل دَفْع كل الأدوات التي تُمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما كان السند أو الأسلوب التقني المستعمل".

الملاحظ من هذا التعريف أنه جاء واسعاً، وفتح المجال لكل وسيلة من وسائل الدَّفع مهما تكن الدعامة أو الطريقة المستعملة، تقليدية كانت أو حديثة، وفي هذه الفترة نلاحظ بالاستناد لهذا التعريف وفي ظل غياب تنظيم خاص بوسائل الدَّفع الإلكتروني، أنَّ المشرع الجزائري اعترف وبشكل صريح في نص المادة (69)، بإمكانية استعمال وسائل الدَّفع الإلكتروني لتحويل الأموال، وهذا ما يعد قفزة مُعتبرة نحو تنظيم استعمال هذه التقنية عبر قنوات مفتوحة كالإنترنت، وهو مؤشر إيجابي لتنظيم استعمال هذه التقنية في المستقبل.

وعَرَفَت المادة (543) مُكرر 23 من القانون التجاري الجزائري وسائل الدَّفع في صيغة مصطلح "بطاقات الدَّفع والسحب" على أساس تحديد الجهة المخولة قانوناً بإصدارها، وليس بتحديد طبيعتها (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 05-02 المتضمن التوسع في وسائل وطرق الدفع والمتعلق بالقانون التجاري المعدل ومتمم الأمر 59-75، 2005)، على أنها: بطاقة دفع "تُعتبر بطاقة دفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانوناً وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل أموال"، بطاقة سحب "تُعتبر بطاقة سحب كل بطاقة صادرة عن البنوك أو الهيئات المالية المؤهلة قانوناً وتسمح لصاحبها فقط بسحب أموال".

أما في سياق البيئة الرقمية، فقد قام المشرع الجزائري مؤخراً بإصدار قانون التجارة الإلكترونية رقم 15-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 15-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، 2018)، حيث عَرَفَ هذا القانون في نص الفقرة الخامسة من المادة السادسة (6) وسيلة الدَّفع الإلكتروني على أنها: "كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به، تمكن صاحبها من القيام بالدَّفع عن قُرب أو بُعد، عبر منظومة إلكترونية"، ومن خلال ما جاء في هذا النص نجد أنَّ المشرع الجزائري جعل وسيلة الدَّفع الإلكتروني مُحددة، وواضحة طبقاً لتشريع المعمول به في الجزائر، خاصة ما تعلق بإعطاء شهادة الترخيص، فهو يعتبره شرط أساسي لقبول هذا النوع من وسائل الدَّفع، وبالتمتع أكثر في فصول هذا القانون نجد تفصيل آخر يوضح أكثر طرق الدَّفع في المعاملات الإلكترونية، حيث نصت المادة (27) من الفصل

السادس (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 15-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018) المتعلق بالدفع في المعاملات الإلكترونية على أنه: "يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بُعد أو عند تسليم المنتج، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، وفقاً للتشريع المعمول به"، وفصلت أكثر في الفقرة الثانية (2) من نفس المادة على أنه: "عندما يكون الدفع إلكترونياً، فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة حصرياً من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر و بريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية".

أما بالنسبة لبعض التشريعات العربية، فنجد أن القانون التونسي الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية رقم 2000/83 قد وضع فكرة وسائل الدفع الإلكتروني وذلك في الفصل الثاني منه (الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 2000)، والذي ينص على أن وسيلة الدفع الإلكتروني هي: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بُعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات".

كما عرف المشرع الأمريكي، وبالتحديد في التقنين التجاري الموحد (Uniform Commercial Code)، تقنية أمر الدفع بأنه: "مجموعة الخطوات التي تبدأ بأمر التحويل الصادر من المستفيد بهدف الدفع للمستفيد من الأمر، ويتم ذلك شفويّاً إلكترونياً أو كتابياً ويشمل ذلك أي أمر صادر من بنك الأمر، أو البنك الوسيط، بهدف إلى تنفيذ أمر الأمر بالتحويل، ويتم النقل بقبول بنك المستفيد دفع قيمة الحوالة لمصلحة المستفيد المبين في الأمر" (حوالف، 2016، صفحة 36).

وقبل إعطاء تعريف اجرائي لتقنية الدفع الإلكتروني من خلال ما جاءت به مختلف التعاريف السابقة، فإنه تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري وبموجب القانون 04-18 المحدد للقواعد المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 04-18 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية، 2018)، في مفهوم المادة (1/10)، قد عرّف تقنية الاتصالات الإلكترونية على أنها: "كل إرسال أو ترأسل أو استقبال علامات إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو بيانات أو معلومات مهما كانت طبيعتها، عبر الأسلاك أو الألياف البصرية، أو بطريقة كهرومغناطيسية"، كما أضاف القانون في نص المادة (4/46)، على أنه: "...يتم كل تحويل للأموال عن طريق جميع وسائل الدفع الكتابية أو الإلكترونية..."، كما أوضحت أيضاً المادة (60) من نفس القانون، إمكانية تحويل الأموال عن طريق الاتصالات الإلكترونية، حيث جاء في نصها أنه: "يُمكن أن تُرسل الأموال ضمن النظام الداخلي بواسطة الحوالات الصادرة عن بريد الجزائر والمحولة بالبريد أو عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

ومن خلال مجمل هذه التعريفات، يُمكن إعطاء تعريف مُختصر وبسيط لتقنية أو أساليب الدفع الإلكتروني، فيمكننا القول: أنها "تلك الأنظمة الإلكترونية التي تتيح للعملاء بتسيير حساباتهم الموجودة لدى مصارفهم بشكل إلكتروني، وإمكانية تحويل الأموال أو القيم المالية الإلكترونية، عبر الشبكة التي تضم المتعاملين في السوق الإلكترونية من أجل تسوية مختلف التبادلات، وكل هذا في ظل التشريعات القانونية الوطنية أو الدولية".

ثالثاً: خصائص الدفع الإلكتروني

التجارة الإلكترونية بيئة غير مادية تتم فيها المعاملات التجارية لذا تغيب الدعائم الورقية فيها، ونظراً لدولية شبكة الإنترنت، فوسائل الدفع الإلكتروني المستعملة من خلالها تكون ذات طبيعة دولية أيضاً، بمعنى أن تكون مقبولة من طرف جميع الدول، حيث أن عقد الاشتراك في بنوك المعلومات يتم عبر فضاء إلكتروني مفتوح بين مستخدمين من مختلف الأقطار (فاروق محمد، 2002، صفحة 99).

1- امتداد صفة دولية العقد الإلكتروني إلى تقنية الدفع الإلكتروني:

تضفي صفة الدولية على العقد الذي يتم عبر الإنترنت، والذي يفترض تباعد أطرافه حيث يغيب الحضور المادي على مائدة المفاوضات أو ما يسمى بمجلس العقد، فوسيلة الدفع الإلكتروني تستجيب لهذه السمة، حيث أنها تكون وسيلة دفع لتسوية المعاملات التي تتم عن بُعد، فيتم الدفع من خلال إعطاء أمر الدفع الذي يتم وفقاً لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين أطراف العقد (فاروق محمد، 2002، صفحة 100).

والنقود التي يتم من خلالها تسوية المعاملات عن طريق الدفع الإلكتروني يمكن أن تكون مخصصة سلفاً لمباشرة هذا الغرض، حيث تتم عملية الخصم من المبلغ المخصص مسبقاً لهذا الغرض، إذن لا يمكن سحب معاملات أخرى عن المبلغ المخصص للدفع الإلكتروني بغير هذه الطريقة وهذا بالنسبة للعقود التي يكون فيها الثمن مصحوب بالدفع مقدماً، وهذا ليس في كل الأحوال، حيث يمكن الدفع بالكروت البنكية العادية رغم عدم وجود مبالغ مخصصة لغرض الدفع سلفاً (بندق، 2007، صفحة 19).

2- من حيث الجهة التي تقوم بخدمة الدفع الإلكتروني:

يتطلب هذا النوع من العمليات وجود نظام مصرفي مسبق لدى الأطراف المتعاملة التي تتيح لهم الدفع من خلاله، وتتمثل وظيفة هذا النظام في توفير أجهزة لإدارة هذه العمليات عن بُعد وتوفير الثقة للمتعاملين بهذه الوسيلة، وتتم إدارة وسائل الدفع في الدول الأوروبية، باستثناء فرنسا، من قبل البنوك والمؤسسات الأخرى التي تعمل في هذا المجال، وذلك بهدف تسهيل تبادل الخدمات المصرفية بين البلدان الأوروبية (طه وبندق، 2005، صفحة 324).

3- من حيث وسائل الأمان الفنية:

يتم استخدام وسائل رقمية متصلة بشبكة الإنترنت المفتوحة في خدمات الدفع الإلكتروني، ويتزايد بذلك خطر الاختراق والاحتيال على أرقام البطاقات البنكية، مما يستدعي ضرورة توفير وسائل دفع إلكترونية محمية بواسطة تقنيات أمنية فعالة تتمكن من تحديد هوية الأطراف المتعاملة في عملية الدفع الإلكتروني، أي المدين الذي يجري الدفع والدائن الذي يستفيد من عملية الدفع، ولذلك يتعين تشفير هذه البيانات (سعيد ورامول، 2017، الصفحات 115-116)، وباستخدام برامج أمنية مخصصة لحماية الرقم البنكي وضمان عدم ظهوره على شبكة الإنترنت (رقاد، 2009، صفحة 24).

رابعاً: تحديد الجهات المتعاملة بالدفع الإلكتروني

تعد التكنولوجيا المستخدمة في الدفع الإلكتروني من بين التقنيات المعقدة، ولتحقيق أهدافها وتنفيذ التزامات المستخدمين بشكل فعال، يتطلب ذلك تدخل جهات وأطراف أخرى لحماية خصوصية هذه التقنية المستخدمة في دفع الأموال عبر الإنترنت.

يتطلب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، بمختلف أنواعها، وجود ثلاث أطراف رئيسية، وهي الجهة المصدرة للوسيلة، وحاملها، والتاجر الذي يقبل استخدامها، ومع ذلك يعتقد بعض المتخصصين في الفقه بضرورة إضافة طرف رابع للأطراف السابقة، وهو المركز العالمي لوسائل الدفع أو الهيئات الدولية التي تمنح تراخيص للبنوك المصدرة، وذلك لتحقيق خصوصية هذه التقنية المعقدة (رفاف، 2016، صفحة 50).

لا يقوم المركز العالمي بإصدار وسيلة الدفع الإلكتروني بشكل مباشر للعملاء أو التعاقد مع التجار، إلا أن له دوراً فعالاً ومؤثراً في استعمالاتها، حيث يكون له دور في عملية حل النزاعات والخلافات الناشئة بين أطراف العلاقة، فيكون دوره في هذه الحالة دور المحكم، ويتم ذلك مقابل عمولة تتراوح عادة بين (1-4%) من قيمة العملية يدفعها التاجر إضافة إلى اشتراك سنوي، في معظم الحالات يدفعه المستخدم (الشورة، 2008، صفحة 36).

1- المنظمات العالمية لإصدار وسائل الدفع الإلكتروني

تتمثل أهم المنظمات العالمية لإصدار وسائل الدفع الإلكتروني، في كل من منظمة "فيزا"، "ماستركارد"، "أمريكان إكسپريس" و"داينرز كلوب"، بالإضافة إلى مؤسسات أخرى.

أ- منظمة فيزا العالمية - VISA CARD

تأسست منظمة فيزا الدولية كأكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية عام 1958 وبالتحديد في مدينة "لوس أنجلوس" بولاية "كاليفورنيا" في الولايات المتحدة الأمريكية، ومع بداية عام 1981، قامت الشركة بإعادة هيكلة نفسها وأصبحت تعرف الآن باسم فيزا العالمية (Visa International)، وهي تضم أكثر من 21 مؤسسة مالية، كما تعتبر الأكثر شهرة بين مؤسسات إصدار بطاقات وسائل الدفع الإلكتروني والأكثر قبولاً في جميع أنحاء العالم، وتتميز الشركة بأكبر شبكة للبطاقات في العالم، حيث تملك حوالي 2100 عقد مع هيئات مالية في 150 دولة حول العالم، وتحتل حوالي 44% من أسواق بطاقات الائتمان في الولايات المتحدة الأمريكية بمفردها (حوالف، 2016، صفحة 41)، كما تعد منظمة فيزا هي صاحبة الترخيص (الامتياز) لبطاقات الدفع التي تحمل اسم (Visa Card) وهي لا تقوم بإصدار هذه البطاقات وإنما تُرخص للهيئات المالية الراغبة في إصدار البطاقة (Visa) حسب الاتفاق المبرم بينها وبينهم.

ومن جهة أخرى فالغرض من هذا التقسيم هو تخصيص سياسة تسويقية لكل منطقة تتماشى والعادات الاتفاقية للأفراد، خاصة وأن هذه الشبكة توفر للهيئات المالية المتعاقدة معها تشكيلة كبيرة من البطاقات والخدمات المرتبطة بها مع التنوع في التكاليف لنفس النوع (حوالف، 2016، صفحة 42).

تتمثل البطاقات التي ترخص منظمة فيزا العالمية في إصدارها في ثلاثة أنواع (أبوسليمان، 2002، صفحة 34)، وهي:

- بطاقة فيزا الفضية: يتم منح بطاقة الائتمان هذه لأغلب العملاء بنسبة إقراض منخفضة نسبياً عندما يستوفون الحد الأدنى من المتطلبات، حيث تتيح هذه البطاقة للمستخدمين القدرة على استخدام جميع الخدمات التي تقدمها منظمة فيزا، مثل السحب النقدي من البُنوك أو أجهزة الصراف الآلي أو الشراء من المتاجر.
- بطاقة فيزا الذهبية: يتم منح بطاقة الائتمان هذه بحد ائتماني عالي وتوفر للعملاء خدمات متنوعة بالإضافة إلى الخدمات التي تقدمها البطاقة السابقة "بطاقة فيزا الفضية"، مثل تأمين على الحياة وخدمات دولية خاصة، مثل الأولوية في الحجز في مكاتب السفر، والفنادق، والتأمين الصحي والخدمات القانونية.
- بطاقة فيزا إلكترونية: يُمكن استخدام هذا النوع من البطاقات في الأجهزة الدولية لصراف الآلي أو في الأجهزة التي تقراً الشريط المغنطيسي، وهو ما يميز شركة فيزا عن باقي الشركات المانحة، كما يُمكن للمستخدمين استخدام هذه البطاقة للدفع من حساباتهم بدون حاجة إلى حمل أموال نقدية، كما يُمكنهم سحب المبالغ النقدية بأمان وراحة من أجهزة الصراف الآلي في جميع أنحاء العالم دون الحاجة إلى إجراءات مُعقدة.

ب- ماستر كارد - MASTER CARD INTERNATIONAL

تُعد شركة "ماستر كارد" ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية من حيث الانتشار بعد شركة "فيزا"، ويقع مقرها في "سانت لويس" بولاية "نيويورك" الأمريكية، تتفوق شركة "ماستر كارد" على منافستها في الابتكار بفضل تقنياتها العالمية، مثل تقنية (Paypass)، وتمارس نشاطها في جميع أنحاء العالم باستخدام الشبكات الوطنية للبنوك أو الشبكات المحلية لمجموعة من الدول، وتقوم بتسوية معاملات تجارية بلغت قيمتها أكثر (200) مليون دولار، كما أن بطاقات "الماستر كارد" مقبولة في أكثر من (9,4) مليون محل تجاري، في حين لا تُصدر الشركة أي نوع من البطاقات وتكتفي بمنح عضويتها للبنوك التي تصدر البطاقات والتعاقد مع التجار (حوالف، 2016، صفحة 28).

تمنح شركة "ماستر" التي تعتبر شركة مساهمة مغلقة تقوم بمنح التراخيص للمصارف لإصدار ثلاثة أنواع من بطاقتها (العلي، 2005، صفحة 41)، وهي:

- بطاقة "ماستر كارد إلكترونية" المحلية: وهي ذات حدود ائتمانية (اقراض) منخفضة.
- بطاقة ماستر كارد الفضية: تمنح هذه البطاقة خدمات شبيهة بتلك التي تقدمها منظمة "فيزا"، مثل سحب النقود من البُنوك أو أجهزة الصراف الآلي، والشراء من المتاجر، ولكنها تتميز بحدود ائتمانية منخفضة نسبياً والتي تمنح لمعظم العملاء عند انطباق الحد الأدنى للمتطلبات المطلوبة منهم.
- بطاقة ماستر كارد الذهبية: تتميز هذه البطاقة بحدود ائتمانية عالية، وتمنح للعملاء خدمات إضافية تتجاوز تلك المتوفرة في البطاقة السابقة، فهي توفر تأميناً على الحياة وخدمات دولية مثل أولوية الحجز في مكاتب السفر والفنادق، والتأمين الصحي والاستشارات القانونية.

على الرغم من أن بطاقات الائتمان توفر العديد من الفوائد والمزايا لحاملها، إلا أنه يجب الحرص على استخدامها بحذر وعدم الانفاق بما يزيد عن الحاجة أو القدرة على السداد، حيث يُمكن أن يؤدي استخدام البطاقات بشكل غير مسؤول ومفرط إلى تراكم الديون والفوائد المرتفعة التي تؤدي إلى فقد السيطرة على التسيير الحسن للميزانية المالية

للأفراد، ولذلك يجب تقييم القدرة على السداد والتخطيط الجيد قبل الاستخدام، وعدم استخدام البطاقة في تغطية النفقات اليومية الأساسية وبدلاً من ذلك تخصيصها للحالات الطارئة والمشتريات الضرورية فقط.

ج- أمريكيان إكسبراس - AMERICAN EXPRESS

على الرغم من أن هذه الشركة ليست شهيرة بنفس انتشار شركتي "فيزا" و"ماستر كارد"، إلا أنها تتميز بخدماتها المتميزة وطرق التسويق الرائعة، بالإضافة إلى نظام متميز لمكافآت العملاء ومزايا أخرى التي تفوق جميع الشركات الأخرى، وتمتلك هذه الشركة مزايا وخصائص من نوع خاص في صناعة السفر بسبب خبرتها الطويلة في التعامل مع الفنادق والمطاعم وشركات الطيران، وكونها أول شركة في العالم تقدم بطاقة الائتمان، إذ تأسست في عام 1850م، ويقع مقرها الرئيسي في الولايات المتحدة الأمريكية، وتعد بنكاً أو مؤسسة مالية تتداول الأنشطة المصرفية، ويعود سر نجاح بطاقة "أمريكان إكسبريس" إلى أنها تصدر عن بنك متخصص في إصدار الشيكات السياحية، ويمتلك خبرة طويلة في التعامل مع الفنادق والمطاعم وشركات الطيران، ومن الجدير بالذكر أن هذه المؤسسة المصرفية تُدير مباشرة عملية إصدار البطاقات، دون منح تراخيص لأي بنك أو مؤسسة مصرفية أخرى، كما سبق الإشارة إليه في شركة "فيزا" و"ماستر كارد" (حوالف، 2016، صفحة 29).

وتتخذ الشركة اليوم إجراءات لتعزيز انتشارها وتوسيع قاعدة عملائها، من خلال توفير خيارات وخدمات إضافية جديدة، مثل تطبيقات الهواتف الذكية والخدمات المصرفية عبر الإنترنت، كما تُعد الشركة من الشركات الرائدة في مجال الابتكار المالي، حيث تستخدم الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي والبلوك تشين لتحسين تجربة المستخدم وتعزيز الأمن المالي، وتسعى الشركة أيضاً إلى تعزيز مسؤوليتها الاجتماعية والبيئية، وتتبنى مبادرات للحفاظ على البيئة وتشجيع على المشاريع الاجتماعية والتعليمية والصحية في مختلف أنحاء العالم (حوالف، 2016، الصفحات 46-47).

وتتمثل استراتيجية شركة "أمريكان إكسبريس" في إصدار بطاقات الائتمان الخاصة بها بنفسها، وتُعتبر هذه الشركة مساهمة غير مفتوحة، حيث لا يُمكن للجمهور شراء أسهمها، وتتيح الشركة إمكانية وضع شعارات بعض الشركات على بطاقتها في حال كون البطاقة ذات مستوى عالي أو إذا كان هناك اتفاقية إصدار بطاقة متعددة الشعارات، وهي البطاقات الخاصة بالأعمال التجارية، والبطاقات الشخصية، وبطاقات السفر الخاصة بالشركة، حيث تصدر الشركة ثلاثة أنواع من البطاقات، وتمثل هذه البطاقات (أبوسليمان، 2002، صفحة 34)، في:

- بطاقة "الأمريكان إكسبراس الخضراء" (Green Card): تُمنح بطاقات الائتمان هذه للأفراد الذين يتوفرون على القدرة المالية الكافي، ويتم تحديد الحد الأقصى للائتمان الممنوح للعميل بناءً على معايير محددة.
- بطاقة "الأمريكان إكسبراس الذهبية" (Golden Card): تمنح الشركة هذا النوع من بطاقتها للعملاء الذين يتوفرون على ملاءة مالية عالية، وتتميز بتوفير تسهيلات ائتمانية غير محدودة معينة، وهذا يعني أنه لا يوجد سقف محدد للقروض التي يُمكن أن يحصل عليها العميل، وتتطلب الشركة عند وضع اسم مصرف آخر على البطاقة أن يكون هذا المصرف قد فتح حساب العميل وضمانه، مما يجعل العملية أكثر أماناً وموثوقية.
- بطاقة "أمريكان إكسبراس الماسية" (Optima): يتم إصدار هذه البطاقات من قبل الشركة المصدرة نفسها، وليست برخصة من أي مؤسسة أو بنك آخر، حيث تعمل الشركة على جمع حقوق التجار والمؤسسات مباشرة

من حملة البطاقة، دون الحاجة إلى فتح حساب لديها، ويتم الاعتماد في هذا الصدد على تقييم الملاءة المالية للعميل، حيث يكفي أن يتمتع بملاءة مالية كافية للحصول على البطاقة.

قُدر عدد بطاقات "أميركان اكسبريس" في العالم سنة 1990، بـ (63) مليون بطاقة في حوالي (160) دولة، منها (25) مليون في الولايات المتحدة الأمريكية، كما وصل حجم التعامل بها في نفس السنة حوالي (11) مليون دولار تواجه هذه البطاقة منافسة شديدة من بطاقات "فيزا" و"ماستير كارد" نتيجة ارتفاع تكاليف عضويتها، ووصلت العائدات السنوية لشركة "أمريكان إكسبريس" في نهاية سنة 2005 أكثر من (29,1) مليار دولار أمريكي (حوالف، 2016، صفحة 30)، ونشرت شركة "أمريكان اكسبريس" بيانات للربع الأخير من سنة 2021 أن عدد حاملي البطاقات الفعليين لديها بلغ (55,9) مليون شخص، في حين كانت الأرقام المالية للشركة في عام 2020 تشير إلى أن إجمالي إصدارات البطاقات بلغت (114) مليون بطاقة، وفي نفس العام بلغت إيرادات شركة "أمريكان إكسبريس" (36,1) مليار دولار (americanexpress, 2022).

د-مؤسسة داينرز كلوب - DINERS CLUB INTERNATIONAL

كان يجب الانتظار حتى تاريخ 1950/01/23 لرؤية أول بطاقة ائتمان تحمل المزايا المتوفرة حالياً، وذلك بسبب موقف حدث لرجل الأعمال الأمريكي (Frank Miknamura) وصديقه المحامي (Ralf Shinder) في أحد مطاعم "مانهاتن" بمدينة "نيويورك"، حيث وبعد أن اكتملا وجبتهما لاحظ كل منهما أنه نسي حمل محفظة النقود، وعندما حاولا تسديد الفاتورة لم يعرف صاحب المطعم كل منهما، الأمر الذي دفعهما إلى شرح وتبرير موقفهما له بشكل محرج، للخروج من هذا الموقف، فاقترح "فرانك" التوقيع على الفاتورة مع ترك بطاقته المهنية كضمان للدفع في المستقبل، وكان هذا الموقف الذي تسبب في حرج لهما، أكبر دافع وراء إنشاء مؤسسة تضمن للمطاعم الانضمام إليها لضمان الدفع.

بعد هذه الحادثة وبالتحديد في عام 1949، أسس رجل الأعمال (Frank Miknamura) وشركه المحامي (Ralf Shinder) شركة تحمل اسم "داينرز كلوب" (Diners Club)، برأس مال قدره (1,5) مليون دولار، هدفت الشركة إلى إصدار بطاقة ائتمان تحت شعار "تناول الطعام ووقع عليه" (Dine and sign)، التي تمكن حاملها في البداية من الحصول على خدمات (15) مطعمًا محلياً كان قد تم الاتفاق معهم، وافق أصحاب المطاعم الخمسة عشر على أن تضمن "الشركة دفع" قيمة الفواتير المرتبطة بحاملي البطاقات، وكانت "داينرز كلوب" هي الشركة الأولى التي أدخلت فكرة الدخول كوسيط بين شخصين، الأول طبيعى وثاني معنوي، باستخدام بطاقة ائتمان، حيث كانت البطاقة في البداية مصنوعة من الحديد، ثم تحولت إلى البلاستيك، فحققت البطاقة نجاحاً كبيراً وسط طبقة معينة في المجتمع الأمريكي، حيث وصل عدد البطاقات الموزعة بعد عام واحد فقط من إطلاقها إلى حوالي (42000) بطاقة مقبولة لدى (300) فندق ومطعم موزعين في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية، وقدر إجمالي الإنفاق الذي قام به حاملو البطاقات بحوالي ثلاثة (3) مليون دولار (فرج يوسف، 2008، صفحة 15).

على الرغم من أن بطاقة "داينرز كلوب" لم تعد تلقى الاهتمام الواسع الذي كانت تحظى به في السابق، وذلك بسبب دخول شركات جديدة مثل "فيزا"، و"ماستر كارد"، إلا أنها لا تزال تُستخدم حتى الآن في بعض البلدان وتعد واحدة من البطاقات الائتمانية الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية، ووفقاً لتقرير صادر عن الشركة في عام 2020، فإن عدد حاملي بطاقات "داينرز كلوب" يتراوح بين (18) مليون إلى (20) مليون حامل بطاقة، كما أفادت الشركة في نفس التقرير

بأن حجم إجمالي المعاملات المالية التي تم إجراؤها باستخدام بطاقات "داينرز كلوب"، بلغ حوالي (150) مليار دولار أمريكي، في عام 2019، وتعمل مع مئات الآلاف من التجار والمتاجر والفنادق في جميع أنحاء العالم (Diners Club International, 2023).

2- مصدر وسيلة الدفع الإلكتروني

تختلف الجهة المصدرة لوسيلة الدفع باختلاف هذه الأخيرة، فبالنسبة لبطاقات الدفع الإلكتروني، فإن الجهة المصدرة تكون عبارة عن بنك أو مؤسسة مالية تقدم خدمات الدفع الإلكتروني، أو منظمة من البنوك المشار لها سابقاً مثل "فيزا"، و"الداينرز كلوب"، و"ماستر كارد"، و"الأمريكان إكسبريس"، ولا يحق للبنك إصدار بطاقات الائتمان لعملائه إلا بعد الحصول على ترخيص مُعتمد وموافقة الهيئة أو المنظمة العالمية المسؤولة عن إصدار هذه البطاقات، حيث تقوم هذه الأخيرة بدراسة طلبات المصارف والمؤسسات المالية التي ترغب في إصدار بطاقة خاصة بها للدفع الإلكتروني، وبعد ذلك تقرر ما إذا كانت تستوفي المعايير المطلوبة للموافقة، وهذا بعد تقويم مركزها المالي (حوالف، 2016، الصفحات 33-34).

بعد الحصول على الموافقة، تقوم المصارف أو المؤسسات المالية بإصدار بطاقات الدفع الخاص بها وتسويقها للعملاء الذين يرغبون في استخدامها، وذلك وفقاً لمتطلبات العملاء والأنظمة الداخلية للمصرف أو المؤسسة، كما تجدر الإشارة إلى أن المنظمة العالمية لا تتدخل في شكل العلاقة التي تجمع بين الطرفين المتعاقدين (المصارف الأعضاء وزبائنها حاملي البطاقات)، ويلتزم المصرف أو المؤسسة المصدرة فقط باحترام الأنظمة والقواعد العامة الإجرائية لنظام البطاقات التي تصدرها المنظمة العالمية.

يقوم المصرف أو المؤسسة المالية العضو في المنظمة العالمية بإصدار أنواع مختلفة من البطاقات، مثل البطاقة العادية، البطاقة الذهبية، البطاقة الفضية، والبطاقة المحلية، ومن المعروف أن إصدار هذه البطاقات للعملاء يتم بناءً على طلبهم ومقابل رسم اشتراك سنوي يدفعه العميل، وتكون صلاحية هذه البطاقة عادة سنة واحدة أو سنتين من تاريخ الإصدار، وتجدد تلقائياً بناءً على رغبة العميل (طه وبنديق، 2005، صفحة 40).

ومن المعروف أن إصدار هذه البطاقات للعملاء تتم بناءً على طلبهم ومقابل رسم اشتراك سنوي يدفعه العميل، وتكون صلاحية هذه البطاقات عادة لمدة سنة واحدة أو سنتين من تاريخ الإصدار (شرون وبن مشري، 2019، صفحة 66)، وتجدد تلقائياً بناءً على رغبة العميل، وبناءً عليه فإن الرسوم التي يحصل عليها البنك "المصدر" من العميل حامل البطاقة يشمل: رسوم العضوية التي يتم تحصيلها مرة واحدة عند الموافقة على طلب العميل للحصول على البطاقة لأول مرة؛ ورسوم التجديد التي يتم تحصيلها عند تجديد صلاحية البطاقة وإصدار بطاقة أخرى بدلاً عنها، بعد انتهاء مدة صلاحية البطاقة السابقة والتي تكون عادة لمدة سنة أو سنتين؛ كما تشمل المبالغ المحصلة من طرف البنك "المصدر" رسوم الاستبدال، حيث يحصل هذا النوع من الرسم عند ضياع البطاقة من حاملها أو تلفها أو سرقتها، وبطلب من صاحبها يقوم المصرف أو المؤسسة المالية من إصدار بطاقة جديدة بدلاً عنها بعد إبلاغ البنك بهذا الأمر.

بموجب ذلك تعد مؤسسة "الإصدار" أو "مصدر" وسيلة الدفع هي الجهة التي تتمتع بالشخصية الاعتبارية وتقوم بنشاط إصدار وسائل الدفع، سواء كان هذا النشاط اختصاصها الوحيد أم أحد نشاطاتها، وحتى تُعتبر جهة ما مُصدراً لوسيلة الدفع الإلكتروني، يجب عليها أولاً أن تتوفر فيها المعايير التالية (العلي، 2005، صفحة 40):

-الشخصية الاعتبارية: وبالتالي الذمة المالية المستقلة عن ذمم أعضائها، سواء كانوا شركاء أو مساهمين.

-ممارسة النشاط التجاري الذي يتعلق بإصدار البطاقات وفقاً للترخيص الممنوح لها وتنظيمها الداخلي أو نظامها القانوني.

3- حَامِل وَسِيلَةِ الدَّفْع الإلكتروني:

حامل وسيلة الدفع الإلكتروني هو العميل أو العملاء الذين تحصلوا على وسيلة الدفع الإلكتروني "بطاقة الدفع"، وهذا كما سبق الإشارة له سلفاً بعد تقديم العميل لطلب الحصول على وسيلة الدفع من الجهة المصدرة والموافقة على تقديمها لهم وفقاً للشروط المحددة في العقد المبرم بينهم، وفي ظروف معينة يستطيع حامل الوسيلة استخدامها لشراء ما يحتاجه والحصول على الخدمات المتاحة له، بما في ذلك سحب النقود من الصراف الآلي.

قد يكون حامل وسيلة الدفع الإلكتروني هو المالك الأصلي للوسيلة، أو شخص آخر، وبالتالي يُعتبر المالك الأصلي هو الشخص الذي صدرت الوسيلة باسمه وفتح حساب لدى البنك أو المؤسسة المتعاملة بالدفع الإلكتروني باسمه، حيث يعد المسؤول القانوني عن جميع المبالغ المستحقة نتيجة استخدام الوسيلة، ويتحمل كل ما يترتب عن استخدامها سواء استخدمها هو شخصياً أو أي شخص آخر والذي يُعتبر حامل الوسيلة الغير الأصلي بدون أن يتحمل المسؤولية عنها (الصغير، 1999، صفحة 12).

ومن الجوانب المهمة التي يجدر الإشارة إليها في هذا السياق هو أن الجهة المصدرة لوسيلة الدفع الإلكتروني غالباً ما تتحقق من قدرة العميل على سداد المبالغ المستحقة قبل الموافقة على منحه الوسيلة، في حين يتحمل البنك المصدر للوسيلة مسؤولية تسديد قيمة المشتريات التي يقوم بها العميل باستخدام هذه الوسيلة، كما يتم إصدار الوسيلة باسم العميل وذلك بناءً على طلبه، مما يترتب عليه في المقابل تسديد رسوم سنوية محددة مسبقاً.

يتوجب على حامل الوسيلة تسديد المبالغ المسحوبة عليه في المدة المحددة والمتفق عليها في بنود الاتفاقية، مع الالتزام بدفع فوائد محددة من قبل البنك، كما يحدد البنك أيضاً فترة الضمان والشروط الخاصة بالاستخدام والرقم السري للوسيلة، وعادةً ما يكون حامل الوسيلة شخصاً طبعياً، ويُمكن أن يكون لديه علاقة مسبقة أو تعامل مع البنك، أو يكون لديه ضامن مثل جهة عمله.

4- التَّاجِرُ الْمُتَعَامِلُ بِوَسِيلَةِ الدَّفْع الإلكتروني:

يستلزم استخدام وسيلة الدفع الإلكتروني وجود جهة أخرى يتوجه إليها صاحب الوسيلة - بالإضافة إلى الحامل - لشراء السلع والخدمات التي يحتاجها، ويشار إلى هذه الجهة عادةً بالتاجر (رفاف، 2016، صفحة 52)، وهو الفرد أو الشركة أو المؤسسة التجارية أو المحل أو الفندق الذي يقبل بالتعامل واستخدام البطاقات في عملية البيع أو تقديم الخدمة المطلوبة، ويتم ذلك بموجب اتفاقية مبرمة بين التاجر والبنك التاجر، وتتضمن هذه الاتفاقية الأسس والإجراءات الفعلية اللازمة لتأمين وتسهيل هذه العملية (الأشقر، 2009، صفحة 62).

يتعين على التاجر الذي يقبل استخدام هذه الخدمة إعلان ذلك من خلال وضع ملصق أو لوحة تحمل شعار الخدمة – التعامل بوسيلة الدفع – حتى يتمكن العملاء من تمييزه عن غيره من الذين لا يقبلون مثل هذه الخدمة، ويتطلب نظام

البطاقات هذا وجود علاقة مسبقة بين هؤلاء التجار وأحد المصارف الأعضاء في المنظمة، ويُطلق عليه اسم "المصرف التاجر"، وكل هذا يتم من خلال اتفاق أو تعاقد مُبرم بين "التاجر" و"المصرف التاجر"، حيث يُخوّل للتاجر بموجب الاتفاقية قبول التعامل بالبطاقة أينما كان مصدرها ومن أي بلد في العالم، ويلتزم المصرف بدوره بسداد المبالغ المستحقة جراء استخدام البطاقة خلال الفترة المتفق عليها، كما يتولى توفير المعلومات و البيانات المطلوبة وتمكين التاجر من الأجهزة اللازمة - سيتم التفصيل فيها لاحقاً - وضمان جودة خدمة العملاء الذين يحملون تلك البطاقات.

ويتم تحديد آلية العمل في هذه المرحلة بعد قبول التاجر لاستخدام البطاقة بدلاً من النقد من أي عميل حامل للبطاقة، حيث يتم اصدار قسيمة البيع التي تحتوي على نوع الخدمة وتاريخها والمبلغ المطلوب، وبعد هذه العملية يستلم العميل نسخة ويحتفظ التاجر هو الآخر بنسخة، ثم يتم ارسال أصل القسيمة الى المصرف التاجر الذي يتعامل معه، مطالباً بتحصيل قيمتها في حسابه لدى نفس المصرف، وعند دفع قيمة القسيمة المستحقة للتاجر، يقوم المصرف التاجر بتحصيل تلك المبالغ من مصدري البطاقات عن طريق نظام المقاصة والتسويات - سيتم التفصيل فيها لاحقاً - لدى المنظمة العالمية المرتبطة بالبطاقة.

وفقاً للاتفاقية التي يتم توقيعها بين التاجر والشركات والمؤسسات المختلفة المتعاملة بالبطاقة، يتعهد المصرف التاجر بدفع القيمة الاجمالية لكل فاتورة بعد استيفاء عمولة محددة متفق عليها مع التاجر، وبمجرد التأكد من صحة البيانات، يقوم المصرف التاجر بإيداع قيمة الفاتورة في حساب التاجر خلال فترة ثلاثة أيام من تسليم الفاتورة، يتم بعدها خصم النسبة المئوية المتفق عليها مسبقاً من قيمة الفاتورة، وتوزع هذه النسبة بين "المصرف التاجر" و"المصرف المصدر" وفقاً لنظام متفق عليه من قبل المنظمة العالمية، وفي الحالات التي يكون "المصرف التاجر" هو "المصرف المصدر" للبطاقة يحصل "المصرف التاجر" على كامل النسبة المخصصة من التاجر (الأشقر، 2009، صفحة 63).

الفرع الثاني: السياق الذي يتم فيه استخدام الدفع الإلكتروني

يُعتبر الدفع الإلكتروني وسيلة حديثة مقارنة بطرق الدفع التقليدية وشائعة لإجراء المعاملات المالية اليوم في العالم الرقمي، حيث يتم استخدامه في مجالات عديدة مثل التجارة الإلكترونية والبُنوك الإلكترونية والتحويلات المالية العالمية والتداولات الإلكترونية في البورصات والعديد من المجالات الأخرى، ويتميز الدفع الإلكتروني بالسرعة والأمان والراحة، حيث يتم إجراء العديد من المعاملات بسرعة عالية وبدرجة من الأمان لحماية بيانات العملاء وحمايتهم من الاحتمالات والاختراقات الإلكترونية التي قد يتعرضون لها.

ويشهد الدفع الإلكتروني نمواً كبيراً عالمياً في السنوات الأخيرة، وخاصةً بعد انتشار جائحة كورونا (covid-19)، حيث أدت الحاجة إلى التباعد الاجتماعي وتقليل للمس المباشر بين الأفراد إلى زيادة استخدام واعتماد الدفع الإلكتروني في المعاملات المالية نتيجة احتمالية انتقال هذا الفيروس من خلال التعامل النقدي الورقي أو المعدني، ومن المتوقع أن يستمر هذا النمو في المستقبل، وذلك نظراً للتطورات التقنية الحديثة وتزايد الطلب على الحلول الرقمية والتجارة الإلكترونية (بركان وقايدي، 2022، صفحة 179).

أولاً: التجارة الإلكترونية – E-COMMERCE

تُعتبر التجارة الإلكترونية من أسرع النماذج التجارية الناشئة في العالم، حيث تمثل حلاً جذاباً للكثير من المستهلكين والمشتريين حول العالم، كما تتيح للمشتريين شراء المنتجات والخدمات من خلال الإنترنت بكل سهولة ويسر، وتتيح للبائعين بدورهم من بيع منتجاتهم على نطاق أوسع والوصول إلى جمهور أوسع من المستهلكين في العالم، في حين تستند التجارة الإلكترونية على تقنيات الحوسبة السحابية والإنترنت، وتشمل مجموعة واسعة من الأنشطة التجارية، بدءاً من بيع المنتجات الاستهلاكية العادية والكتب والملابس، ووصولاً إلى الخدمات الرقمية مثل السفر والترفيه والتعليم والخدمات المالية والصحية (بلواضح وسعيد يحيى، 2014).

سنحاول بتوفيق من الله، فيما يلي استعراض "مفهوم التجارة الإلكترونية"، وإبراز الفوائد التي توفرها للأفراد والشركات، كما سنركز على "خصائص التجارة الإلكترونية"، وهذا بمناقشة الميزات التي تميز التجارة الإلكترونية عن العمليات التجارية التقليدية (مثل الراحة والسهولة في الشراء والبيع والتوصيل، وتوفير المعلومات الدقيقة حول المنتجات والخدمات، والتعامل مع العملاء على مدار الساعة ومن أي مكان في العالم)، وغيرها من المميزات الأخرى، وفي الأخير سنعمل على استعراض "أشكال التجارة الإلكترونية" المختلفة، حيث يتم تحليل الممارسات والنماذج الرئيسية للتجارة الإلكترونية، مثل التجارة الإلكترونية بين الأفراد، والتجارة الإلكترونية بين الشركات، والتجارة الإلكترونية العالمية، والتجارة الإلكترونية في مجال الخدمات والمنتجات الرقمية، والتجارة الإلكترونية المباشرة وغير المباشرة.

1- مفهوم التجارة الإلكترونية

تُعد التجارة الإلكترونية واحدة من أكثر الموضوعات إثارة للجدل في عصر المعلوماتية الحديث (صالح الجدايه وخلف، 2009، صفحة 21)، وانتشرت مصطلحاتها على نطاق واسع في السنوات الأخيرة، حتى أصبحت رمزاً للغة الثقافة المعلوماتية التي تُعد مصدراً للثورة التي شهدتها الألفية الثانية، وأصبح المصطلح شائع الاستخدام في مجالات الأعمال والمال ولدى المؤسسات بشكل عام، وتشير التجارة الإلكترونية إلى مجموعة من الأنشطة التي تتعامل دائماً مع أجهزة الحاسوب وشبكة الإنترنت، كما تهدف إلى تبادل السلع والخدمات بطريقة حديثة ومباشرة عبر الإنترنت، ويتكون المصطلح بالأصل من كلمتين إنجليزييتين: (Electronic/Commerce) (عيساني وسلالي، 2014، صفحة 199).

يعني المصطلح "Commerce": بشكل عام مجموعة الأنشطة التجارية المنظمة والممتدة عبر الشبكات المفتوحة*، والتي تشمل البيع والشراء والاعلان والتجارة الأخرى، وتهدف إلى تبادل القيم بين الأطراف.

أما المصطلح "Electronic": فيُشير إلى الشبكة العالمية الإلكترونية، التي تتألف من أجهزة الحاسوب ووسائل الاتصال التي يتم من خلالها تبادل البيانات.

نظراً للتطور السريع للتجارة الإلكترونية، فإنها شهدت ظهور العديد من المفاهيم التي ينظر إليها من وجهات نظر مختلفة، حيث يجتهد الباحثون في السياسة الاقتصادية وبجنب المشرعون في السياسات القانونية والضوابط التشريعية

* يقصد بالشبكة المفتوحة (Open Network): الشبكات التي يُمكن استخدامها بواسطة الجميع دون الحاجة إلى اتباع أي بروتوكولات خاصة، ويوجد نوع آخر من الشبكات التي يقتصر استخدامها على الأشخاص الذين يمتلكون بالفعل علاقات تعاقدية وثقة متبادلة، وتعرف هذه الشبكات بالشبكات المغلقة (Close Network) (صالح الجدايه وخلف، 2009، الصفحات 47-48).

كلاً في سياقه، لفهم هذا المصطلح الجديد، والذي يعرف باسم "التجارة الإلكترونية"، حيث يشهد العالم تطورات جديدة كل يوم تضاف إلى شكل ومضمون المفهوم الحالي للتجارة الإلكترونية، ويجمع العاملون في عالم تقنية تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أن التجارة الإلكترونية، تُعد وسيلة فعالة جداً للتعاملات التجارية والتي غيرت طريقة التعامل التجاري التقليدي التي عرفتها البشرية إلى الأفضل، وبالتالي فهي تصنف كأفضل اختراع تم التوصل إليه في الخمس مائة (500) سنة الماضية.

كما نجد من أهم التعريفات والأكثر شيوعاً تعريف منظمة التجارة العالمية (OMC)، والتي عرفت - التجارة الإلكترونية - على أنها: "مجموعة متكاملة من خلال إنتاج وترويج وبيع وتوزيع وتسويق للمنتجات عبر شبكة الإنترنت، أو بوسائل إلكترونية أخرى"، وهذا التعريف يتوافق مع تحرير تجارة السلع والخدمات الذي تنادي به تلك المنظمات (إسماعيل النونو، 2007، صفحة 34)، وهناك تعريفات أخرى سنعرض أهمها:

- **تعريف البنك الدولي (Banque Mondiale):** والذي عرّف التجارة الإلكترونية على أنها: "استخدام شبكة أجهزة الحاسوب في تسهيل المعاملات ويتضمن ذلك الإنتاج، التوزيع، البيع، الإعلان عن السلع والخدمات في السوق" (حلي ومحمود، 2005، صفحة 135).
 - **تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE):** حيث عرفت مصطلح التجارة الإلكترونية على أنه: "مصطلح يدل بصفة عامة على أشكال المعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمؤسسات، مُعتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص والأصوات والصور" (بوراس وبريكة، 2014، صفحة 29).
 - **تعريف الاتحاد الأوروبي (Union Européenne):** التجارة الإلكترونية بأنها: "أداء الأعمال إلكترونياً حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، بدلاً من التبادل أو الاتصال التقليدي المباشر، وتتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عملية البيع والشراء والتسليم للمحتويات الرقمية، والتحويلات الإلكترونية للأموال، وتداول الأسهم الإلكترونية، والفواتير الإلكترونية، والمزادات التجارية، وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كل من السلع والخدمات" (إبراهيم م.، 2011، صفحة 46).
- من خلال عرض تعريف "التجارة الإلكترونية" لمختلف المنظمات والهيئات السابقة يتضح لنا جلياً أن هناك وجهات نظر متعددة ومجالات مختلفة، يُمكن الاعتماد عليها عند وضعنا لتعريف إجرائي للتجارة الإلكترونية، والواضح أن "التجارة الإلكترونية" هي مصطلح شامل يضم جميع الأنشطة والعمليات التجارية التي تتم عبر الإنترنت والوسائط الإلكترونية الأخرى، ومن الممكن أن تشمل هذه الأنشطة والعمليات، بيع المنتجات الرقمية والخدمات الإلكترونية والتسويق عبر الإنترنت والتجارة الإلكترونية بين الشركات والتسوية المالية الإلكترونية وغيرها، ولكن، لماذا هذا الاختلاف والشرح الواضح في إعطاء مفهوم دقيق لمصطلح التجارة الإلكترونية؟، لعل السبب يكون في اختلاف تركيز المنظمات والجهات المختلفة في تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية بناءً على اهتماماتها ومجال عملها وسياق العمل بالتجارة الإلكترونية.

فعلى سبيل المثال، نجد أنَّ الاتحاد الأوروبي يركز في مفهومه للتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات في مفهومها الواسع من تحويل الأموال إلكترونياً، إلى إتمام الصفقة بين البائع والمشتري وتسليم المحتويات، مشدداً على إجمالي السلع والخدمات، بينما تركز المنظمة العالمية للتجارة على التجارة الإلكترونية في إطار التجارة الدولية وتسهيل النفاذ إلى الأسواق العالمية، وتركز المنظمات المالية مثل البنك الدولي على التجارة الإلكترونية للخدمات المالية والتسوية الإلكترونية.

بالإضافة إلى ذلك يُمكن أن يختلف التعريف المقدم لمصطلح التجارة الإلكترونية بناءً على السياق التشريعي الذي يخضع له، فمثلاً، يُمكن لبعض القوانين الوطنية والدولية تحديد بعض الشروط الخاصة بالتجارة الإلكترونية مثل الأمان وحماية البيانات الشخصية، والحماية القانونية للمستهلكين، وحماية حقوق الملكية الفكرية، وغيرها.

بالاعتماد على مُجمل التعريفات السابقة وتحليلنا لما تشير إليه، وبغض النظر عن اهتمامات كل منها يُمكن أن نقدم تعريف لمصطلح التجارة الإلكترونية نعتمد فيه على جملة من الركائز وهي (العملية الاقتصادية، البيع والشراء، استخدام الكمبيوتر والإنترنت، عدم وجود حدود زمنية أو مكانية، السرعة والسهولة، الوصول إلى المعلومة)، وعليه نقول بأن مصطلح التجارة الإلكترونية يقصد به: "عملية بيع وشراء المنتجات والخدمات عبر شبكة الإنترنت أو الشبكات الأخرى الإلكترونية، والتي تتم بواسطة الكمبيوتر أو الهاتف المحمول أو أي جهاز آخر يتيح الاتصال بالإنترنت، وتتميز التجارة الإلكترونية بسرعة العملية وسهولة الوصول إلى المعلومات والمنتجات والخدمات، وكذلك بإمكانية الوصول إلى العملاء في مختلف الأماكن والدول دون اعتبار للحدود الزمنية والمكانية".

بعد استعراض تعريف "التجارة الإلكترونية" في شقها الفقهي، سنحاول أن نعرض ما قدمته مختلف التشريعات والقوانين لمفهوم التجارة الإلكترونية، وكما سبق ذكره فإنَّ التجارة الإلكترونية ينظر إليها على أنها عملية تتم عبر الإنترنت، يتم من خلالها إجراء المعاملات التجارية بين الأطراف المتعامل من خلال الأجهزة الإلكترونية، مثل الحواسيب والهواتف الذكية، وبمساعدة البرامج والتطبيقات التي تسهل هذه العمليات، حيث تختلف التجارة الإلكترونية عن التجارية التقليدية بسبب طريقة إجراء المعاملات وتبادل البضائع والخدمات، حيث تتميز التجارة الإلكترونية بالسرعة والراحة في الإجراءات والتعامل مع العملاء والموردين من خلال الإنترنت.

فهذا النوع من التجارة يحتاج إلى تشريعات تنظمه وتضمن حماية الأطراف المتعاملة من الاحتيال والتزوير والمخاطر الأمنية المتعلقة بالمعلومات الشخصية والمصرفية (ظرفية والعمرية، 2022، صفحة 144)، وتحدد حقوق والتزامات الأطراف المتعاملة، وتضمن حماية المستهلكين والتجار من المخاطر المتعلقة بالبضائع والخدمات التي يتم تبادلها عبر الإنترنت، وتتطلب هذا التشريعات التحديث المستمر لمواكبة التطور التكنولوجي والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تشهدها التجارة الإلكترونية.

قامت الأمم المتحدة من خلال لجنة القانون التجاري الدولي "الأونيسترال"، بالاهتمام بضرورة البحث عن موضوع التجارة الإلكترونية، وعليه أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قراراً في عام 1996 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث تجدر الإشارة إلى أن القانون النموذجي المعتمد من قبل لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي في 16 ديسمبر 1996 لم يوضح تعريفاً للتجارة الإلكترونية، إذ اقتصر فقط على تعريف "رسالة البيانات-Data Message"، بأنها المعلومات التي

الفصل الأول _____ الإطار النظري والمفاهيمي لنظام الدفع الإلكتروني

يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها وتخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة، مثل تبادل البيانات الإلكترونية أو البريد الإلكتروني أو التلكس أو النسخ البرقي (الأونيسترال، 1996، صفحة الفقرة أ)، كما عرف القانون سالف الذكر "تبادل المعطيات الإلكترونية"، الذي يشمل التجارة الإلكترونية بأنه: "نقل المعلومات إلكترونياً من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات (الأونيسترال، الفقرة ب من القانون النموذجي للأونيسترال المتعلق بالتجارة الإلكترونية- المادة 2، 1996).

كما سارعت العديد من الدول الغربية بإصدار تشريعات وقوانين منظمة للتجارة الإلكترونية وذلك كحاجة ملحة نتيجة توسع هذا النوع من التجارة، وذلك على غرار الولايات المتحدة الأمريكية التي تُعتبر من بين أولى الدول التي تشجّع استخدام الإنترنت في إبرام الصفقات التجارية، حيث أصدر المشرع الأمريكي قانون المعاملات التجارية الإلكترونية في فيفري 2001.

أما المملكة المتحدة فأصدرت قانون التجارة الإلكترونية "Réglementations (Directive CE) الصادر عام 2002، وكندا هي الأخرى أصدر عام 2000 قانون تجارة الإلكترونية الكندي "CCE (Canadian Electronic Commerce Act)، اليابان أصدرت قانون تعزيز التجارة الإلكترونية "FCE (Facilitation du Commerce Électronique) عام 2001.

أما عن الجمهورية الفرنسية، فتم تشكيل مجموعة عمل برئاسة وزير الاقتصاد الفرنسي لتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية، حيث توصلت المجموعة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية، على أنها: "مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بالأنشطة التجارية بين المشروعات وبعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة" (مدحت، 2001، صفحة 12).

وتم تعريف التجارة الإلكترونية في المادة الأولى المتعلق بمشروع قانون التجارة الإلكترونية في "دوقية لكسمبرج" بأنها: "كل استخدام لأي وسيلة من وسائل الاتصال الإلكترونية لتجارة السلع والخدمات، باستثناء العقود المبرمة عن طريق الاتصال الهاتفي الشفوي أو باستخدام التصوير" (مدحت، 2001، صفحة 16).

أما فيما يتعلق بالتشريعات العربية، فنجد أن بعض الدول بدأت في وضع الخطط اللازمة لاستيعاب التجارة الإلكترونية، ورغم تقدم المجال الإلكتروني، إلا أن التطورات التشريعية في هذا المجال تعتبر شحيحة، حيث يُعتبر أول قانون عربي صدر في هذا المجال هو القانون رقم 83 لسنة 2000، الصادر عن المشرع التونسي في 09 ماي 2000، وصدر في الإمارات العربية المتحدة القانون رقم 02 لسنة 2002، بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية في 12 فيفري 2002، أما في الأردن صدر القانون رقم 85 لسنة 2001، الخاص والمتعلق بالمعاملات الإلكترونية، وصدر أيضاً في البحرين مرسوم بخصوص التجارة الإلكترونية في سنة 2002، كما تم إعداد مشروع قانون للتجارة الإلكترونية في الكويت، وكذلك في مصر في عام 2004، والمملكة العربية السعودية – قانون الاتصالات وتقنية المعلومات – عام 2001، لتتوالى بعد ذلك إصدار تشريعات وقوانين في بلدان عربية أخرى، مثل الجزائر.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد أفرج أخيراً وبعد طول انتظار على قانون التجارة الإلكترونية الذي يحمل الرقم 05-18 والذي صدر في 22 ديسمبر 2018 (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 18-15 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، 2018)، الذي يهدف إلى تنظيم وتسهيل الأنشطة التجارية الإلكترونية في الجزائر وتشجيع المؤسسات والأفراد على

الاستثمار في هذا المجال المتنامي، وقد نص القانون على حماية المستهلكين وضمان حماية البيانات الشخصية وتعزيز الأمن الإلكتروني في النظام القانوني الجزائري، وجاء تعريف التجارة الإلكترونية بموجب هذا القانون كالتالي: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلعة أو خدمة عن بُعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 18-15 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018، صفحة المادة 6).

تم تعريف التجارة الإلكترونية بمعاني مختلفة من قبل المشرعين في الدول العربية، حيث قام المشرع التونسي بتعريفها على أنها: "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية" (الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 2000، صفحة الفصل الثاني، الباب الأول)، في حين اكتفى المشرع الأردني بتعريف المعاملات الإلكترونية بأنها: "الأعمال التي تنفذ بوسائل إلكترونية" (الجريدة الرسمية الأردنية، 2001، صفحة، المادة الثانية)، وفيما يخص المشرع الإماراتي، فقد عرف التجارة الإلكترونية بأنها: "الأعمال المنفذة بالوسائط الإلكترونية وبشكل خاص الإنترنت" (الجريدة الرسمية لحكومة دبي، 2000، صفحة، المادة الثانية)، وفي مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري، تم تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: "معاملة تجارية تتم عن طريق الوسيط الإلكتروني" (الوزارة المصرية للشؤون القانونية، 2019).

التجارة الإلكترونية بصفة عامة، هي عملية التبادل التجاري الذي يتم عبر الإنترنت باستخدام الأجهزة الإلكترونية، والتي يشملها كل من البيع والشراء والدفع والتسليم والخدمات المتعلقة بهذه العملية التجارية. فمن الناحية الفقهية، يُعتبر مفهوم التجارة الإلكترونية أحد فروع التجارة التي تحكمها نفس الأحكام الفقهية التي تحكم التجارة التقليدية، ولكن مع بعض الاختلافات والتعديلات المناسبة لطبيعة التجارة الإلكترونية. أما من الناحية القانونية، فتخضع التجارة الإلكترونية للقوانين واللوائح الوطنية والدولية التي تنظم هذه العملية التجارية، والتي تشمل، مثلاً قوانين حماية المستهلكين والخصوصية والبيانات الشخصية والتجارة الإلكترونية والأمن الإلكتروني، كما أن التجارة الإلكترونية تشمل عدداً من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي تساهم في تحديد المعايير والقواعد الدولية للتجارة الإلكترونية.

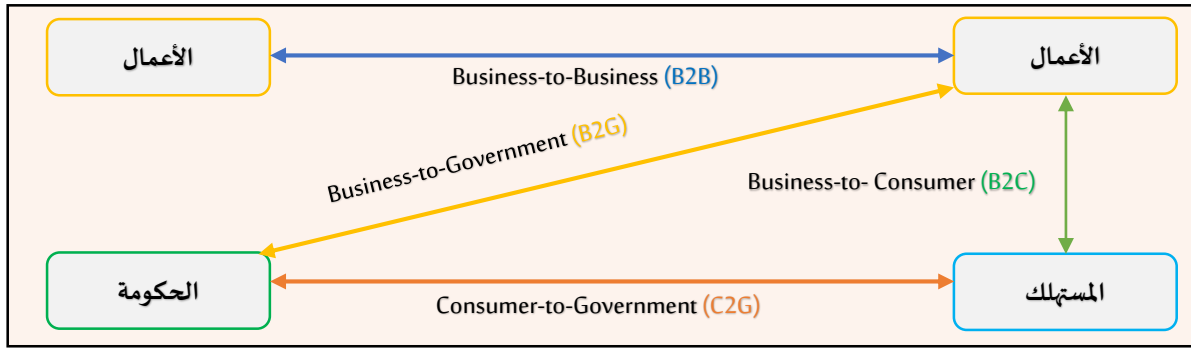
2- أشكال التجارة الإلكترونية

يُمكن تصنيف التجارة الإلكترونية إلى عدة أنواع وفقاً لمختلف المعايير بسبب تعقيدها وحياتها كنشاط تجاري نشأ في بيئة اقتصادية رقمية، حيث يُمكن تصنيفها بناءً على "أطراف التعامل التجاري"، كما يُمكن تصنيفها بناءً على "درجة التقنية" في مراحل العملية التجارية، وعلى الرغم من هذا التعقيد، فإن التجارة الإلكترونية تعد مفهوماً واسعاً يشمل أي نشاط تجاري يتم بين عدة أطراف باستخدام الوسائط الإلكترونية، ويتميز بتنوع منتجاته وتقنياته المتطورة لإتمام المعاملات.

أ- تصنيف التجارة الإلكترونية بالاعتماد على أطراف التعامل

يُمكن تقسيم التجارة الإلكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري إلى عدة أشكال كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (01-02): أشكال التجارة الإلكترونية



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (سلطان الطائي والعباد، 2009، صفحة 91)

- التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك (B2C): يُعد من أهم أنواع التجارة الإلكترونية، ويشمل عمليات البيع بالتجزئة المنقذة بين المنتج والمستهلك النهائي عن طريق الشراء المباشر من شبكة الإنترنت، كما يُعتبر هذا النوع من التجارة الإلكترونية مفيداً للشركات التي تسعى للوصول إلى عدد كبير من المستهلكين في جميع أنحاء العالم، حيث أنه يُمكن للمستهلكين الاستفادة من وسائل الدفع الإلكتروني المختلفة والحصول على المنتجات بسهولة ويسر.
- وفقاً لـ (B2C)، تُصنف التطبيقات الأكثر استخداماً لنوع التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك لأنواع المنتجات والخدمات التي يتم تبادلها عبرها، فعلى سبيل المثال يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية شراء الكتب وبرامج الكمبيوتر والموسيقى والأفلام، إضافة إلى الخدمات المتنوعة مثل التأمين والأعمال المصرفية وحجوزات السياحة وتذاكر السفر، بالإضافة إلى العديد من السلع والخدمات الأخرى التي يتم تبادلها عبر الإنترنت لهذا النمط من التجارة الإلكترونية (Daniel & Hecker, 2001, p. 4).
- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال بعضها البعض (B2B): يتحكم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بنسبة تقارب النسبة المئوية 80% من حجم التجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم (Roger, 2000, p. 2)، ويتميز هذا النوع بتبادل معلومات وبضائع بين الشركات، حيث يتم التعامل وفق اتفاقيات رسمية قانونية، بأسعار محددة مسبقاً (Barbara, 2000, p. 14).
- ويتم إجراء المعاملات التجارية عبر شبكات خاصة تربط الشركات مع بعضها البعض، أو عبر شبكة الإنترنت، في حين تتميز هذه المعاملات بالموثوقية العالية والأمان في نقل المعلومات، وتعكس إلى حد كبير المعاملات التجارية المعتادة بين الشركاء في عملية اقتصادية، ويقتصر الولوج إلى هذه الشبكات والخدمات الخاصة على فئة محددة من الأشخاص والشركات، ولكن يتمتع هذا النوع من التجارة الإلكترونية بالاحترافية والموثوقية العالية، إضافة إلى الأهمية الكبيرة لعوائده المادية.
- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال والحكومة (B2G): معظم الدول لا تزال في مراحلها الأولية في جانب التجارة الإلكترونية من هذا النوع، حيث يركز على التفاعل الإلكتروني بين المؤسسات التجارية والحكومية، مثل إجراءات الإثباتات ودفع الضرائب ورسوم التراخيص التجارية والجمارك وتخليص الواردات من البضائع، بالإضافة إلى المشتريات الإلكترونية التي تقوم بها المؤسسات الحكومية من المؤسسات التجارية.

يتمثل دور التجارة الإلكترونية بهذا النمط (B2G)، في تيسير جميع المعاملات بين الحكومة والمؤسسات، حيث تعرض الحكومة الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الإنترنت، مما يتيح للمؤسسات الاطلاع بشكل إلكتروني وإجراء المعاملات بسهولة ويسر دون الحاجة إلى التعامل المباشر مع المكاتب الحكومية (الصيرفي، 2009، صفحة 192).

- التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلكين (C2G): يعني هذا النوع من التجارة الإلكترونية تقديم الخدمات الحكومية للمواطنين عن طريق شبكة الإنترنت، حيث يتم نشر وتوضيح التعليمات والأوراق والشهادات الرسمية، بالإضافة إلى سداد الفواتير والخدمات المصرفية، وغيرها من الخدمات الحكومية ذات الصلة (سليمان، 2012، صفحة 10).

وتتضمن التجارة الإلكترونية أنواعاً مختلفة من المعاملات التجارية، بما في ذلك التعامل بين المستهلك والمستهلك، حيث يمكن للأفراد المستهلكين التعامل مع بعضهم البعض عبر وضع الإعلانات في المواقع الشخصية على شبكة الإنترنت لبيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين، كما يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية المزادات الإلكترونية، التي تساعد الأفراد على بيع البضائع لبعضهم البعض عبر الإنترنت (يحيوي ويوسف، 2017، صفحة 185).

في هذا الجانب من دراستنا لأشكال التجارة الإلكترونية وما تم استعراضه انطلاقاً من الشكل رقم (01-02) أعلاه، الذي يُعد ملخصاً لمختلف أنواع التجارة الإلكترونية (سلطان الطائي والعباد، 2009، صفحة 91)، وبالرغم من وجود أنواع أخرى، على سبيل المثال، التجارة الإلكترونية بالتجزئة (B2R)، التجارة الإلكترونية الاجتماعية (S2C)، التجارة الإلكترونية الحكومية (G2G)، كما يوجد نوع جديد يطلق عليه اسم التجارة الإلكترونية بالاشتراك (Subscription Commerce)، والملاحظ من خلال مختلف الأنواع المذكورة سابقاً للتجارة الإلكترونية، أنها ليست أنواعاً متنافسة بل قد تتداخل ببعضها البعض، على سبيل المثال، يمكن للشركات أن تتعامل مع العملاء بطريقة (B2C)، من خلال المتاجر الإلكترونية الخاص بهم، وفي الوقت نفسه تتعامل مع الشركات بطريقة (B2B)، في توريد المنتجات والخدمات.

كما أن هذه الأنواع تعكس تنوع الممارسات التجارية التي تتبعها الشركات في القطاع الإلكتروني، حيث تُظهر هذه الأنواع أيضاً أنَّ التجارة الإلكترونية لا تقتصر على بيع المنتجات والخدمات فقط، بل تتعدى ذلك لتشمل المزادات والمناقصات والعقود.

وبشكل عام، يمكن القول إنَّ هذه الأنواع تُظهر التحول الذي يشهده الاقتصاد العالمي نحو الرقمنة وتأثيره على الطريقة التي يتعامل بها الأفراد والشركات مع البضائع والخدمات، وتُعزز أنواع التجارة الإلكترونية هذا التحول، وتجعله أكثر فاعلية وسهولة في التعامل مع الأسواق والعُملاء في أنحاء العالم.

ب- أشكال التجارة الإلكترونية وفقاً لدرجة التقنية المستخدمة في إتمام المعاملات التجارية

يعتبر الباحثون وجود تصنيف إضافي للتجارة الإلكترونية، يُعتمد أساساً على مستوى تكنولوجيا المنتج وعملية الشراء ووسيط التوصيل، وبما أن السلعة أو الخدمات يمكن أن تكون ملموسة أو رقمية، وكذلك الوكلاء يمكن أن يكونوا ملموسين أو رقميين، ونفس الأمر بالنسبة للعمليات، فإنه يتم تقسيم التجارة الإلكترونية إلى "ثلاثة فئات" وفقاً لهذه المعايير (العيدلي، 2005، صفحة 09):

- الفئة الأولى: تجارة تقليدية بَحْتَة؛
- الفئة الثانية: تجارة إلكترونية بَحْتَة؛
- الفئة الثالثة: تجارة إلكترونية جزئية.

كما ذكرنا سابقاً، تخضع التجارة الإلكترونية لتصنيفات مختلفة بناءً على طبيعة المكونات الرئيسية للعملية، حيث تُصنّف التجارة الإلكترونية تقليدية بَحْتَة عندما يكون الوسيط والسلعة والعملية جميعها ملموسة، فيما تندرج التجارة الإلكترونية البحتة تحت المتغيرات الرقمية للوسيط والسلعة والعملية، وعندما تكون هذه المكونات رقمية بينما تبقى الأخرى ملموسة، يحدث مزيجاً بين التجارة التقليدية والتجارية الإلكترونية، وتعرف هذه الظاهرة بالتجارة الإلكترونية الجزئية.

من خلال مفهومنا لما سبق، نقول إنه يُمكن أن يشمل مثلاً في التجارة الجزئية شراء منتج ملموس عبر الإنترنت ودفع ثمنه باستخدام بطاقة ائتمان رقمية، في هذه الحالة، يكون الوسيط هو المتجر الإلكتروني الذي يتعامل مع العملية عبر الإنترنت، فيما تكون السلعة المطلوبة ملموسة وتتطلب الشحن والتسليم العادي، ويتم دفع ثمنها باستخدام وسيلة دفع رقمية مثل بطاقة الائتمان.

يتضح لنا من خلال المثال الذي ذكرناه، أن التجارة الإلكترونية الجزئية تجمع بين مميزات التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية.

ثانياً: البُنوك الإلكترونية – Digital Banks

شهدت الساحة خلال العُشرية الأخيرة توسعاً كبيراً في التكنولوجيا البنكية، ومن أبرز مظاهرها انتشار البُنوك الإلكترونية، التي تُعد اتجاهاً حديثاً ومختلفاً عن البُنوك التقليدية لما تحقّقه من مزايا عديدة (صالح ومعارفي، 2010)، سواء للبنك في حد ذاته أو لعملائه، حيث يُمكن للبنك من تقديم خدماته على مدار الساعة بدُون ارتباط بأوقات العمل ومن أي مكان في العالم توجد به خِدْمَة الإنترنت، ومن ثم يحصل العملاء على الخدمات المطلوبة بيسر وسهولة كما أنه يُعد وسيلة منخفضة التكلفة لتوزيع الخدمات البنكية وترويج أعمال البنك من خلال الموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى توسيع أعمال البنك جغرافياً دُون الحاجة إلى فتح عدد كبير من الفروع وما يصاحب ذلك من تكلفة.

تقتضي منا دراسة البُنوك الإلكترونية، التطرق إلى العديد من النقاط، والتي سنعمل من خلالها على استعراض مفهوم البُنوك الإلكترونية، من خلال توضيح مراحل تطورها، وكذا إبراز أنماطها وآلية عملها، وفي الأخير سنركز على أهم خصائص البُنوك الإلكترونية.

1-نشأة وتطور البُنوك الإلكترونية

في عام 1958 قامت شركة "American Express"، بإصدار أول بطاقة بلاستيكية في الولاية المتحدة الأمريكية، ولم يمضي وقت طويل حتى انتشر استخدام هذه البطاقة على نطاق واسع، وفي عام 1968، قامت ثمانية بنوك بإصدار بنك يحمل اسم "Bank Americard"، تحولت فيما بعد إلى شبكة "Visa" العالمية، وفي نفس العام قامت شركة فرنسية مكونة من ستة بنوك، بإصدار بطاقة جديدة تحمل اسم البطاقة الزرقاء "Carte Bleue"، وفي عام 1986، زُوِّدَتْ اتصالات فرنسا

"France Telecom" الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات، وتحولت كل البطاقات لتصبح عام 1992 كلها – البطاقات المصرفية – بطاقات برغوثية تحمل بيانات شخصية لحاملها، وقد تميزت فترة التسعينات بتأسيس الكثير من الشركات ومن بينها البنوك والتي تقدم خدماتها ومنتجاتها عن طريق الإنترنت، وقد أحاطت بتلك الشركات هالة من التفاؤل، وأُطلق عليها آنذاك اسم شركات الـ "Dot-coms"، حيث أن الإنترنت كان هو تكنولوجيا المستقبل، والاستثمار فيه هو صفقة رابحة بكل تأكيد (قده، 2018، صفحة 45).

ففي سنة 1995 أنجز (Net-scape)، كأول متصفح ويب، والذي يُعتبر من أوائل المتصفحات التي ظهرت على الإنترنت، وقد تم إصداره من قبل شركة "Netscape Communications Corporation"، حيث كان يسود تلك الفترة انتشار سريع للإنترنت وكان الويب لا يزال في مراحله الأولى، ولذلك كان متصفحاً شائعاً في ذلك الوقت، مكن هذا المتصفح الذي انتشر في جميع أنحاء العالم المستخدمين من الوصول إلى مواقع الويب بسرعة وسهولة، وكان يتميز بواجهة مستخدم سهلة الاستخدام ودعم للعديد من اللغات والتقنيات الجديدة، كما أنه كان يدعم الإطارات المتعددة (Frames)، والتي كانت تعتبر ميزة رائدة في ذلك الوقت، غير أن (Net-scape) تراجعت شعبيته بشكل كبير مع ظهور المتصفح الشهير (Internet Explorer)، وتُعتبر فترة ظهور (Net-scape) أول بوادر إمكانية الصيرفة عبر الخطوط ممكنة، ثم تلتها بنوك أخرى مثل البنك الأمريكي (Net Bank-Online America) في عام 1996 (قده، 2018، صفحة 45).

في الوقت الحالي، تتعامل البنوك الإلكترونية بالكمبيوتر الشخصي، ولكنها لا تعتمد تماماً عليه في مفهومها ومحتواها، إذ تحتاج إلى برامج خاصة لتشغيل البنك الإلكتروني، وهذه البرامج غير موجودة على نظام كمبيوتر العميل، وبالتالي، ليست هناك حاجة لإرسال الإصدارات الجديدة والمتطورة من البرمجيات للعميل كلما تم تطويرها، كما أن العميل يستطيع الدخول إلى حسابه وخدمات البنك المنزلي أو البنك عبر الخط، وبالإضافة إلى ذلك لم يعد من الضروري تعلم العملاء كيفية استخدام البرامج البنكية، حيث يتيح الموقع ذلك ويوفر العديد من المواقع البنكية الشبيهة بنفس التعريف، وبفضل البنك الإلكتروني، يُمكن للعملاء الدخول إلى مواقع مختلفة لخدمات أخرى، مثل مواقع إصدار وإدارة البطاقات المالية والأمن المتبادل وشركات الاستثمار، من خلال البنك المضيف أو شركائه (بوفليخ، 2007، صفحة 05).

والواضح من التجارب الدولية أن البنوك الكبرى في الدول التي تتوفر فيها خدمات البنوك الإلكترونية تغلق فروعها بشكل كبير، نظراً لاعتماد عملائها المتزايد على الإنترنت، على سبيل المثال، قام بنك باركليز (Banque Barclays)، في بريطانيا بإغلاق (171) فرعاً في شهر أبريل من عام 2000، وذلك بعد أن اعتمد عليه أكثر من (1,3) مليون عميل في الوصول إلى حساباتهم عبر الإنترنت (أبوفروة، 2009، صفحة 25).

يُمكن التمييز بين نوعين من البنوك التي تستخدم كليهما تقنية الصيرفة الإلكترونية (يوسف، 2012، صفحة 13):

- البنوك الافتراضية (أو بنوك الإنترنت): والتي لا تملك بنائيات تستضيف هياكلها، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف المرتبطة بالعقارات والإطارات المصرفية ذات الكفاءة المالية، وينعكس هذا بشكل إيجابي على أسعار الخدمات المقدمة.

- البنوك الأرضية: وهي التي تقدم خدمات الصيرفة الإلكترونية بالإضافة إلى خدماتها التقليدية.

والذي نلاحظه من خلال توضيح هاذين النوعين من البنوك التي تستخدم الصيرفة الإلكترونية، هو تقديم الخدمات من قبل البنوك الافتراضية دون الحاجة إلى وجود بنائيات تابعة لها، مما يساهم في توفير تكاليف العقارات والبنية التحتية المصرفية اللازمة، في حين توفر البنوك الأرضية خدمات الصيرفة الإلكترونية بالإضافة إلى خدماتها التقليدية التي تقدمها عبر فروعها الفعلية.

2-تعريف البنوك الإلكترونية

تُعد البنوك الإلكترونية عبارة عن مؤسسة مالية تقدم خدمات مصرفية ومالية عبر الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة، بما في ذلك الحسابات المصرفية الإلكترونية، والتحويلات المالية، والدفع الإلكتروني، والتمويل الإلكتروني، والاستثمار الإلكتروني وغيرها من الخدمات البنكية التي تتيح للعملاء إجراء معاملاتهم المالية بسهولة وسرعة وأمان عبر الإنترنت، وعلى الرغم من وجود تعاريف مختلفة للبنوك الإلكترونية، إلا أنها تُصَب جميعها في نفس المعنى، أي توفير الخدمات المصرفية والمالية عبر الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة، وفي ما يلي سنقدم مجموعة من التعاريف للبنوك الإلكترونية ونبرز أوجه التشابه والاختلاف بينها لنقوم في الأخير من إعطاء تعريف إجرائي من خلال مفهومنا لها.

جاء تعريف البنك الدولي (Banque Mondiale) للبنوك الإلكترونية على أنها: "مؤسسات مالية تعمل عبر الإنترنت، حيث توفر خدمات بنكية مختلفة للعملاء بما في ذلك الحسابات المصرفية، والتحويلات المالية، والقروض الشخصية والتجارية، والاستثمارات والتأمينات" (الموقع الرسمي للبنك، 2022).

عرف الاتحاد الأوروبي (Union Européenne) البنوك الإلكترونية على أنها "هي بنوك تعمل بشكل كامل أو جزئي عبر الإنترنت، حيث يتم تقديم الخدمات المصرفية للعملاء عبر موقع الإنترنت أو تطبيق الجوال" (إبراهيم م.، 2011، صفحة 53).

وتُعرف أيضاً البنوك الإلكترونية على أنها: "تلك البنوك الإلكترونية أو المؤسسات المالية الإلكترونية الحديثة، التي تعتمد على التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتوظيف جميع التطورات التكنولوجية الحديثة لتقديم جميع الخدمات المصرفية بأمان مُطلق" (الشمري والعبد اللات، 2008، صفحة 28).

وعرف (KHAN) البنوك الإلكترونية على أنها: "الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك لعملائها عن بُعد"، وتعد مصطلحاً شاملاً لعملية إجراء المعاملات المصرفية عبر الإنترنت دون الحاجة إلى زيارة أحد فروع البنك، حيث تشمل هذه الخدمات النظم التي تمكن الأفراد والشركات من الوصول إلى حساباتهم وإجراء معاملات تجارية والحصول على معلومات عن المنتجات والخدمات المالية عبر شبكة الإنترنت، بما في ذلك الوصول إلى الأنظمة العامة والخاصة (لطرش وبلحسن، 2021، صفحة 170).

وفي تعريف قدمته "لجنة بازل" للرقابة المصرفية، فإن البنوك الإلكترونية تعرف على أنها: "الخدمات التي تُوفّر المنتجات والخدمات المصرفية للأفراد عبر الإنترنت، وتمكن العملاء من الاطلاع على أرصدة حساباتهم والتحقق منها ودفع الفواتير وتحويل الأموال بين الحسابات وغير ذلك من الخدمات عن بُعد" (لطرش وبلحسن، 2021، صفحة 170).

نلاحظ من خلال التعاريف السابقة أن جميعها تقريباً تحدد هذه البنوك على أنها توفر الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وتعتمد على التكنولوجيا الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وهذا طبعاً هو المبدأ الأساسي الذي

يتمحور حوله هذا النوع من البنوك، غير أن هناك بعض الاختلافات بين هذه التعاريف تتعلق بالتفاصيل الدقيقة للخدمات المقدمة والكيفية التي تعمل بها البنوك الإلكترونية، على سبيل المثال، يشير تعريف "الاتحاد الأوروبي" إلى أن البنوك الإلكترونية تعمل عبر الإنترنت، وتوفر الخدمات المصرفية للعملاء عبر موقع الإنترنت أو تطبيق الجوال، في حين يُشير تعريف "البنك الدولي" إلى أن البنوك الإلكترونية تقدم خدمات بنكية مختلفة للعملاء بما في ذلك الحسابات المصرفية والتحويلات المالية والقروض الشخصية والتجارية والاستثمارات والتأمينات.

أما عن التعريف الذي قدم من طرف "لجنة بازل" للرقابة المصرفية فهو يركز على خدمات المنتجات المصرفية التي توفرها البنوك الإلكترونية للأفراد عبر الإنترنت، وتمكن العملاء من الاطلاع على رصيد حساباتهم ودفع الفواتير وتحويل الأموال بين الحسابات.

وبشكل عام، يُمكن القول إن جميع هذه التعاريف تُشير إلى أن البنوك الإلكترونية هي بنوك تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في توفير الخدمات المصرفية للعملاء، والتي تعمل عبر الإنترنت بدلاً من زيارة فرع بنكي، ومن خلال ذلك تساعد البنوك الإلكترونية على تسهيل العمليات المصرفية وتوفير الوقت والجهد والأمان للعملاء.

كل هذا يقودنا إلى إعطاء تعريف إجرائي للبنوك الإلكترونية كالتالي: "تُعرف البنوك الإلكترونية على أنها مؤسسات مالية تعمل بشكل رئيسي عبر الإنترنت، تقدم خدماتها المصرفية عبر مواقع الويب أو تطبيقات الهاتف الذكي، مما يتيح للعملاء إجراء المعاملات المصرفية والاستعلام عن حساباتهم والتحكم بها بكل سهولة ويسر، وتتميز عن البنوك التقليدية بسهولة الوصول إليها وسرعة إجراء المعاملات، فضلاً عن قدرتها على تقديم خدمات مصرفية متعددة بسهولة، مثل الحسابات المصرفية والتحويلات المالية".

3- أنماط البنوك الإلكترونية

تُعد البنوك الإلكترونية واحدة من العوامل الرئيسية التي أحدثت ثورة في عالم الخدمات المصرفية، وذلك من خلال توفير خدمات مصرفية متاحة على مدار الساعة ومن أي مكان في العالم، وعلى الرغم من تعدد أنماطها إلا أنه ليس كل موقع ينتمي لبنك على شبكة الإنترنت يمثل بنكاً إلكترونياً، فوفقاً للدراسات العالمية، ولاسيما من قبل جهات الاشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإنه هناك ثلاث (3) أنماط رئيسية للبنوك الإلكترونية على الإنترنت (يوسف، 2012، صفحة 42)، وهي المواقع المعلوماتية؛ والمواقع التفاعلية؛ والمواقع التبادلية.

أ- الموقع المعلوماتي - Communication Web-site: يُشار إلى الموقع المعلوماتي على الإنترنت على أنه موقع يوفر معلومات ومحتوى تثقيفي للمستخدمين (العملاء، وغير العملاء)، ويهدف إلى تقديم المعلومات والمعرفة حول موضوع معين أو فئة محددة، ويستخدم عادةً لغرض تعزيز الوعي والتثقيف حول موضوع معين، وليس للتفاعل المباشر مع المستخدمين أو لتنفيذ عمليات مالية أو تجارية، حيث يُمكن للعملاء من خلال هذه المواقع الوصول إلى معلومات حول المؤسسة المصرفية وخدماتها، دون أن تمكنهم من الاستفادة من أي خدمة بنكية (أبوفرة، 2009، صفحة 23).

ويُعد هذا الموقع الإلكتروني المرحلة الأولى والأساسية في عملية تأسيس البنوك الإلكترونية، حيث يقدم المواقع معلومات عامة حول المؤسسة البنكية وخدماتها المصرفية، ويسمح للعملاء بالتعرف على المنتجات المتاحة لديها وشروط استخدامها، دون توفير خدمات مصرفية مباشرة (يوسف، 2012، صفحة 43).

وبهذا المعنى نستطيع أن نقول، إنَّ الموقع المعلوماتي يلعب دوراً حاسماً في توسيع نطاق البنوك الإلكترونية وجلب المزيد من العملاء، فضلاً عن تحسين مستوى الثقة والأمان لديهم، حيث يُمكن للمستخدمين تقييم ومراجعة المعلومات المتاحة عبر الموقع والتأكد من تفاصيل حساباتهم والعمليات المصرفية التي يجريها. وبشكل عام، فإنَّ الموقع المعلوماتي للبنوك الإلكترونية يُعتبر أداة أساسية لجذب العملاء وتعزيز ثقتهم في البنك الإلكتروني، كما يُعتبر مفتاحاً للتفاعل والتواصل بشكل مستمر بين البنك والعملاء.

ب- الموقع التبادلي - Transactionnel Web site: هو من بين المواقع الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل والتبادل بين بعضهم البعض، وبالنسبة للبنوك الإلكترونية، فإنَّ المواقع التبادلية توفر وسيلة للعملاء لتحويل الأموال بين حساباتهم وحسابات الآخرين عبر الإنترنت، بما في ذلك تحويل الأموال داخل البلاد وخارجها، كما تتيح هذه المواقع للعملاء من إجراء معاملات مثل شراء وبيع الأوراق المالية وتحويل العملات الأجنبية وإدارة حسابات الودائع، وتوفر المواقع التبادلية للعملاء وسيلة مريحة للوصول إلى خدماتها المصرفية دون الحاجة إلى الذهاب إلى فروع البنوك الفعلية (عرب، 2000، صفحة 11).

يُمكن القول إنَّ المواقع التبادلية هي مواقع إلكترونية تتيح للمستخدمين التفاعل والتبادل بين بعضهم البعض، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر، وذلك عن طريق مجموعة من الأدوات والخدمات المختلفة، وبالنسبة للبنوك الإلكترونية، فإنَّ المواقع التبادلية تمثل وسيلة مهمة لتقديم خدماتها المصرفية عبر الإنترنت، وتتيح للعملاء إجراء معاملاتهم المصرفية بكل سهولة ويسر، دون الحاجة للذهاب إلى فروع البنوك الفعلية، ومن خلال هذه المواقع، يُمكن للعملاء تحويل الأموال بين حساباتهم وحسابات الآخرين، وشراء وبيع الأوراق المالية، وتحويل العملات الأجنبية، إدارة حسابات الودائع والاستثمارات، والاستفادة من مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية الأخرى.

وبشكل أكثر وضوحاً، نقول إنَّ المواقع التبادلية تُعتبر وسيلة سهلة ومريحة للعملاء للوصول إلى خدمات البنوك الإلكترونية، وتساعد على إدارة أموالهم بشكل فعال وآمن.

ج- الموقع التفاعلي - Communicative Web-site: هي المواقع التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل والتبادل بين بعضهم البعض، وهي تلعب دوراً هاماً في العديد من الصناعات، بما في ذلك الصناعة المصرفية، وتعد البنوك الإلكترونية أحد أكثر الصناعات استفادة من المواقع التفاعلية، فهي تعمل على تسهيل إجراءات المعاملات المصرفية من خلال السماح للعملاء بالوصول إلى حساباتهم البنكية، كما تعمل على توفير الخدمات المصرفية على مدار الساعة للعملاء، ودون الحاجة إلى الانتظار في طوابير الفروع البنكية، كما تسمح أيضاً بتوفير معلومات حول المنتجات المصرفية، مثل الحسابات والبطاقات الائتمانية والقروض، فضلاً عن كل هذا يُمكن للعملاء التّواصل مع البنك بكل سهولة وتقديم الاقتراحات، وشكوى عبّر شبكة الإنترنت من خلال هذا النوع من المواقع.

الفرع الثالث: تقنية الدفع الإلكتروني في الجزائر.

تسعى الجزائر بجدية إلى التأقلم مع التطور التكنولوجي الهائل الذي أصبح أمراً حتمياً لجميع الدول، حيث تعمل على استخدام التقنية المصرفية بكل فاعلية لتحسين اقتصادها وتعزيز مكانتها في المبادلات الدولية.

وقد ركزت الحكومة الجزائرية بشكل خاص على قطاع البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وذلك بسبب أهميته الاستراتيجية في تطوير الاقتصاد الرقمي الداخلي وتعزيز تفاعله مع الاقتصاد العالمي، فإلى جانب الاعتماد على الاستيراد، وضعت الجزائر استراتيجية شاملة ومُندسجة لتحقيق هذه الأهداف، مع التركيز على تطوير وتحسين البنية التحتية التقنية وزيادة الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية (بودلال، 2018، صفحة 220).

وكبادرة إيجابية، ظهرت في أواخر التسعينات شركة ساتيم (SATIM)* - سيتم التطرق لها لاحقاً - وهي شركة ذات أسهم تابعة للبنوك الجزائرية، والتي تمكنت من تقديم حلول مُبتكرة في مجال التحويلات الإلكترونية بين البنوك، حيث بدأ تنفيذها في عام 1997، وعملت الشركة على إنشاء قناة وطنية للموزعين الأوتوماتيكيين للأوراق المالية (DAB)، حيث تتعاون مع البنوك لتوفير هذه الخدمات، وقد أسفرت هذه التقنية عن تنفيذ حوالي مليون عملية سنوياً من خلال (300) موزع آلي للأوراق النقدية، مما جعلها واحدة من الحلول الأكثر فعالية في السوق المالية في الجزائر (BEN KADI, BELLADJEL, & OUGHANEM, 2003, pp. 87-88).

وتضمن قانون النقد والقرض رقم 11 لعام 2003، في المادة (69) منه، اعترافاً بإمكانية استخدام جميع وسائل الدفع المتاحة التي تتيح للأفراد نقل الأموال بأي وسيلة أو دعامة، بما في ذلك التقنيات المالية الحديثة أو التقليدية (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 11-03 المتعلق بالنقد والقرض، 2003، صفحة المادة 69).

وبناءً عليه، يُمكن اعتبار هذه الخطوة إشارة ضمنية إلى الأهمية المتزايدة للاعتماد على هذه التقنيات، وتُعد قفزة مهمة نحو تنظيم استخدامهما من خلال قنوات متاحة مثل الإنترنت.

تمت العديد من المحاولات لتوفير خدمات الدفع باستخدام البطاقات البنكية في الجزائر من قبل بنك (BADR) وبنك (CPA)، وكان البنكين سابقين في استخدام البطاقة البنكية لتحسين خدماتهم، وبحسب مدير العمليات المالية الإلكترونية، فقد بدأت تجربة الجزائر في هذا المجال منذ عام 1994 عندما أطلق بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بطاقة الدفع، وكان لدى البنك موزعان رقميان فقط في العاصمة، ثم شاركت العديد من المؤسسات البنكية المحلية والأجنبية بجنب مؤسسة بريد الجزائر في إنشاء شبكة للدفع الإلكتروني، ووصل عدد موزعي النقود الآلية إلى (119) موزعاً في عام 2008 على مستوى الوطن (Benchohra, 2008, p. 76)، ليصل إلى أكثر من ثلاثة آلاف في سنة 2021 (Algérie Presse 2021).Srvce, 2021)

* SATIM : هو مختصر يشير إلى « Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique »، والتي تعني باللغة العربية "شركة أتمتة المعاملات بين البنوك والمعلوماتية".

تشير البيانات والإحصاءات الحديثة إلى ملحوظ في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة الأخيرة، خاصة بعد الأزمة الصحية (COVID-19)* التي كان لها تأثير إيجابي في العديد من الجوانب للاستغلال ووسائل الدفع الإلكترونية، حيث بلغ عدد المتاجر الإلكترونية المتصلة بالمنصة النقدية التي تشرف عليها شركة ساتيم (SATIM)، إلى أكثر من (154) متجراً، مع تسجيل ثلاثة تطبيقات للدفع عبر الهاتف المحمول المعتمدة، وأرتفع عدد نقاط البيع الإلكترونية الماسكة لأجهزة نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE)* بنسبة (64%) بين عامي 2019 و 2021، وهذا راجع لما حققته مختلف البنوك رفقة مؤسسة بريد الجزائر بتوزيع أكثر من 10 مليون بطاقة في عام 2021 بزيادة قدرها (22%) عن عام 2019، وحاليا توجد أكثر من (15) مليون بطاقة دفع في سنة 2024.

كما شهدت الجزائر زيادة كبيرة في عدد المتاجر الإلكترونية بنسبة (+297%) بين عامي 2019 و 2021، وسجلت زيادة ملحوظة في عدد أجهزة السحب الآلي - كما ذكرنا سابقاً - كانت بنسبة (88%) خلال نفس الفترة.

كل هذا ساهم في ارتفاع العديد من العمليات المالية من خلال أدوات الدفع الإلكتروني المتوفرة في السوق الوطنية، ومن بين هذه العمليات نذكر:

- عمليات السحب عبر الموزعات الآلية: ارتفعت عمليات السحب الآلي الأموال بشكل ملحوظ جداً، حيث بلغت (86,38) مليون عملية في عام 2021، مقابل (9) مليون في عام 2019، بينما بلغت (58,43) مليون عملية في 2020 (Algérie Presse Service, 2021)، وارتفع العدد ليصل إلى أكثر من (66) مليون عملية دفع عن طريق البطاقة النقدية "الذهبية" لمؤسسة بريد الجزائر فقط للسداسي الأول من سنة 2024 (www.mpt.gov.dz, 2024).

- عمليات الدفع عبر الأنترنت: بلغت (2,13) مليون عملية في عام 2021 مقابل (274,624) عملية في عام 2019.

- عمليات الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE): ارتفعت بنسبة (3,893%) بين عامي 2019 و 2021.

هذا النمو الهائل في عدد الموزعات الآلية والمتاجر الإلكترونية وأجهزة الدفع الإلكترونية للنقود يُشير إلى أن هناك زيادة كبيرة في الاعتماد على الدفع الإلكتروني في الجزائر، مما يدل على اتجاه واضح نحو تطبيق الابتكارات التكنولوجية في قطاع الخدمات المالية في البلاد، وهو ما كان متوقع في الماضي اليوم نلاحظه على ميدان الواقع، من خلال ما استطاعت أن تحققه الجزائر في ميدان الدفع الإلكتروني، مما يعزز قدرة الجزائر على التكيف مع التحديات الاقتصادية والتكنولوجية في المستقبل.

* COVID-19: هو مرض مرتبط بفيروس بيتا كورونا الجديد والمسمى بمتلازمة الجهاز التنفسي الحادة للكبار، تم الإبلاغ عنه لأول مرة في الصين في ديسمبر 2019، وهو فايروس يحتوي على الحمض النووي (RNA) فقط، وهو شديد العدوى، ينتج مستويات فتك أعلى من الإنفلونزا وفيروسات انفلونزا الخنازير، حيث أعلن المدير العام لمنظمة الصحة العالمية "COVID-19" كورونا جائحة عالمي في 11 مارس 2020 (<https://ecpc.org/covid-19-information>, 2020).

* TPE: هو مختصر يشير إلى «Terminal de Paiement Electronique»، والذي يعني باللغة العربية "جهاز نهائي الدفع الإلكتروني"، حيث يستخدم هذا الجهاز في نقاط البيع لإجراء المعاملات المالية باستخدام بطاقات الدفع.

تبقى الجزائر متخلفة نوعاً ما، مقارنة مثلاً بجيرانها المغرب وتونس في مجال الصيرفة الإلكترونية، ووفقاً لإحصائيات قامت بها الجزائرية للاتصالات، فقد تم تضاعف حجم استخدام الدفع الإلكتروني في الجزائر بمعدل (15) مرة فقط مقارنة لتونس والمغرب، وبمعدل (750) مرة فقط مقارنة بالدول الأوروبية.

وحسب الإحصائيات الأخيرة، فإنه بحلول نهاية 2024، سوف يبلغ عدد مستخدمي الدفع الإلكتروني في الجزائر نحو أربعة عشر (14) مليون مستخدم، مقارنة بـ عشرة (10) مليون مستخدم في عام 2022، مما يمثل زيادة كبيرة في الاستخدام خلال فترة قصيرة (Algerie Presse Service, 2021).

أولاً: القوانين والتشريعات المتعلقة بالدفع في الجزائر

يسعى النظام المصرفي في الجزائر إلى التحديث والتكيف من التطورات التكنولوجية الحديثة، ويلاحظ اهتماماً كبيراً من قبل المشرعين الجزائريين بتنظيم المعاملات الإلكترونية في مختلف المجالات، ويتجه تدريجياً نحو التحول إلى مؤسسات مصرفية حديثة، ومن أجل مواكبة هذه التطورات في الصناعة المصرفية، تعمل الجزائر على نقل التقنيات المصرفية الحديثة إلى السوق الوطنية، وقد بدأ هذا التحديث منذ عام 1997.

بناءً على ذلك تبنى المشرع في الجزائر نظام وسائل الدفع الإلكتروني في عدة قطاعات اقتصادية وإدارية، وتم مواكبة هذا التطور من خلال إصدار عدة نصوص قانونية تجسد ما يُعرف بنظام الحكومة الإلكترونية في البلاد.

إنّ الحديث عن القوانين والتشريعات التي وضعها المشرع الجزائري لنظام الدفع الإلكتروني، يدفع بنا إلى استكشاف عدة نقاط، منها مراحل اعتماد نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر، وكذا الاستراتيجية الوطنية لمواجهة الجرائم المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني.

شهدت الجزائر تطوراً في التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني حيث انتقلت من استخدام الوسائل الكلاسيكية إلى استخدام الوسائل الحديثة، وقد تم تدشين هذا التطور في القطاع المصرفي بعد صدور القانون 03-15 الذي وافق على الأمر 03-11، والذي يتعلق بالنقد والقرض - سبق الإشارة إليه - ويتضح من هذا القانون نية المشرع الجزائري في التحول إلى الوسائل الحديثة للدفع الإلكتروني (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، 2003)، وفيما بعد، صدر الأمر 05-06 في 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب، حيث استخدم هذا الأمر مصطلح "وسائل الدفع الإلكتروني" بصراحة (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر رقم 05-06 المتعلق بمكافحة التهريب، 2005)، واعتبر المشرع استخدام هذه الوسائل من التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب، تحول المشرع من استخدام مصطلح عام والذي جاء نصه كالتالي "..." مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" الوارد في المادة (69) من القانون 03-15 المذكورة سابقاً، إلى استخدام مصطلح دقيق يتمثل في "وسائل الدفع الإلكتروني"، حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية المعتمدة لمكافحة التهريب.

كما تم تبني نظام الوفاء الإلكتروني في الجزائر عندما قام المشرع الجزائري بتعديل القانون التجاري بإصدار القانون رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر 05-02 المعدل والمتمّم للأمر 59-75 المتضمن القانون التجاري، 2005)، وهذا بإضافة فقرة ثالثة إلى المادة (414) المتعلقة بالسفينة، تُفيد بأنه: "يمكن أيضاً تقديم الوفاء بأي وسيلة إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم الساريين"، وبتقديم الشيك الإلكتروني للوفاء، تمت إضافة نفس الفقرة

إلى المادة (502)، يُظهر هذا التعديل إيضاحاً لاستعداد المشرع الجزائري لتبني تقنيات الوفاء الإلكتروني في الأنشطة التجارية في البلاد.

وبناءً على القانون 02-05، قام المشرع الجزائري بإضافة فصلاً رابعاً إلى الكتاب الرابع من القانون التجاري، والمعنون بالسندات التجارية، ويضم هذا الفصل بطاقات السحب والدفع وذلك في المادة (543) مكرر 23، واعتبر المشرع الجزائري هذه البطاقات أوراق تجارية جديدة بجانب الأوراق التجارية الكلاسيكية المعروفة، مثل السفتجة والشيك والسند لأمر.

نظراً لاعتماد وسائل الدفع الإلكتروني على المعالجة الآلية والإلكترونية للمعلومات والبيانات، فإنّ المشرع الجزائري قد أدرك أهمية توفير حماية جزائية للمعاملات الإلكترونية، حيث قام بتعديل أحكام قانون العقوبات (الجريدة الرسمية، الأمر رقم 156-66 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، 1966) عام 2004، وأضاف قسمًا جديدًا بعنوان "المساس بأنظمة المعالجة الآلية للبيانات" في الفصل الثالث من الباب الثاني من الكتاب الثالث بموجب القانون 15-04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، وتضمنت المواد من (394) مكرر إلى (394) مكرر 7، وبموجب هذا القانون، يتم معاقبة أشكال الاعتداء على نظم المعالجة الآلية للبيانات.

تماشياً مع التطور التكنولوجي في مختلف القطاعات، اتخذ المشرع الجزائري إجراءات لتوفير الاستخدام الآمن لتقنية الدفع الإلكتروني والتجارة عن بُعد عموماً، وقد صدرت تعديلات على العديد من القوانين، وأصدر القانون رقم 04-09 المؤرخ في 05 أوت 2009، والذي يتعلق بالوقاية من جرائم تتصل بتقنيات الإعلام والاتصال (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، 2009)، وهذا يعكس اهتمام المشرع بتوفير البيئة الملائمة لتبادل المعلومات الإلكترونية وتأمينها من مخاطر الاستخدام غير المشروع لتقنية المعلومات.

يمكن القول أنّ المشرع الجزائري قد اتخذ خطوات مهمة لتعزيز استخدام التقنية الإلكترونية في التجارة وتوفير بيئة آمنة للمعاملات الإلكترونية، فقد قام بإصدار عدة نصوص قانونية منذ عام 2015 تنظم المعاملات الإلكترونية وتُعرف بنظام الدفع الإلكتروني، وتعززه (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 03-15 المتعلق بعصرنة العدالة، 2015)، ومن هذه النصوص، قانون القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين رقم 04-15 الصادر في 01 فيفري 2015، الذي اعترف بحجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات القانوني والمعاملات الإلكترونية، ويمثل تنظيم المشرع مسألة التوقيع والتصديق الإلكترونيين وسيلة مهمة لتأمين وحماية عمليات الدفع الإلكتروني وإثبات صحتها.

وبإصدار القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، بدأ المشرع الجزائري في تنظيم العمليات التجارية الإلكترونية (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 15-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018)، حيث حدد القواعد العامة لتلك العمليات بشأن السلع والخدمات، كما تضمن القانون أيضاً العديد من الإجراءات اللازمة لحماية حقوق المستهلكين في البيئة الإلكترونية وتوفير الحماية القانونية للمشتريين والبائعين على حد سواء، كما ينص القانون أيضاً على إلزام الأطراف المشاركة في التجارة الإلكترونية بتقديم بعض المعلومات الأساسية عن المنتجات والخدمات المعروضة للبيع والتأكد من وجود ضمانات وسياسات إرجاع المنتجات والتعويضات اللازمة.

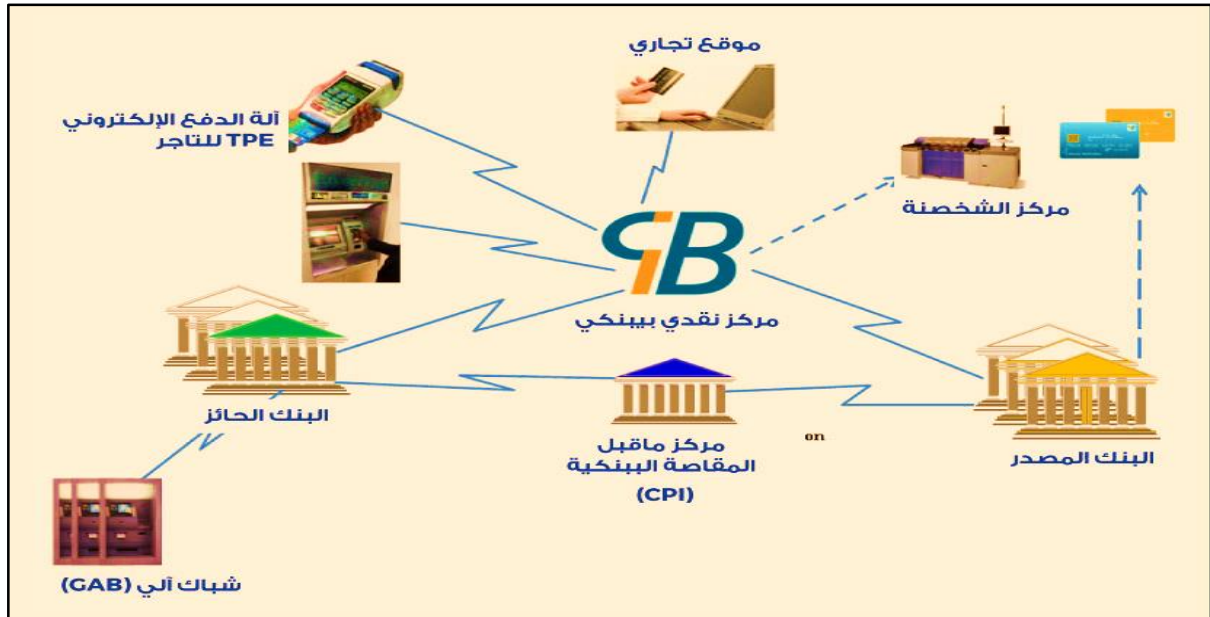
بالإضافة إلى ذلك يهدف القانون رقم 05-18 إلى تعزيز النمو الاقتصادي والتنافسية في السوق الجزائرية وتوفير بيئة ملائمة لنمو التجارة الإلكترونية في البلاد، ويتضمن القانون أيضاً تدابير لتشجيع وتعزيز الاستثمار في القطاع التجاري

الإلكتروني في الجزائر، بما في ذلك تعزيز الحكومة الرقمية وتعزيز حماية البيانات الشخصية للمستهلكين والبائعين على الإنترنت (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 18-15 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، 2018).

وفي نفس السنة تم إصدار العديد من التشريعات المعلوماتية، منها القانون رقم 18-04 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 18-04 المتعلق بالبريد والاتصالات الإلكترونية، 2018)، وكذلك القانون رقم 18-07 الذي يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي (الجريدة الرسمية، القانون رقم 18-07 الذي يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، 2018)، حيث يُعتبر هذان القانونان الحديثان من الضمانات القانونية الأهم التي وضعها المشرع الجزائري لتحديث النظام المصرفي الجزائري وتعزيز مصداقية وسائل الدفع الإلكتروني للوفاء بالالتزامات المالية.

وبالتزامن مع ذلك أطلقت الحكومة الجزائرية عدة مبادرات لتعزيز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وتحفيز المستهلكين والتجار على تبني هذه التقنيات الحديثة، ومن بين هذه المبادرات تطوير نظام الدفع الإلكتروني الوطني "CIB" - انظر الشكل رقم (03-01) -، والذي يساهم في تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني بين البنوك والمؤسسات المالية المختلفة وتحقيق أمان وسرعة وموثوقية في تنفيذ هذه العمليات.

الشكل رقم (03-01): شبكة نظام الدفع الإلكتروني الوطني (CIB)



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (RESEAU-CIB, 2024).

يوضح الشكل أعلاه، عملية الربط بين المؤسسات المالية المختلفة باستخدام المركز النقدي بينكي (CIB) كوسيط أساسي، حيث يربط هذا المركز، الاتصال بين الأطراف المشاركة لضمان إتمام العمليات المالية بسلاسة، ويبدأ هذا الاتصال بين البنك المصدر، الذي يصدر البطاقة أو الحساب المصرفي، والمركز النقدي بينكي (CIB)، الذي يتولى التحقق من صحة المعلومات المالية.

كما يتواصل هذا الأخير مع مركز الشخصية الذي يقوم بتخصيص البطاقة أو وسيلة الدفع للفرد لضمان أمان المعاملات المالية، وبنفس العملية يتم الربط بين مختلف طرق الدفع لهذه الأطراف مثل (المواقع التجارية، أجهزة نهائيات

الدفع الإلكتروني، وأجهزة الصراف الآلي)، ليتم في الأخير تسوية المعاملات المالية عبر مركز ما قبل المقاصة البيبنكية (CPI)، وهذا كله لضمان التحقق من العمليات وإتمامها بنجاح، بين هذه الأطراف.

ثانياً: الهيئات والمؤسسات المستحدثة في الجزائر لترقية الدفع الإلكتروني.

تطور النظام المصرفي في العالم، فرض على الجزائر ضرورة مواكبته، وأصبح تحديث النظام المصرفي الجزائري أمراً حتمياً، وحاجة ملحة لمواكبة التطور الواقع في العالم في هذا الميدان، وبعد تردد كبير، خُطت الجزائر أولى خطواتها نحو عصنة وسائل الدفع، وتطوير شبكة الدفع الإلكتروني الذي أصبح من أهم محاور الإصلاح المصرفي والمالي، وتتضمن آليات متابعة تنفيذ التمويل غير التقليدي، وهذا ما جاء في مفهوم ملحق المرسوم التنفيذي رقم 86/18 المؤرخ في 5 مارس 2018، المتضمن آلية متابعة التدابير والإصلاحات الهيكلية في إطار تنفيذ التمويل غير التقليدي.

1- مشروع تحديث وسائل الدفع في الجزائر

تم الشروع في تحديث وسائل الدفع في الجزائر بتأسيس شركة ساتيم (SATIM)، كخطوة أولى، حيث قامت الشركة بإطلاق مجموعة من المشاريع لتحديث وسائل الدفع في المصارف الجزائرية، كما شهد النظام المصرفي الجزائري إدخال بطاقة السحب كخطوة ثانية، بالإضافة إلى تنفيذ العديد من المشاريع الأخرى في إطار هذا التحديث.

أ- إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقة التلقائية بين البنوك ساتيم (SATIM)

تم إنشاء شركة ساتيم (SATIM) في الجزائر في عام 1995 كخطوة أولى لتحديث وتطوير النظام المصرفي في البلاد، حيث ضمت الشركة في بادئ الأمر ثمانية (8) بنوك عمومية في الجزائر، وهي بنك الجزائر الوطني (BNA)، وبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، وبنك الخارجي الجزائري (BEA)، والصندوق الوطني للإدخار والتوفير (CNEP)، وبنك التنمية المحلية (BDL)، والصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (CNMA)، وبنك البركة الجزائر (ALBARAKA)، وتوسعت الشركة فيما بعد لتشمل خمسة بنوك عمومية واثنين من البنوك الخاصة، بالإضافة إلى مؤسسة بريد الجزائر (الموقع الرسمي لشركة SATIM، 2020)، ويهدف هذا التحديث إلى تحسين وتطوير وسائل الدفع في الجزائر، وجعلها أكثر فعالية وملاءمة للمواطنين والمؤسسات.

حيث تقوم هذه الشركة بتقديم الدفع الإلكتروني بين البنوك في الجزائر للبطاقات المحلية والدولية، وتعمل كوسيط تقني لتطوير وتحديث البنوك وخاصة تعزيز وسائل الدفع عن طريق البطاقة النقدية، وتتكون شبكة الدفع الإلكتروني التي تديرها (SATIM) من (18) بنكاً في الجزائر بما في ذلك ستة (06) بنوك عامة و(11) بنكاً خاصاً بالإضافة إلى مؤسسة بريد الجزائر وهذا ما يوضحه الشكل رقم (01-04):

الشكل رقم (04-01): شبكة البنوك والمؤسسات المالية المشاركة في شركة ساتيم (SATIM)



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لشركة SATIM، 2020).

وتُعد شركة (SATIM) من الشركات التي شهدت تطوراً كبيراً ونُموً مستداماً في خدماتها في السنوات الأخيرة، حيث تم توصيل أكثر من (1351) جهاز صراف آلي و(40.000) محطة دفع إلكترونية متصلة بخدماتها، بالإضافة إلى أكثر من (274) موقعاً تجارياً على الويب يعمل على منصتها، ويرجع هذا النمو بشكل أساسي إلى تأثير بطاقة البنك التجاري الدولي على العادات الشرائية للمواطنين الجزائريين (الموقع الرسمي لشركة SATIM، 2020).

ب- البطاقات المصرفية في الجزائر

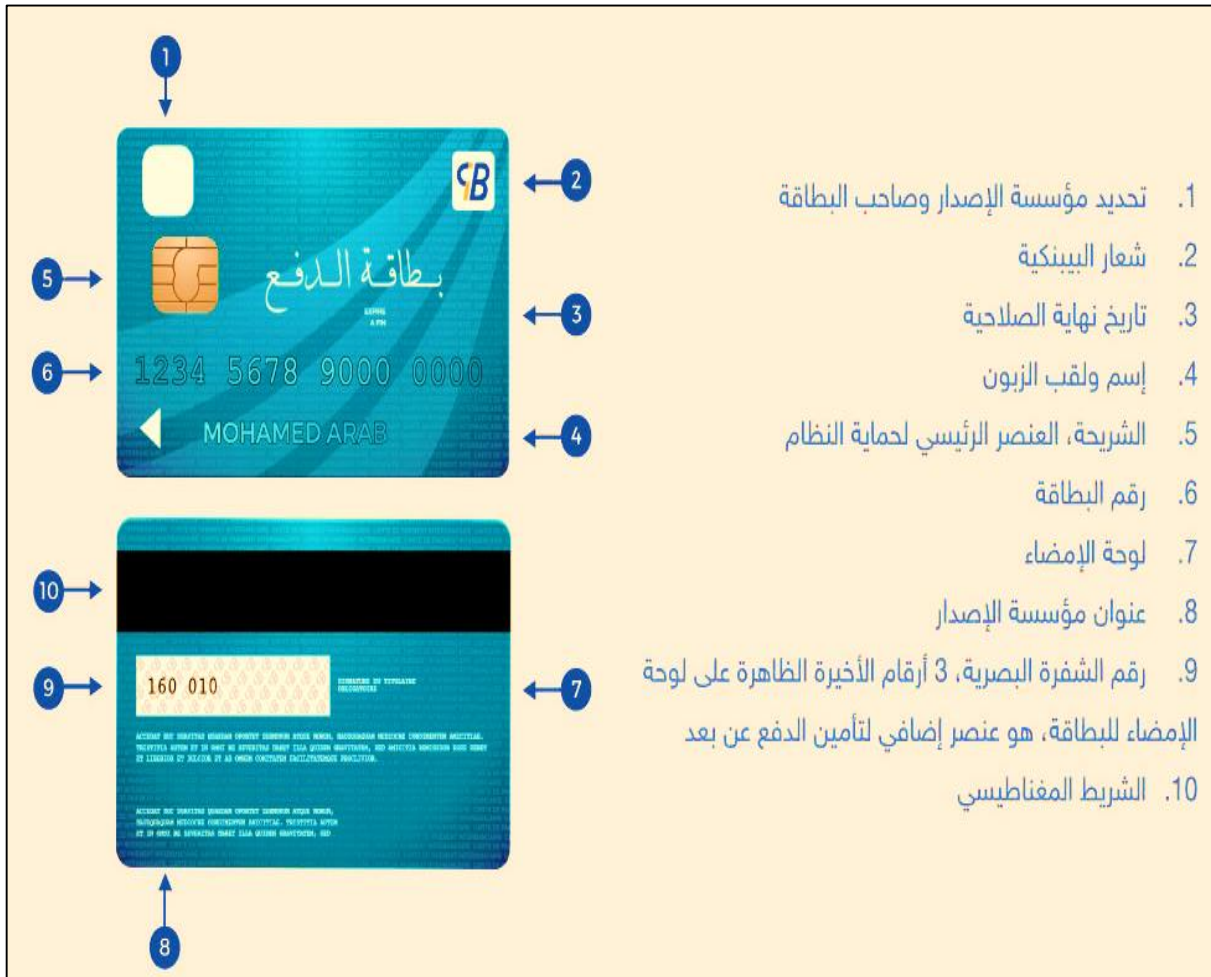
بدأ استخدام البطاقات المصرفية في الجزائر عام 1989 عندما قام البنك الخارجي الجزائري والقرض الشعبي الجزائري والبنك الوطني الجزائري بتقديم هذه الخدمة، ولكن تُعتبر أول محاولة لاستخدام الموزعات الآلية للأوراق النقدية باستخدام البطاقات البنكية في الجزائر عام 1975، حيث تم تركيب موزعين اثنين، غير أنه لم يطل استعمالهم لفترة طويلة.

ومع تأسيس شركة (SATIM)، تم إنشاء بطاقة السحب الخاصة بكل مصرف في الجزائر، حيث تنتج الشركة هذه البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب وفقاً للمعايير الدولية، وتطبع الرموز السرية، يتم إنشاء هذه الخدمة من خلال

عقد يتم توقيعه مع شركة (SATIM)، والتي تُحدد المتطلبات اللازمة لكلا الطرفين، وخاصة فيما يتعلق بالأجال والإجراءات الصحيحة، بالإضافة إلى ذلك يتم ربط الموزعات الآلية مع خدمات شركة (SATIM) عبر شبكة اتصال تسمح بإجراء عمليات السحب سواء كانت داخلية أو محولة – أنظر الشكل رقم (06-01) -، ويتم الربط بسجل متصل بمؤسسة المقاصة لتسوية الحسابات بين البنوك (خويزي، 2015، صفحة 24).

تم تبيان في بعض الإحصائيات والدراسات (إبراهيم بورزق، 2010-2011)، أن الإقبال على السحب الفوري باستخدام البطاقة المصرفية لا يزال ضعيفاً، وهذا ما دفع المصارف في الجزائر لبذل المزيد من الجهد في مجال البطاقات، حيث تم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر هو بطاقة السحب والدفع البنكية (CIB)، والتي تقوم بوظيفة مزدوجة وهي سحب الأموال من الموزعات الآلية، بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية. وتحمل هذه البطاقة خلية إلكترونية تتوافق مع المعايير الدولية لشركتي "VISA" و "MasterCard"، تسمح بعمليات السداد، بالإضافة إلى شريط مغناطيسي لعمليات السحب- انظر الشكل رقم (05-01).

الشكل رقم (05-01): بطاقة السحب والدفع البنكية (CIB)



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (RESEAU-CIB, 2024).

الشكل رقم (06-01): النظام البيئي لشبكة النقد الآلي ما بين البنوك (CIB)



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (RESEAU-CIB, 2024)

يوضح الشكل رقم (06-01) أعلاه، عملية الدفع الإلكتروني باستخدام البطاقة البيبنكية/أو الذهبية، عبر نظام ساتيم (SATIM)، ويشمل عدة وسائل دفع رئيسية، حيث تبدأ العملية من حامل البطاقة الذي يمكنه الاختيار بين ثلاثة طرق للدفع تتمثل في (الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني، السحب عبر أجهزة الصراف الآلي، الدفع عبر الانترنت).

بعد اختيار وسيلة الدفع، يتم تحويل المعاملة إلى البنك المكتسب، وهو البنك الذي يتعامل مع التاجر أو الجهة التي تتلقى الأموال، ليقوم هو بدوره بالتواصل مع البنك أو مؤسسة بريد الجزائر حسب نوع البطاقة المصدرة، للتحقق من المعلومات المالية، بعد ذلك، يقوم البنك المصدر بإرسال الموافقة على العملية، وبمجرد التحقق من صحة البيانات والموافقة، تظهر رسالة على وصل الدفع تفيد بأن العملية "تمت بنجاح"، وكل هذا يتم بواسطة شركة ساتيم (SATIM)، كوسيط بين هذه الجهات.

المطلب الثاني: الإثبات بوسائل الدفع الإلكتروني

تُعد وسائل الدفع الإلكتروني من الأدوات الضرورية في مجال التجارة الإلكترونية، إلا أنها تواجه العديد من المشاكل، ومن أهمها مشكلة الإثبات، ويرجع ذلك إلى الفروقات بين العقد الإلكتروني والعقد التقليدي الذي يستند إلى المحرر والتوقيع التقليدي كوسيلة أولية للإثبات، ومن المعروف أن أساليب الإثبات وتقنياتها نشأت بسبب التطورات العلمية والتكنولوجية، لذلك من المتوقع أن تتأثر هذه التقنيات بالتطورات الحديثة في مجال التكنولوجيا، وهو ما ساعد على ظهور أساليب جديدة وحديثة للكتابة والمحررات والتوقيعات الإلكترونية، والتي يُمكن استخدماها لإثبات التصرفات الإلكترونية بشكل عام، وذلك عبر الأحرف والأرقام والرموز والاشارات الضوئية وغيرها.

فالتجارة الإلكترونية لا تستخدم الوسائط التقليدية في الإثبات وذلك لاعتمادها على وسائل الاتصال الإلكتروني في هذا النوع من التجارة، حيث يتم هذا التفاعل والتواصل في بيئة إلكترونية عن طريق تبادل البيانات الإلكترونية، وبالتالي يتم الكتابة والتوقيع بأسلوب إلكتروني وتخزين الوثائق على أجهزة إلكترونية بدلاً من الورق، ومن الممكن أن يحدث تعديل أو تغيير في الوثائق الإلكترونية الموقعة عليها، مما يثير مشكلة إثبات صحتها ومسؤولية الموقع عليها، ولذلك يتم إصدار شهادة التصديق الإلكتروني التي تثبت صحة وسلامة هذه التعاملات الإلكترونية.

الفرع الأول: السجل والكتابة الإلكترونيين

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بتواجدها في بيئة إلكترونية غير مادية تماماً، وعادة ما تُستخدم في حقل العقود الإلكترونية، حيث يتم تبادل الرسائل الإلكترونية باستخدام وسائط إلكترونية، في حين يختفي الاعتماد على الوثائق الورقية ويظهر الاعتماد على الوثائق والتوقيع الإلكتروني، ونظراً لتقدم تكنولوجيا الدفع والتجارة بشكل عام، تم توسيع مفهوم الكتابة ليشمل الكتابة من نوع آخر تعرف بالكتابة الإلكترونية، وكنيجة لها التطور ظهرت الحاجة إلى وسيلة لحفظ وتوثيق وتخزين البيانات والمعلومات التي تم تبادلها عبر الإنترنت، مما أدى إلى ظهور ما يعرف بالسجل الإلكتروني.

أولاً: السجل الإلكتروني

يُعد السجل الإلكتروني في المعاملات التجارية وسيلة لتخزين المعلومات المتبادلة بين الأطراف، وتوثيق البيانات المدونة فيه، وهو جزء أساسي من نظام التبادل الإلكتروني للبيانات، لذا، يجب أن لا يتم تجاهله عند التعامل مع التبادل الإلكتروني للبيانات؛ حيث يُمكن استخدماها لإثبات الحقوق في حالة حدوث نزاع بين الأطراف، بناءً على البيانات المسجلة في الكمبيوتر.

كما أن السجل الإلكتروني يتيح للمتعاملين التجاريين تسجيل المعاملات وإرسالها عبر الإنترنت، وذلك يوفر الكثير من الوقت والجهد المطلوبين في التعاملات الورقية التقليدية، ويُمكن للأطراف الاطلاع على السجل الإلكتروني في أي وقت ومن أي مكان، مما يجعله أداة فعالة لإدارة المعاملات التجارية بشكل سريع، ونظراً لأهمية السجل الإلكتروني في توثيق المعاملات الإلكترونية فإن الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية الخاصة بالتجارة الإلكترونية تشترط وجوده.

1- تعريف السجل الإلكتروني

قدمت الكثير من التشريعات والقوانين في البلدان العربية تعاريف متعلقة بالسجل الإلكتروني، فنجد المشرع الأردني من خلال المادة الرابعة (4) من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم (85) لسنة 2001 يعرف السجل الإلكتروني على

أنه: "المعلومات المدونة في أي وسيلة إلكترونية، توفر وسيلة لإثبات صحتها، ومصداقيتها، وصدقها وسلامتها، وتشمل الرسائل الإلكترونية والتسجيلات الصوتية والمرئية والرسوم البيانية والنصوص والصور والبرامج وغيرها من البيانات" (الجريدة الرسمية الأردنية، 2001، صفحة المادة الرابعة).

وقدم القانون المغربي المتعلق بالتوقيع الإلكتروني في المادة الثانية والصادر بالمرسوم رقم 388/03/2 بتاريخ 8 فيفري 2004، تعريف السجل الإلكتروني بأنه: "أي سجل يُحفظ فيه المعلومات المتبادلة بين الأطراف المتعاقدة في إطار عملية إلكترونية معينة والمتمثلة في عقد أو مراسلة أو غيرها من الأوراق الإدارية (الجريدة الرسمية المغربية، 2004، صفحة المادة الثانية).

وعن قانون الأدلة الإلكترونية الإماراتي من خلال المادة الأولى (1)، الصادر بالقانون الاتحادي رقم (1) لسنة 2006، فيُعرف السجل الإلكتروني بأنه: "أي سجل إلكتروني يحفظ المعلومات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية والتي يُمكن الاعتماد عليها في حالات النزاعات، ويشمل ذلك سجلات إلكترونية متعلقة بالعقود والمفاهيم والأحكام والبيانات والبرامج والأنظمة وغيرها، ويستخدم كوسيلة لإثبات وجود المعاملة ومحتواها وتوقيتها ومصدرها" (الجريدة الرسمية لدولة الامارات العربية المتحدة، 2006، صفحة المادة الأولى).

وفي قانون التجارة الإلكترونية التونسي قدّم تعريف للسجل التجاري على أنه: "أي سجل إلكتروني يحفظ المعلومات المتعلقة بالمعاملات التجارية الإلكترونية، والذي يُعد وثيقة دليوية تحتوي على معلومات موثوقة وقابلة للإثبات بشأن المعاملة الإلكترونية" (الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 2000، صفحة المادة 14).

وجاء في القانون الجزائري (37) المتعلق بالأدلة الإلكترونية والصادر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 15-213 المؤرخ في 13 جويلية 2015، تعريف السجل الإلكتروني بأنه: "أي وسيلة تسجيل وحفظ المعلومات والمعطيات الإلكترونية التي تُنتجها المعاملات الإلكترونية، ويستخدمها القضاء لإثبات المعاملات الإلكترونية" (الجريدة الرسمية الجزائرية، 2015). ومن خلال فهمنا للتعريف السابقة للسجل الإلكتروني التي أوردتها بناءً على ما جاءت به مختلف التشريعات والقوانين للدول العربية سابقة الذكر، وبشكل عام يُمكن القول أنّ السجل الإلكتروني في هذه التشريعات يهدف إلى تحديد مفهوم السجل الذي يتم الاحتفاظ به إلكترونياً والمعلومات المتعلقة به، حيث تتفاوت هذه التعاريف من دولة لأخرى في التركيز على مجالات معينة، مثل الجانب الأمني أو الجانب القانوني، أو في محددات معينة لهذا السجل، مثل المعلومات الشخصية أو المعلومات التجارية.

2- حجية السجل الإلكتروني في الإثبات بالدفع الإلكتروني

يُمكن استخدام السجل الإلكتروني كدليل في الإثبات في حالة وجود شك أو خلاف بين الأطراف المتعاقدة، وذلك لأنه يمثل دليلاً قوياً يُمكن استخدامه في حالة الحاجة إلى إثبات وجود عملية دفع أو تحويل أموال إلكترونياً، والتي من خلالها يتمكن القاضي من تقييم حجية هذه السجلات الإلكترونية في الإثبات.

وفي المجال التجاري، تعتبر السجلات الإلكترونية قادرة على أداء نفس وظائف الدفاتر التجارية الورقية في معظم التشريعات التجارية الإلكترونية الحديثة، شريطة أن تكون متاحة للجميع وأن يُمكن الحصول على عدة نسخ منها، حيث تتيح هذه السجلات الإلكترونية الأمان وإمكانية الاحتفاظ بها لفترة زمنية محددة دون تلف (بن سعيد، 2012، صفحة 136).

وعليه يُمكن القول بأن السجل الإلكتروني يثبت حجته في الدفع الإلكتروني ويوفر مزيداً من الأمان والحماية للعمليات المالية الإلكترونية، ومن المرجح أن يتزايد استخدامهما في المستقبل مع تزايد اعتماد الناس على الدفع الإلكتروني كوسيلة رئيسية للتعاملات المالية.

ثانياً: الكتابة الإلكترونية

يَعتمد النظام القانوني في العديد من الدول على الأدلة والإثباتات لتحديد الحقائق واتخاذ القرارات القانونية المناسبة، ومن أهم هذه الأدلة هي الكتابة، حيث يتم استخدامها لإثبات التصرفات القانونية، سواء في صورة محرر رسمي يثبتهُ موظف عام رسمي، أو في صورة محرر عُرفي يتم توقيعه من أطراف التعاقد، وتتميز الكتابة كوسيلة إثبات بأنها توفر أعلى درجات الأمان، وذلك لأنها يُمكن التحقق من صحتها وأصالتها، وتتميز بالثبات والاستقرار، وتستطيع البقاء لفترة طويلة من الزمن.

ومع ظهور التكنولوجيا الحديثة والتي تتميز بتسهيل عمليات التواصل والتفاوض وإبرام العقود الإلكترونية عبر الإنترنت، فإنَّ الكتابة كوسيلة إثبات تواجه تحديات جديدة، وذلك لأنَّ العمليات المالية والتجارية التي تتم عبر الإنترنت لا تتضمن دعامة ورقية يُمكن الاعتماد عليها، وبالتالي فإنَّه يجب دراسة النظام القانوني للكتابة الإلكترونية والتأكد من صحة وأصالة الوثائق الإلكترونية التي تستخدم كوسيلة إثبات في هذه العمليات.

وعليه تحتاج الدراسة إلى استكشاف مفهوم الكتابة الإلكترونية كخطوة أولى، وذلك استعداداً لدراسة صحة استخدام الكتابة الإلكترونية في إثبات عمليات الدفع الإلكتروني.

1-تعريف الكتابة الإلكترونية

تُعتبر الكتابة واحدة من أهم وسائل إثبات العمليات القانونية، سواءً في المعاملات التجارية أو المدنية، ويعود السبب في ذلك إلى سهولة الحفاظ على الوثائق الكتابية وإمكانية الرجوع إليها في حال نشوب خلاف بين الأطراف، وتعد الكتابة وسيلة لإثبات الاتفاق والموافقة بين الأطراف، ويُمكن استخدام أي وسيلة أخرى لهذا الغرض، سواء كانت مادية أو غير مادية مثل مخرجات الحاسوب والاسطوانات أو شريط الفيديو وغيرها، طالما أنه يُمكن التحقق من مضمونها ومحتواها (مبارك، 2001، صفحة 09).

وبالرجوع الى مفهوم الكتابة، نجد أنها تتمثل في رموز تُعبر عن الأفكار والأقوال، ولا يتطلب فهم هذه الرموز الاستناد إلى وسيط معين، حيث يُمكن استخدام أي وسيط قادر على نقل هذه الرموز، سواء كان على الورق، الحجر، الخشب، أو الصفائح الجليدية، وطالما كان الوسيط قادراً على نقل هذه الرموز، فإنَّه يصلح الاعتماد عليه (لطفي، 1993، صفحة 08).

وبالتالي فإنَّ الكتابة الإلكترونية تُعبر عن نفس المفهوم الذي يتم التعبير عنه من خلال الكتابة التقليدية، فإذا كانت الكتابة التقليدية تمثل وسيطاً يستخدم لتبادل المعلومات وإظهار الأدلة وإثبات الصحة القانونية للعقود والاتفاقات، فإنَّ الكتابة الإلكترونية تمثل وسيطاً مماثلاً لتلك الأغراض.

وقد جاء في النص السادس من قانون اليونسيترال النموذجي لعام 1966 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أنه إذا كانت المعلومات تحتاج إلى كتابة وتسجيل، فإنَّ رسالة البيانات تُستوفي هذا الشرط إذا كان بإمكان المتلقي الاطلاع على المعلومات المذكورة فيها واستخدامها للرجوع إليها في وقت لاحق (الأونيسرال، 1996).

ووفقاً للاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات، يتم تعريف البيانات على أنها: "كل شيء يمكن تخزينه ومعالجته وإنتاجه ونقله باستخدام تقنية المعلومات، مثل الأرقام والحروف والرموز وما شابه ذلك..." (المرسوم الرئاسي رقم 14-252، صفحة المادة 02).

وعليه فإنّ الاتفاقيتين المذكورتين أعلاه، لم تهتم بشكل الوسيط الذي يحمل البيانات، سواء كانت كتابية أو إلكترونية، بل تهتم بالقدرة على الاحتفاظ بتلك البيانات والاعتراف بها كأدلة قانونية في حال الحاجة إليها وبمعنى آخر، فإنّ القانون لا يعتبر بنوع الوسيط المستخدم في الكتابة، إنما يعتبر بالبيانات التي يحملها هذا الوسيط كما لو كانت مكتوبة على ورق، وهذا يعني أنّ الكتابة الإلكترونية يمكن أن تحظى بنفس القيمة القانونية التي تحظى بها الكتابة الورقية، طالما توفرت الشروط اللازمة للاعتراف بها كأدلة قانونية.

كما جاء تعريف الكتابة بموجب القانون المدني المعدل والتمم للقانون 10-05 في الجزائر، وذلك في المادة (323) مكرر، حيث أشارت المادة (26) إلى أن الإثبات بالكتابة يتم عن طريق تسلسل الحروف والأوصاف أو الأرقام أو الرموز ذات المعنى المفهوم، بغض النظر عن وسيلة التي تم استخدامها في الكتابة، كما أن المادة (323) مكرر قد قارنت بين الإثبات بالكتابة على الورق والإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني، وأوضحت أن الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني يمكن أن يعتبر مثل الإثبات بالكتابة على الورق، شريطة أن يتم التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها، وأن يتم حفظها وإعدادها في ظروف تضمن سلامتها (القانون رقم 10-05، 2005، صفحة المادة 323).

ومن خلال ما تم فهمه من التعاريف والنصوص السابقة، فإنّ الكتابة الإلكترونية هي: "عملية كتابة وتخزين المعلومات باستخدام التقنية الحديثة، وتشمل الرسائل الإلكترونية الرقمية والملفات المخزنة في الحواسيب وغيرها"، كما تتميز هذه الكتابة الإلكترونية بسهولة الوصول إليها وتبادلها وحفظها وإدارتها، كما أنها تقلل من الاستخدام الورقي الذي يساهم الحد من تلوث البيئة، ومع ذلك يتوجب على الكتابة الإلكترونية توفير ضمانات الأمان والحماية اللازمة للبيانات المخزنة والمرسلة عبر الإنترنت، حيث يمكن تعرضها للقرصنة* والتجسس الإلكتروني والاختراق، ولذلك تعتبر الكتابة الإلكترونية موضوعاً مهماً في مجال القانون والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني والحماية الإلكترونية والخصوصية على الإنترنت.

2- حجية الكتابة الإلكترونية في الإثبات بالدفع الإلكتروني

تعد وسائل الإثبات وخاصة الكتابة الإلكترونية، من المواضيع ذات الاهتمام لدى رجال القانون والمنظمات الدولية المختصة في هذا المجال، مثل لجنة اليونسترال** التابعة للأمم المتحدة التي صدرت قانوناً نموذجياً للتجارة الإلكترونية،

* القرصنة: تعني كلمة "قرصنة" في الأصل أعمال النهب التي تحدث في البحار والمحيطات ضد السفن، ومنذ القرن الثامن عشر، أصبحت تستخدم لوصف نسخ ونهب المصنفات بدون ترخيص، أما في مجال البرمجة، يطلق مصطلح "قرصنة البرمجيات" على عمليات نسخ واستخدام البرمجيات غير المصرح بها، أما بالنسبة للقرصنة المعلوماتية، فتعني نسخ البرامج أو الحصول على معلومات بطرق غير قانونية، سواء عبر اختراق كلمات المرور أو التقاط الموجات الكهرومغناطيسية (رشدي، 2004، الصفحات 31-32).

** اليونسترال (UNCITRAL) أولجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي: هي هيئة تابعة للأمم المتحدة تعمل على توحيد وتحديث القوانين التجارية على مستوى العالم، تأسست في عام 1966 بهدف تعزيز التجارة الدولية عبر وضع قوانين دولية تساعد في تنظيم المعاملات التجارية بين الدول، حيث تقدم نماذج قوانين واتفاقيات دولية تساعد في حل النزاعات التجارية، تسهيل التجارة الالكترونية، وتنظيم

كما قام الاتحاد الأوروبي بإصدار توجيهات للدول الأعضاء لتنظيم التعاملات التجارية الإلكترونية بما في ذلك الإثباتات الإلكترونية، ومن الضروري على الدول التدخل وتنظيم بعض الجوانب الحساسة في هذه المعاملات الإلكترونية بسبب زيادة التجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم، والتي تثير العديد من التساؤلات بما في ذلك قضية حجية وسائل الإثبات الإلكترونية، ومن المهم في هذا السياق النظر في الحجية القانونية للكتابة الإلكترونية في الإثبات وتطبيق ذلك على وسائل الدفع الإلكتروني، خاصة النقود الإلكترونية، حيث توجد دول تقتصر على وسائل الإثبات التقليدية، في حين توجد دول تنظم هذه الوسائل تشريعاً سواء عن طريق النصوص الخاصة أو بتوسيع وسائل الإثبات الموجودة.

من بين المبادئ الأولية التي تشدد على ضرورة التنظيم التشريعي للإثباتات الإلكترونية بواسطة السندات، وعدم ترك هذا الموضوع للتحكيم، يأتي القانون النموذجي المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي وضعته اللجنة الدولية للقانون التجاري التابع للأمم المتحدة، وبالرغم من أن هذا القانون يُساوي بين السندات الإلكترونية والسندات التقليدية، إلا أنه لا يتطلب تلبية جميع متطلبات الأخرى مثل استنساخ وقراءة رسالة البيانات، وضرورة توفرها وقابليتها للاطلاع عليها في أي وقت دون تغيير (الأونيسترال، 1996، صفحة المادة 06)، وفقاً لما ورد في القانون: "إنَّ المعلومات الواردة في رسالة بيانات لا تفقد فعاليتها القانونية أو صحتها أو قابليتها للتنفيذ بسبب كونها في شكل رسالة بيانات" (الأونيسترال، 1996، صفحة المادة 05)، وبالتالي يتضح أن الكتابة الإلكترونية بشكل رسالة بيانات تحمل نفس الأهمية القانونية التي تحملها الكتابة التقليدية في الإثبات، ولا يوجد سبب للتفريق بينهما بناءً على الأساس الذي يتضمنه كل منهما.

أما بالنسبة لتبني النصوص القانونية التي تسمح بالإثبات باستخدام الوسائط الإلكترونية على الصعيد الوطني، المستندة في ذلك إلى الأحكام القانونية المستمدة من القانون النموذجي للأونيسترال أو توجيهات الاتحاد الأوروبي، حيث تم تعديل نصوص الإثبات لتتماشى مع المتطلبات العملية والتطورات العلمية الحديثة المتعلقة بالإثبات، كما تهدف هذه التدابير إلى مواكبة التطور السريع في مجال الإثبات الإلكتروني.

ومن بين الدول التي اتخذت إجراءات للاعتماد على الإثباتات الإلكترونية كحجية قانونية، نجد القانون الفرنسي الذي أقر بأنَّ السجلات الإلكترونية لها نفس الثقة القانونية المتعارف عليها للسجلات الورقية في الإثبات، وذكر القانون المدني الفرنسي الذي فصل في مضمونه أنَّ الكتابة على دعامة إلكترونية لها نفس القوة الإثباتية المعتمدة للكتابة على دعامة ورقية (Le Journal de la République française, 2000, pp. Art. 1316-3).

كما يُشترط للاعتراف بحجية هذه السجلات الإلكترونية أن تكون الكتابة قد أنشئت وتم تخزينها بطريقة تحفظ سلامتها ويمكن تحديد الشخص الذي أصدرها، وهذا يتطلب إرفاق هذه السجلات بنظام يضمن التحقق من ذلك، وإذا افتقدت هذه السجلات لتلك المعلومات، فمن الممكن أن تفقد قيمتها كدليل يُمكن الاعتماد عليه في الإثبات.

الفرع الثاني: التوقييع والتصديق الإلكترونيين

تتوقف صلاحية المحرر الإلكتروني في الإثبات على التحقق من هوية صاحبه، وهو ما يختلف عن المحرر العرفي التقليدي الذي يتم التعرف على صاحبه بالكتابة أو التوقيع أو البصمة، ولقد نص المشرع في المادة (327) من القانون المدني الجزائري (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون المدني الصادر بموجب الأمر رقم 58-75، 1975)، على أنه: "يُعتبر العقد

العقود، النقل الدولي، والتحكيم، هذه الجهود تساهم في خلق بيئة تجارية عادلة ومتوازنة بين مختلف الدول، مما يعزز من ثقة الأطراف التجارية ويقلل من المخاطر القانونية (لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، 2024).

العُرفي صادراً ممّن كتبه أو وقعهُ أو وضع عليه بصمة أصبعه، ما لم يُنكر صراحة ما هو منسوب إليه أو من ورثته أو خلفه، فلا يطلب منهم الإنكار ويكفي أن يحلفوا يميناً بأنهم لا يعلمون أنّ الخط أو الإمضاء أو البصمة هو لمن تلقوا منه هذا الحق"، ووفقاً للمادة (323) مكرر 1 من نفس القانون، يتم الاعتماد على التوقيع الإلكتروني بشرط توافر الشروط المذكورة فيها، وبذلك يعترف المشرع صراحة بحجية التوقيع الإلكتروني كإضافة لحجية الكتابة الإلكترونية، وذلك تماشياً مع تطور العصر الرقمي الذي أدخل وسائل حديثة لإبرام العقود وتوقيعها إلكترونياً.

يُمكن تحقيق الثقة في المحرر الإلكتروني من خلال توفير توقيع الكتروني موثوق به مرتبط بمحرر، وتعتبر جهات التوثيق هي الوسيلة المعتمدة من قبل المشرعين لتحقيق ذلك، حيث تخضع هذه الجهات لرقابة الدولية في انشائها وأداء وظيفتها، وبهذا النظام، يتم تصديق التوقيع الإلكتروني من قبل جهة موثوقة، وهي جهة التوثيق، والتي تقوم بالتصديق على صحة التوقيع الإلكتروني، ويعد هذا الإجراء أحد الوسائل التي يستخدمها المشرعون لتوفير الثقة في المحرر الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني في الإثبات، ومن الأهمية في هذا المقام توضيح كيفية استخدام التوقيع الإلكتروني في الإثبات بوسائل الدّفع الإلكتروني، وما هي حجية هذا التوقيع في اثبات تلك المدفوعات.

أولاً: التوقيع الإلكتروني

التوقيع هو المحرر الذي يمنح القيمة القانونية للنص المدون على الورقة أو السند، وبالتالي لا يُمكن الاعتماد على المحرر الإلكتروني كدليل إثبات إلا إذا كان مصحوباً بتوقيع الكتروني صحيح، وظهر التوقيع الإلكتروني ليتوافق مع التجارة الإلكترونية والتشريعات والمعاملات المتعلقة بها، حيث يعد واحداً من أهم أدوات التجارة الإلكترونية.

وبما أنّ هذا الموضوع يتطلب توافراً بين التكنولوجيا والقانون، فيجب تقنين الأساليب الحديثة التي تضمن المعاملات بين الأطراف المتعاقدة، ومن هنا تبرز حاجة تفعيل دور التوقيع الإلكتروني المؤمن لإنشاء علاقات قانونية متبادلة بين أطراف التوقيع الإلكتروني.

لفهم موضوع التوقيع الإلكتروني بشكل كامل، يتعين علينا النظر في العديد من النقاط المرتبطة به، ومن بين هذه النقاط التي سنستعرضها هي: تعريف التوقيع الإلكتروني، دراسة أشكاله المختلفة، والشروط التي يجب توافرها في التوقيع الإلكتروني في كل من القانون الدولي للتجارة الإلكترونية وما أقره المشرع الجزائري حول التوقيع الإلكتروني، وأخيراً نوضح الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني في الإثبات.

1- تعريف التوقيع الإلكتروني

تنوعت وجهات النظر بشأن تعريف التوقيع الإلكتروني، إذ ركزت بعضها على شكل التوقيع، فيما ركز البعض الآخر على وظائفه، وعليه سنحاول التطرق إلى تعريف التوقيع الإلكتروني، وبعدها سنحاول إعطاء تعريف للتوقيع الإلكتروني بناءً على ما تم فهمه من مجمل هذه التعاريف.

يتم وصف التوقيع الإلكتروني عند بعض المختصين على أنه: "سلسلة من الحروف والأرقام والرموز والاشارات التي تمتلك خاصية منفردة تمكن من تحديد شخصية صاحب التوقيع وتميزه عن غيره، ويعد هذا التوقيع ضرورياً لإجراء المعاملات الإلكترونية وتنفيذها، وللحفاظ على سرية المعلومات والرسائل" (الرومي، 2006، صفحة 13).

بينما يتم وصفه في بعض الأفكار الأخرى بأنه: "مجموعة من الإجراءات والوسائل المستخدمة للتوقيع الإلكتروني عن طريق الرموز والأرقام وإخراج رسالة إلكترونية تتضمن علامة مميزة لصاحب الرسالة المنقولة إلكترونياً والتي يتم تشفيرها واستخدام زوج من المفاتيح واحد معلن والآخر خاص بصاحب الرسالة" (ربضي، 2009، صفحة 55).

في حين نجد فريق آخر، اعتبر التوقيع الإلكتروني بأنه: "بيان أو معلومة تتصل بمنظومة بيانات أخرى، أو تحويل منظومة بيانات إلى شيفرة أو كود، مما يتيح للمرسل الإثبات على المصدر والتحقق من سلامة محتوى الرسالة وحمايتها من أي تعديل أو تحريف" (دودين، 2010، صفحة 245).

أما ما تعلق بتعريف التوقيع الإلكتروني تشريعاً، فنجد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الدولية لعام 1996، والذي يُعتبر أول خطوة نحو تشريع التوقيع الإلكتروني، حيث نجد في المادة السابعة (7) من نفس القانون، تعريف التوقيع الإلكتروني، وتنص على أنه: "عندما يشترط القانون وجود توقيع من شخص يستوفي ذلك الشرط بالنسبة إلى رسالة البيانات، شريطة أن يتم استخدام طريقة لتحديد هوية الشخص الموقع عليه وللدلالة على موافقته على محتوى الرسالة؛ كما يتوجب أن تكون هذه الطريقة ملائمة وكافية للغرض الذي صممت أو أرسلت من أجله رسالة البيانات، بما في ذلك أي اتفاقات متعلقة بهذا الأمر.

والملاحظ من هذا التعريف، أنه يركز على أهمية أداء التوقيع الإلكتروني لنفس الوظائف التقليدية للتوقيع الورقي، والتي تتمثل في التعرف على هوية الشخص وتعبيره عن موافقته على العمل القانوني الذي يتعلق بالوثيقة، كما يشدد التعريف على أن طريقة التوقيع الإلكتروني يجب أن تكون موثوقة، ولكن لم يتم تحديد الإجراءات أو الطرق المحددة التي يجب اتباعها، بل ترك هذا الأمر لكل دولة لتحده وفقاً لتشريعاتها الخاصة.

في حين أورد التوجيه الأوروبي (التوجه الأوروبي رقم 93-1999) بشأن التوقيع الإلكتروني نوعين من التوقيع، الأول يُعرف بالتوقيع الإلكتروني العادي وهذا حسب ما جاءت به المادة الثانية (2) من التوجيه الأوروبي، والذي ينص على أنه: "عبارة عن معلومة تتخذ شكلاً إلكترونياً مرتبطة أو متصلة بشكل منطقي ببيانات إلكترونية أخرى، ويشكل أساساً لطريقة التوثيق".

أما النوع الثاني، فهو التوقيع الإلكتروني المتقدم الذي يرتبط بالنص الموقع، ويتطلب موافقة الشروط التالية لإضفاء خاصية التوقيع المتقدم على التوقيع الإلكتروني (ربضي، 2009، صفحة 49):

- يجب أن يكون متصلاً بصاحب التوقيع بشكل خاص؛
- يجب أن يسمح بتحديد والكشف عن هوية صاحب التوقيع؛
- يجب أن يتم إنشاؤه من خلال وسائل موضوعة تحت رقابة صاحب التوقيع؛
- يجب أن يكون متصلاً بالبيانات التي وضع عليها التوقيع بدرجة تمكن كشف أي تعديل لحق بالبيانات.

أما التشريع الأمريكي فقد أصدر في 30 جويلية عام 2000 (حجازي، 2004، صفحة 233)، الأسس القانونية للتجارة الإلكترونية والعقود المتعلقة بها، ووفقاً لهذا القانون، فإن العقود التي تم توقيعها إلكترونياً تتمتع بنفس القوة الإلزامية للعقود المكتوبة التي تم توقيعها بطريقة تقليدية، ويعرف التوقيع الإلكتروني في هذا القانون على أنه: "شهادة رقمية تصدر عن إحدى الهيئات المستقلة وتميز كل مستخدم يُمكن إرسالها في إرسال أي وثيقة أو عقد تجاري أو تعهد أو إقرار".

ويحتوي ملف التوقيع الإلكتروني وفقاً للقانون الأمريكي، على مفتاحين، أحدهما عام والآخر خاص، حيث يميز المفتاح الخاص توقيع شخص محدد عن توقعات الآخرين، بينما يتم نشر المفتاح العام في الدليل العام حتى يتمكن أي شخص من الوصول إليه (القشقوش، 2000، صفحة 216).

في حين أقر المشرع الجزائري بصحة التوقيع الإلكتروني عبر الفقرة الأخيرة من المادة (327) سابقة الذكر، في القانون المدني الجزائري (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون المدني الصادر بموجب الأمر رقم 58-75، 1975)، ولم يقدم تعريفاً دقيقاً له حتى صدور القانون رقم 04-15 في 01 فيفري 2015، الذي حدد القواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015)، ووفقاً للفقرة الثانية من المادة الأولى في هذا القانون، يعرف التوقيع الإلكتروني على أنه: "بيانات في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقياً ببيانات إلكترونية أخرى تستخدم كوسيلة للتوثيق".

يلاحظ أن المشرع الجزائري استند في تعريفه للتوقيع الإلكتروني إلى أشكال وإجراءات إنشائه، ويستخدمه لتوثيق هوية الموقع وإثبات قبوله لمضمون الكتابة بشكل إلكتروني.

من خلال ما سبق، يبدو لنا أن التوقيع الإلكتروني هو وسيلة حديثة لتحقيق شرطي الرضا، وهما تحديد هوية الموقع وتأكيد قبوله لمضمون العقد أو الصفقة، مما يضمن ارتباطه بشكل نهائي بهذه المعاملة، ويتم إنشاء التوقيع الإلكتروني عبر وسيط إلكتروني نظراً لطبيعة المعاملات التي تتم إلكترونياً، في حين تتم عقود وصفقات الأعمال بشكل إلكتروني، فإنه يجب توقيعها بواسطة التوقيع الإلكتروني، الذي يسمح باستعادة فكرة التوقيع التقليدي بمفهومه الضيق (أحمد سليمان، الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية، 2006، صفحة 253).

وبالتالي يُمكن اعتبار التوقيع الإلكتروني أداة فعالة للحد من التعقيدات الإجرائية والتكاليف المرتبطة بالتوقيع التقليدي، بالإضافة إلى توفير المرونة والسرعة في إتمام المعاملات الإلكترونية، ومع تزايد استخدام التقنيات الحديثة، يتوقع أن يزداد استخدام التوقيع الإلكتروني في المستقبل، وقد أصبح الأسلوب الأساسي لتوقيع المستندات والعقود في معظم القطاعات والمجالات على غرار الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

2- أشكال التوقيع الإلكتروني

من أقدم المجالات التي استخدم فيها التوقيع الإلكتروني، هو مجال بطاقات الائتمان والتي بدأ استعمالها كوسيلة وفاء لدى زبائن محطات الوقود والمحلات التجارية الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت نشأتها ثنائية الأطراف يقتصر على التعامل مع محطات الوقود، أو الشراء من المحل التجاري الذي يتولى إصدارها، لكن سرعان ما تلقت المؤسسات الكبرى والبُنوك الفكرة وعملت على تطويرها ونشرها على نطاق واسع (سعيد ومحمودي، 2020، الصفحات 251-252).

غير أن الواضح من التطور التكنولوجي الحديث وتطبيقاته على عمليات التجارة الإلكترونية والإدارية والمدنية، أدى إلى ظهور أشكال متعددة من التوقيع الإلكتروني بهدف تعزيز النشاط التجاري الإلكتروني، ويجب الإشارة إلى أن القانون النموذجي الموحد للتوقيع الإلكتروني يغطي جميع أنواع التوقيع الإلكتروني، بغض النظر عن التقنية المستخدمة في إنشائه، وأن استبعاد أي شكل من أشكال التوقيع الإلكتروني يُمكن أن يؤدي إلى صعوبات عملية والتي تتعارض مع الهدف

الرئيسي المتمثل في توفير قواعد محايدة من حيث الوسائط، وهو ما يسعى إليه المعنيون بإصدار القانون النموذجي الموحد (الجنوبي والجنوبي، 2006، صفحة 90).

بناءً على ما سبق، يجب التركيز على تحديد الأشكال والصور الأكثر شيوعاً للتوقيع الإلكتروني، حيث يتم استخدام هذه التقنيات في العديد من المجالات المختلفة، بغرض تعزيز التجارة الإلكترونية والتسهيل على المستخدمين إتمام المعاملات الإلكترونية.

أ- التوقيع بالخواص الذاتية / البيوميترية *

تعتمد هذه التقنية على استخدام الصفات المميزة والخصائص الطبيعية والسلوكية لكل شخص، مثل بصمة الأصابع، وشبكة العين، ونبرة الصوت، وضغط الدم، والتعرف على الوجه البشري، وغيرها من الصفات الجسدية والسلوكية، لإنشاء التوقيع الإلكتروني (بودي، 2009، صفحة 76).

يتم التحقق من شخصية المستخدم عن طريق أجهزة الإدخال المتصلة بالحاسوب، مثل الفأرة ولوحة المفاتيح، التي تلتقط صورة دقيقة لإحدى تلك الصفات الذاتية، وتخزن هذه الصور بشكل مشفر داخل الحاسوب، ويتم التعامل معها فقط في حالة تطابقها مع الصورة المخزنة والمسجلة مسبقاً لتلك الصفة الذاتية (إبراهيم خ.، 2009، صفحة 236).

الاعتماد على صفات الموقع الذاتية من شأنه أن يُنتج صور متعددة لهذا التوقيع، والتي نذكر منها ما يلي:

- **البصمة الشخصية:** وهي نمط فريد من أنسجة الأصابع واليد يتم استخدامه كوسيلة للتعرف على الهوية الفردية، وتعتبر البصمة الشخصية واحدة من أنواع التوقيع البيوميترية التي تستخدم في تقنيات التحقق من الهوية الإلكترونية، حيث يتم تحويل نمط البصمة الشخصية إلى ملف رقمي يُمكن استخدامه للمقارنة بنماذج أخرى من البصمات لتحديد مدى تطابقها وتحديد الهوية الفردية، وما يُميز البصمة الشخصية أنها لا تتغير على مدى حياة الفرد، مما يجعلها طريقة فعالة وآمنة للتحقق من الهوية الفردية في العديد من التطبيقات الحيوية والأمنية، مثل التحقق من الهوية في المطارات والمؤسسات الحكومية والمالية وغيرها.
- **مسح العين البشرية:** يستند هذا النظام إلى تقنية شبكة افتراضية يتم من خلالها إضاءة الوجه من خلال الشبكة، وبمجرد الدخول إلى النظام، يقوم البرنامج بتشويه الشبكة بشكل يناسب تضاريس الوجه، في حين تقوم الكاميرا بقياس المسافة بين الوجه ونقاط الشبكة، وتكون هذه القياسات فريدة لكل فرد، وبعد ذلك يتم تحديد هوية الشخص باستخدام هذه القياسات (الحموري، 2010، صفحة 82)، حيث يتم تعيين الخصائص الفريدة للوجه والعين وبصمة الأصابع وخواص اليد ونبرة الصوت، وتأخذ صورة دقيقة ومحددة للخصائص الفريدة وتخزن في الحاسوب الآلي، ويتم السماح بالدخول للحاسوب الآلي بعد التحقق من مطابقة الخصائص الفريدة للشخص، سواء بصمة

* **التوقيع البيوميترية:** هو مصطلح يطلق على العلم الذي يعتمد على مميزات الأشخاص الحيوية والفزيائية والطبية، مثل بصمة اليد والعين ونبرة الصوت وملامح البشرة والوجه، أسم "العلم البيوميترية/Biometry"، وهو يعتبر قياساً حيوياً للأشخاص، وتختلف هذه المميزات والخصائص من شخص لآخر، وتُعرف عمليات التحقق من الشخصية باسم البصمة الحيوية، وقد شهدت هذه الأنظمة تطوراً كبيراً في عام 1998، عندما بدأت شركة (OKI) اليابانية للصناعات الكهربائية ومؤسسة (Citibank) الأمريكية في نيويورك باختبار بعض الأنظمة التي تعتمد على قزحية العين لاستخدامها في جهاز الصراف الآلي للنقود، حيث يتم تثبيت كاميرا رقمية تقوم بمطابقة الخواص الحيوية التي تم التقاطها مع تلك المخزنة في النظام للتأكد من شخصية العميل (إبراهيم خ.، 2009، صفحة 236).

الأصابع أو نبذة الصوت، ولا يسمح بالدخول في حالة وجود أي اختلاف، وتعد هذه الطريقة من أهم الطرق التي تضمن الأمان للحاسبات، حيث يتم من خلالها حماية الحاسوب من الدخول غير المصرح به للغير أو لأي شخص عادي (الجنبيهي والجنبيهي، 2006، صفحة 76).

يتم استخدام أجهزة خاصة في المصارف التي تتعامل عبر الإنترنت لإجراء عملية التوثيق والتأكد من هوية الطرف الآخر، ويمكن أن تتضمن هذه الأجهزة فحص شبكة العين أو الإبهام أو الأصابع، أو أجهزة فحص الصوت. كما يمكن استخدام التقنيات الحيوية مع طرف ثالث للتحقق من هوية المستخدم، مما يعزز استخدام هذه التقنية في المصارف، وتتخصص بعض الشركات أو الجهات في تسهيل استخدام هذه التقنيات في المصارف، مما يسمح للمصارف بالاستفادة من فوائد هذه التقنيات الحديثة دون عناء استخدامها (الحموري، 2010، صفحة 83).

ويُعتبر استخدام التقنيات الحيوية في المصارف أكثر أماناً وموثوقية من طرق التحقق التقليدية، مثل: الرموز السرية والكلمات الأساسية، حيث يصعب تزيف معلومات الهوية الحيوية الفريدة لكل فرد، كما أن استخدام التقنيات الحيوية يساعد على تسهيل العملية وتقليل الوقت والتكلفة المتعلقة بعمليات التوثيق والتحقق، مما يجعلها خياراً مفضلاً للمصارف والعملاء على حد سواء.

ب- التوقيع الإلكتروني باستخدام البطاقة الممغنطة والرقم السري

يُعد الحفاظ على أمان المعلومات والحسابات المصرفية والشخصية أمراً حيوياً في عالمنا الرقمي الحديث، ولهذا تم ابتكار العديد من الأساليب والتقنيات للتأكد من أن الأشخاص الذي يستخدمون هذه المعلومات هم المخولون بذلك، ومن بين هذه الطرق التي انتشرت بشكل واسع توقيع البطاقات الممغنطة بواسطة رمز سري، والذي يعود استخدامها إلى الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، حيث تم استخدام هذه البطاقات في البداية في الصرافات الآلية للسحب النقدي، ومن ثم تم تطويرها لتستخدم في الدفع الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني.

تعتمد هذه التقنية من التوقيع على استخدام "البطاقات الممغنطة" في المعاملات المصرفية، حيث يتم استخدام أجهزة الصراف الآلي المتصلة بمركز المعلومات لإجراء هذه العمليات، وتتضمن العملية إدخال بيانات البطاقة في جهاز الصراف الآلي، حيث يتعرف هذا الأخير على البطاقة وعلى هوية صاحبها، ويطلب منه إدخال رقم السر الخاص به، وبعد التحقق من صحة استخدام البطاقة، يُمكن للزبون إجراء العملية المالية مثل السحب النقدي وذلك وفقاً للاتفاق مع البنك، سواء في الحدود المسموح بها أو بأي مبلغ متاح (فهبي، 2007، صفحة 239).

ويُعتبر هذا النوع من التوقيع الإلكتروني آمناً وسريعاً، حيث يُمكن للمستخدمين تسجيل توقيعاتهم بسهولة دون الحاجة لاستخدام الأدوات التقليدية مثل القلم والورقة، كما يُمكن استخدامه في الدفع الإلكتروني بأمان وسرعة، ويُمكن استخدام البطاقات الممغنطة في التوقيع الإلكتروني في العديد من المجالات، مثل البنوك والمؤسسات المالية وشركات الائتمان والتجارة الإلكترونية والحكومية وغيرها (العبودي، 2010، صفحة 153).

ج- التوقيع الرقمي - SIGNATURE NUMERIQUE

يستخدم التوقيع الرقمي كوسيلة لإتمام العمليات القانونية باستخدام الوسائط الإلكترونية، وخاصة في المعاملات التي تُجرى عبر الإنترنت، ويتضمن التوقيع الرقمي مجموعة من البيانات أو المعلومات المتصلة بمنظومة بيانات أخرى أو

مكتوبة بصورة شفيرة، والتي تمكن المرسل من إثبات مصدرها والتأكد من سلامة مضمونها، وتأمينها ضد أي تحريف أو تعديل (ثروت، 2001، صفحة 61)، وعليه، يُمكن القول إنَّ التوقيع الرقمي ليس مجرد أرقام أو رموز أو صورة للتوقيع العادي، على العكس ما يعتقد الكثيرون، إنما هو بالأحرى مجموعة من البيانات المنظمة بصورة شيفرة، والتي يُمكن "للمرسل إليه" من خلالها التأكد من مصدرها ومضمونها (المومني، 2003، صفحة 51)، ويتم انشاء التوقيع الرقمي باستخدام تقنيات التشفير والتوقيع الرقمي، والتي تضمن سلامة المعلومات وحمايتها من التزوير والتلاعب، بالإضافة إلى ذلك، يتم اعتماد التوقيع الرقمي في العديد من الدول حول العالم، ويُعتبر آمناً وفعالاً في إنجاز المعاملات القانونية عن بعد.

ويُعرف التوقيع الرقمي على أنه: "بيان أو معلومة متصلة بمنظومة بيانات أخرى أو صياغة منظومة في صورة شفرة أو كود، يسمح للمرسل إليه بإثبات مصدرها والتأكد من سلامة مضمونها، ويتم تأمينها ضد أي تحريف أو تعديل".

كما يعرف أيضاً على أنه: "وحدة قصيرة من البيانات التي تحمل علاقة رياضية مع البيانات المتضمنة في محتوى الوثيقة (زريقات، 2007، صفحة 234)، كما يعرف على أنه: "طريقة اتصال مشفرة تعمل على توثيق المعاملات التي تتم عبر الإنترنت (حوالف، 2016، صفحة 507).

يتم الحصول على التوقيع الرقمي بطريقة التشفير، حيث يتم تحويل المستند الأصلي والتوقيع الخاص به إلى معادلة رياضية باستخدام مفاتيح سرية وعمليات حسابية معقدة مثل اللوغاريتمات، ويتم ذلك لتحويل المستند الإلكتروني إلى رسالة رقمية غير قابلة للقراءة والفهم من قبل أي شخص غير مخول بالوصول إلى المفتاح الخاص اللازم لفك التشفير، حيث يمتلك صاحب المفتاح الخاص الصلاحية لفك التشفير والحصول على المستند الأصلي بشكل صحيح (أحمد سليمان، إبرام العقد الإلكتروني وإثباته، 2008، الصفحات 266-267).

تقوم هذه الجهات بتسجيل التوقيعات والشيفرات، وتستخدم مقاطع الشيفرة للتحقق من صحة التوقيعات الإلكترونية ومطابقتها مع كلمات الشيفرة في قاعدة البيانات، وبذلك تتأكد هذه الجهة من سلامة التوقيعات الإلكترونية وتسمح لجميع الأطراف بالتحقق من صحة التوقيعات الأخرى.

ويحتاج التشفير الإلكتروني إلى مفتاحين أحدهما يستعمل في تشفير الرسالة من قبل صاحبها ويسمى المفتاح الخاص ويكون سرياً لا يعلمه إلا صاحبه، أما الآخر فيستعمل في فك التشفير والتأكد من صحة التوقيع ويكون معلوماً للجميع ويسمى المفتاح العام، ويحتاج إلى الغير من أجل فك تشفير الرسالة الأصلية وهي الرسالة المستقبلية، ولتشفير الرسالة المرسل (فهي، 2007، صفحة 62).

● المفتاح الخاص بعملية التشفير: يُعرف بالأداة الإلكترونية الخاصة بصاحبها وتعرف أيضاً باسم "الشهادة الرقمية"، حيث تنشأ هذه الشهادة بواسطة عملية حسابية خاصة، وتستخدم لوضع التوقيع الإلكتروني على المستندات الإلكترونية، ويتم حفظ هذه الشهادة عادةً على بطاقة ذكية مؤمنة، حيث تستخدم هذه البطاقة كوسيط الإلكتروني مؤمن لعملية إنشاء وتثبيت التوقيع الإلكتروني، في حين تحتوي الشهادة على شريحة إلكترونية تضم معالج إلكتروني وعناصر تخزين وبرمجيات للتشفير، ويُمكن للمتعاقدين وضع المفتاح الشفري الخاص بهم على العقد وإرساله

للطرف الآخر، وتتضمن هذه الشهادة عدم إمكانية التعديل أو التغيير في البيانات الموجودة عليها، مما يؤدي إلى تحقيق أعلى درجات الثقة والأمان للمستند الموقع عليها.

- المفتاح العام لعملية فك التشفير: يشير هذا المصطلح إلى أداة إلكترونية متاحة للجميع، وتنشأ بواسطة عملية حسابية خاصة، وتستخدم هذه الأداة للتحقق من سلامة المحتوى الأصلي لموقع على المحرر الإلكتروني، وتأكيد شخصيته على الشبكة.

وقد جاء في نص المادة الثانية من القانون 04-15 المشار إليه سابقاً وبالتحديد في الفقرة الثامنة، أن مفتاح التشفير الخاص هو "عبارة عن سلسلة من الأعداد يحوزها حصرياً الموقع فقط وتستخدم لإنشاء التوقيع الإلكتروني، ويرتبط هذا المفتاح بمفتاح تشفير عمومي، في حين أضافت الفقرة التاسعة من نفس المادة السابقة، على أن مفتاح التشفير العمومي هو "عبارة عن سلسلة من الأعداد تكون موضوعة في متناول الجمهور بهدف تمكينهم من التحقق من الامضاء الإلكتروني وتظهر في شهادة التصديق الإلكتروني" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015).

وتختلف خصائص وتقنيات التوقيع الرقمي حسب نوع التشفير المستخدم، وهناك ثلاثة أنواع رئيسية من التشفير، التشفير المتماثل - المفتاح الخاص - والتشفير اللامتماثل - المفتاح العام - والتشفير المختلط الذي يجمع بين الطريقتين السابقتين (سراح، 2018، صفحة 740).

- التشفير المتماثل - Symétrique: وهو التشفير الذي يستخدم صاحب الرسالة المفتاح الخاص ذاته لإنشاء التوقيع ولفكه بعد الاتفاق المسبق مع المرسل إليه على كلمة السر بينهما، وغالباً ما يعتمد فيه على شفرة القيصر (Chiffre de César)، والتي تقوم على أساس استبدال النص بأحرف تقابله وهذا بإتباع عدة مراحل للوصول إلى النص المشفر، ولا بد أن تكون اللغة والخوارزمية* المعتمدة معروفة وهذا لسهولة فك التشفير، ويكون تشفير الرسالة هو في حد ذاته كلمة السر الناتجة عن تحويل حروف أو أرقام أو رموز إلى عدد ثنائي وإضافة رموز أخرى لها.

ولتوضيح طريقة بناء التشفير المتماثل نقدم المثال التالي:

إذا أراد شخص إرسال رسالة نصية لشخص آخر، يجب عليه إرفاق المفتاح وجدول الرموز، وتحديد الحد الأقصى لعدد الرموز المستخدمة (Module)، وفي حال استخدم الحروف العربية المكونة من (28) حرف، يجب استخدام (28) (Module) للحفاظ على عدم تجاوز الحد الأقصى للأحرف المستخدمة، وتجنب الحصول على قيم لا يوجد لها مقابل حرفي.

* الخوارزمية (Algorithm): هي عبارة عن مجموعة من الخطوات الرياضية والمنطقية والمتسلسلة اللازمة لحل مشكلة ما، وسميت الخوارزمية بهذا الاسم نسبة إلى العالم المسلم أبو موسى الخوارزمي الذي ابتكرها في القرن التاسع الميلادي، وكلمة خوارزم (algorithm) في الأصل كانت مقتصرة على القوانين الرياضية التي تستخدم الأرقام العربية وطورت في اللاتينية من الخوارزمي (al-Khawarizmi) لتصبح (Algorithm) في القرن الثامن عشر الميلادي لتشمل جميع إجراءات حل المشكلات وتنفيذ المهمات، لذلك ظهرت خوارزمية التشفير، التي هي عبارة عن معادلات رياضية معقدة جداً تعمل على تشفير الرسالة من خلال تحويلها من شكلها الأصلي إلى ملخص، على أن يتم تحويلها مرة أخرى عند حل شيفرة الرسالة (حوالف، 2016، صفحة 558).

الفصل الأول _____ الإطار النظري والمفاهيمي لنظام الدفء الإلكتروني

ولتشفير النص الأصلي وفق "خوارزمية القيصّر"، يقوم المرسل بكتابة الرسالة وإتباع الخطوات التالية باستعمال (Module -28)، من أجل الحصول على حاصل القسمة، الذي يطرح مجموع النص الأصلي مع كلمة السر حتى لا تتجاوز النص المشفر قيمة (ي) في الرموز الذي يقابله العدد 28، وعليه فالمعادلة وفق هذي الخوارزمية تكون كالتالي:

$$\text{تشفير النص } Cr(T) = (\text{النص } T + \text{مفتاح } C) \text{ module } 28$$

$$Cr(T) \text{ Cryptage d'un texte} = (T \text{ texte} + C \text{ clé}) \text{ module } 28$$

نص الرسالة: "نلتقي صباحاً".

المفتاح: 10

$$\text{تشفير النص } Cr(T) = (\text{النص } T + \text{مفتاح } C) \text{ module } 28$$

الجدول رقم (01-01): الحد الأقصى للرمز المستخدمة (Module)

15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
ض	ص	ش	س	ز	ر	ذ	د	خ	ح	ج	ث	ت	ب	أ
28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14
ي	و	هـ	ن	م	ل	ك	ق	ف	غ	ع	ظ	ط	ص	ض

المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (سراج، 2018، صفحة 741)

الجدول رقم (02-01): تشفير النص الأصلي وفق خوارزمية القيصّر

النص (T)	ن(25)	ل(23)	ت(3)	ق(21)	ي(28)	ص(14)	ب(2)	أ(1)	ح(6)	أ(1)	النص الأصلي بعد تحويل الى رموز
النص T + مفتاح (C)	35	33	13	31	38	24	12	11	16	11	نضيف الرمز المقابل للنص الأصلي إلى المفتاح 10
MODULE 28	7	5	13	3	10	24	12	11	16	11	نقوم بطرح 28 من كل عدد يتجاوزه، أما الأعداد الصغر من 28 فتبقى كما هي.
تشفير النص Cr (T)	خ	ج	ش	ت	ر	م	س	ز	ط	ز	نقوم بتحويل الرمز إلى الرقم المقابل لها في الجدول

المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (سراج، 2018، صفحة 741).

بعد التشفير سيستقبل المرسل إليه النص المشفر التالي: "خ ج ش ت ر م س ز ط ز". ليقوم هو بفك التشفير بتطبيق الخوارزمية العكسية على النحو التالي:

$$\text{فك التشفير } Dc(C) = (\text{النص المشفر } Cr + 28) \text{ module } 28 = \text{النص الأصلي } T$$

$$Dc(C) = (28 + Cr - C) \text{ module } 28 = T \text{ Décrypter d'un texte}$$

فك التشفير $Dc(C) = (28 + \text{النص المشفر } Cr - \text{المفتاح } C) \text{ module } 28$ النص الأصلي T

$D\text{ecrypter d'un texte } Dc(C) = (28 + Cr - C) \text{ module } 28 = T$

الجدول رقم (03-01): فك تشفير النص الأصلي وفق خوارزمية القيصّر

النص المشفر Cr	خ(7)	ج(5)	ش(13)	ت(3)	ر(10)	م(24)	س(12)	ز(11)	ط(16)	ز(11)	النص المشفر بعد تحويله إلى رموز
+ 28 النص المشفر Cr	35	33	41	31	38	52	40	39	44	39	نضيف الرمز المقابل للنص المشفر إلى المفتاح وهو 10
+ 28) النص المشفر - (Cr المفتاح C	25	23	31	21	28	42	30	29	34	29	نطرح المفتاح من القيمة المحصلة عليها من إضافة الرمز المقابل للنص المشفر إلى المفتاح
28 module	25	23	3	21	28	14	2	1	6	1	نقوم بطرح 28 من كل عدد يتجاوز 28، أما الأعداد الأصغر من 28 فتبقى كما هي
النص الأصلي	ن	ل	ت	ق	ي	ص	ب	أ	ح	أ	نقوم بتحويل الرمز إلى الرقم المقابل لها في الجدول

المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (سراح، 2018، صفحة 742).

وبعد عملية فك التشفير سيتحصل المرسل إليه على النص التالي: "ن ل ت ق ي ص ب أ ح أ" = نلتقي صباحاً، وهو النص الأصلي الذي جاء في الرسالة.

ومع ذلك يمثل هذا النوع من التشفير خطراً على المعاملات القانونية، خاصة فيما يتعلق بتبادل المفتاح السري الخاص، وهذا ما دفع إلى تراجع استخدامه وظهور شكل آخر للتشفير يعرف بالتشفير اللامتماثل.

- **التشفير اللامتماثل (Asymétrique):** ويستعمل في هذا النوع من التشفير مفتاحين، مفتاح عام ومفتاح الخاص الذي يملكه شخص واحد يستخدم لتشفير الرسالة وفك شيفرتها، أما المفتاح العام الذي يفك شيفرة الرسالة التي شفرها المتاح الخاص، حيث يُمكن أن يستخدم في تشفير رسائل مالك المفتاح الخاص لكن لا يُمكن للمفتاح العام أن يفك شيفرة رسالة مشفرة بالمفتاح العام، ويستند التشفير اللامتماثل على إرسال الرسالة المشفرة بالمفتاح الخاص إلى المرسل إليه مرفقة بالمفتاح العام، من خلال هذا الأخير يتم التحقق من هوية الموقع وتشفير الرسالة المرسل، وهذا باستخدام برامج حاسوبية متخصصة.

ويُعتبر التشفير اللامتناهات من أكثر التقنيات أماناً في عالم الحماية السيبرانية*، لأنه يوفر مستوى عالياً من الحماية للمعلومات المرسل، ويحول دون اختراق الرسائل من قبل الهاكرز أو المخترقين، وتستخدم هذه التقنية بشكل واسع في العديد من التطبيقات، مثل البريد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والتواصل الآمن عبر الإنترنت وغيرها (ممدوح، 2005، صفحة 18).

وتجيب الإشارة أن "المرسل إليه" إذا أراد أن يرد على الرسالة عليه أن يكتب النص ويشفره باستخدام المفتاح العام "للمرسل" والذي لا يمكن لحاملي هذا المفتاح فك تشفيرها إلا بالمفتاح الخاص.

• التشفير المختلط بين التشفير المتماثل والتشفير اللامتناهات: يُمكن للمرسل والمرسل إليه أن يستخدم كلا النظامين في التشفير وهذا بتشفير الرسالة المرسله بمفتاح متماثل (المفتاح السري)، ثم بعدها يتم تشفير المفتاح المتماثل بالمفتاح العام للمرسل إليه الرسالة ويرسل المفتاح المشفر والرسالة المشفرة إلى المرسل إليه الذي يقوم بفك شفرة المفتاح بمفتاحه الخاص ليتحصل على المفتاح السري الذي شفرته به الرسالة الأصلية، وتعتبر هذه الطريقة أكثر أماناً نظراً لدورها الفعال في تحقيق سرية الرسالة وإمكانية التحقق من صاحبها، نظراً لأن فك الرسالة يحتاج للمفتاح الخاص للمرسل إليه حتى بعد فك تشفيرها بالمفتاح العام للمرسل.

وتشفير الرسالة بهذا النوع من التشفير يتم عبر عدة مراحل (النيدي، 2009، الصفحات 20-21):

- كتابة النص الأصلي وتشفيره بالمفتاح العام للمرسل إليه، حتى لا يتمكن لأي شخص آخر فك تشفيرها من غيره؛
- تشفير ذات الرسالة مرة أخرى باستخدام المفتاح الخاص للمرسل وهذا بغرض التأكد من مرسلها وقابلية فكها باستخدام المفتاح العام للمرسل؛
- إرسال الرسالة إلى المرسل إليه عبر الوسائل الإلكترونية؛
- وصول الرسالة إلى المرسل إليه المشفرة بالمفتاح المتماثل والمفتاح المشفر بالمفتاح العام للمرسل إليه؛
- يقوم المرسل إليه بفك تشفير باستخدام المفتاح العام للمرسل فيحصل على رسالة مشفرة بمفتاحه العام فيقوم بفكها باستخدام المفتاح السري الخاص به الذي يكون معلوماً لديه.

3- قانون اليونسترال النموذجي المتعلق بالشروط اللازم توافرها في التوقيع الإلكتروني

يتطرق قانون اليونسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية الذي صدر عام 1966 إلى الشروط اللازمة للتوقيع الإلكتروني، والتي تشمل استخدام إحدى الأساليب لتحديد هوية الشخص الذي يقوم بالتوقيع وتعبيره عن موافقته على المعاملة المراد توقيعها، ويتعين أن تكون هذه الأساليب ذات مصداقية عالية (الاونسترال، 1996).

كما نص قانون اليونسترال النموذجي للتوقيع الإلكتروني الصادر في عام 2001، على أنه في حالة تطلب القانون وجود توقيع من شخص ما، فإن استخدام توقيع إلكتروني موثوق به يُعتبر مستوفياً للبيانات المرسله بالقدر المناسب للظرف

* الأمن السيبراني: مجموعة من الأدوات والسياسات ومفاهيم الأمن والآليات الأمنية والمبادئ التوجيهية وطرق تسيير المخاطر والأعمال والتكوين والممارسات الجيدة والضمانات والتكنولوجيات التي يُمكن استخدامها في حماية الاتصالات الإلكترونية ضد أي حدث من شأنه المساس بتوفر وسلامة البيانات المخزنة أو المعالجة أو المرسله (ممدوح، 2005، صفحة 19).

الذي تم إنشاء الرسالة أو بلغت من أجلها البيانات، وذلك في ضوء جميع الظروف المحيطة بالعملية بما في ذلك أي اتفاق ذو صلة (الأونسترال، المتعلقة بالتوقيعات الالكترونية، 2001).

ويعتبر التوقيع الإلكتروني موثقاً وفقاً لقانون "اليونسترال النموذجي للتوقيع الإلكتروني" في الحالات التالية:

- إذا كانت بيانات إنشاء التوقيع مرتبطة في السياق الذي تستخدم فيه بالموقع دون تدخل أي شخص آخر.
- إذا كانت بيانات إنشاء التوقيع خاضعة لسيطرة الموقع دون تدخل أي شخص آخر.
- إذا كان أي تغيير في التوقيع الإلكتروني يتم اكتشافه في حال حدوثه بعد التوقيع.
- إذا كان الهدف من استخدام التوقيع الإلكتروني وفقاً للقانون هو تأكيد سلامة المعلومات التي تتعلق بها التوقيع، وإذا تم التغير في تلط المعلومات بعد وقت التوقيع يكون قابلاً للاكتشاف.

ويتضح من النص أن المشرع قد وضع قرينة لصالح الأشخاص الذين يستندون على التوقيع الإلكتروني، حيث يمكن أن يُعتبر التوقيع الإلكتروني صحيحاً وقابلاً للإثبات في حالات معينة، والتي ليست محددة بشكل كامل، وعلى الرغم من ذلك فإن لمن يثق بالتوقيع الإلكتروني في حالات غير مذكورة، الحق في إثبات صحته بأي وسيلة ممكنة، ومن جانب آخر يحق لأصحاب المصلحة إثبات عدم قابلية التوقيع الإلكتروني للإثبات، حتى إذا تم استيفاء جميع المعايير المذكورة في النص. وعليه، فإن قرينة قابلية التوقيع الإلكتروني للإثبات تُعتبر بمثابة قرينة بسيطة على صحة التوقيع، ويمكن نقضها بالدليل العكسي، وبموجب المادة (3/6) من القانون، يُمكن لأي شخص تقديم دليل على قابلية التوقيع الإلكتروني للإثبات أو عدم قابليته، بأي وسيلة ممكنة.

4- إقرارات المشرع الجزائي المتعلقة بالشروط اللازم توافرها في التوقيع الإلكتروني

تم تعديل المادة (327) من القانون المدني بموجب القانون رقم 10/05 لتسمح لاعتماد التوقيع الإلكتروني، وذلك وفقاً لشروط محددة في المادة (327) المعدلة، حيث تنص المادة (327) المكررة على أن التوقيع الإلكتروني يُعتبر مثل التوقيع التقليدي، بشرط التأكد من هوية الموقع وأن يتم حفظه بشكل آمن. ويوضح المرسوم التنفيذي 162/07 المؤرخ في 30 ماي 2007 (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 162/07 المعدد والمتمم للمرسوم 123/01، 2007)، أنه يقصد بالتوقيع الإلكتروني المؤمن "التوقيع الإلكتروني الذي يفى بالمتطلبات الآتية:

- يكون خاصاً بالموقع؛
 - يتم إنشاؤه بوسائل يُمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية؛
 - يضمن مع الفعل المرتبط به صلة بحيث يكون كل تعديل لاحق للفعل قابلاً للكشف عنه".
- ويوضح ذات المرسوم أن هناك نوعين من التوقيع الإلكتروني، التوقيع البسيط والمتقدم أو الأمن، وتتطابق شروط التوقيع الإلكتروني المؤمن مع التوقيع الأمن أو المتقدم الذي جاء به المشرع الفرنسي والتوجيه الأوروبي رقم 93/99 (التوجه الأوروبي رقم 93-1999)، باستثناء شرط واحد يتعلق بكشف هوية صاحب التوقيع، وبهذا يواكب المشرع الجزائري التطورات الحديثة في مجال التوقيع الإلكتروني ويتخذ موقفاً مختلفاً عن التشريعات الأخرى، مما يجعل التوقيع الإلكتروني موثقاً وقابلاً للاعتماد كوسيلة للإثبات.

كما تطرق المشرع الجزائري مرة أخرى في القانون 04-15 المحدد للقواعد المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين – سالف الذكر-، إلى الشروط اللازمة لتوافر التوقيع الإلكتروني المصطلح عليه بـ "التوقيع الموصوف"، والذي يستند إلى المادة السابعة (7) من القانون المذكور، والذي يجب أن تتوفر فيه بعض الشروط والتي تتمثل فيما يلي:

- أن ينشأ هذا التوقيع على أساس شهادة تصديق إلكتروني موصوف.
- أن يرتبط التوقيع بالموقع دون سواء؛
- أن يمكن من تحديد هوية الموقع؛
- أن يكون مصمما بواسطة آلية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع الإلكتروني؛
- أن يكون منشأ بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع؛
- أن يكون مرتبطا بالبيانات الخاصة به بحيث يمكن الكشف عن التغييرات اللاحقة بهذه البيانات.

كما وضع المشرع الجزائري آليات محددة لإنشاء والتحقق من التوقيع الإلكتروني الموصوف، حيث أوضح المشرع في القانون 04-15 – سالف الذكر- والمتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، حيث يشترط أن تكون الآلية الأولى المتعلقة بالإنشاء مؤمنة، وأن الآلية المتعلقة بالتوقيع يجب أن تكون موثوقة، وأقر المشرع الجزائري أن تتوافر في كل آلية مجموعة من المتطلبات للاعتماد بها قانوناً، والتي حددتها المادتين (11) و(13) من القانون 04-15.

ومن أجل تعزيز مصداقية التوقيع الإلكتروني واعتماده كوسيلة حديثة للإثبات، فإنّ المشرع الجزائري اهتم بالموثوقية والسرية التي يجب أن يتصف بها التوقيع الإلكتروني، وأكد المشرع على ضرورة أن تتضمن الآلية المؤمنة لإنشاء التوقيع الإلكتروني سرية البيانات المستخدمة، وحمايتها بصفة موثوقة من قبل الموقع الشرعي نفسه وعدم تعرضها للتعديل، وذلك باستخدام جميع الوسائل التقنية المتوفرة، وأضاف المشرع الجزائري أن التوقيع الإلكتروني يجب أن يكون محمياً بالوسائل التقنية المتوفرة من أية عملية تزوير يمكن أن يتعرض لها.

وقد قام المشرع الجزائري بتكليف الهيئة الوطنية المسؤولة عن اعتماد آليات إنشاء التوقيع الإلكتروني الموصوف والتحقق منه بمهمة التأكد من مطابقة الآلية المؤمنة لإنشاء التوقيع الإلكتروني والآلية الموثوقة للتحقق منه، وذلك لتلبية المتطلبات المحددة في المادتين (11) و(13) من القانون 04-15 الخاص بالتوقيع الإلكتروني.

5- حُجِيَّة التَّوْقِيع الإلكتروني في الإثبات بالدّفع الإلكتروني

يؤدي التوقيع الإلكتروني نفس الوظائف التي يؤديها التوقيع التقليدي، ورغم ذلك يبدو أنه غير قادر على تحقيق بعض وظائف التوقيع التقليدي، وذلك لأنه منفصل عن شخصية صاحبه، وقد لا يوفر نفس مستوى الضمانات التي يوفرها التوقيع التقليدي (الجنبيبي والجنبيبي، 2006، صفحة 85)، ومع ذلك يمكن القول بتفوق التوقيع الإلكتروني على التوقيع التقليدي، لأن التحقق من شخصية صاحب التوقيع يتم بشكل روتيني، في كل مرة يتم فيها استخدام الرقم السري أو المفتاح الخاص، وبالتالي، لا يوجد حاجة للانتظار حتى ينشأ نزاع للتحقق من صحة التوقيع، كما يحدث في معظم الأحوال المتعلقة بالمحركات الموقعة بخط اليد (جميعي، 2000، صفحة 18).

وقد اعترفَ التوجه الأوروبي رقم 1999/93 الصادر في 13 ديسمبر 1999 (التوجه الأوروبي رقم 1999-93، 1999)، إلى تشجيع استخدام التوقيع الإلكتروني في التعاملات الإلكترونية، وتم تبني هذا القرار في إطار السعي إلى تعزيز الاستخدام الأمن والفعال للتكنولوجيا الرقمية في الاتحاد الأوروبي.

ونظراً لأهمية التوقيع الإلكتروني الذي يمتلك أهمية كبيرة في تأكيد صحة المعلومات خاصة في مجال العقود الإلكترونية، فإننا نجد أن تشريعات الدول المختلفة قد اعترفت بصحة التوقيع الإلكتروني ومنحته قيمة قانونية في الإثبات، ومن بين هذه التشريعات، يُمكن الإشارة لبعضها على سبيل المثال لا الحصر، القانون الألماني المؤرخ في نوفمبر 1997، القانون الإيطالي المؤرخ في مارس 1997، القانون الإنجليزي لعام 2000، القانون الفيدرالي الموحد للولايات المتحدة الأمريكية الصادر في 30 جوان 2000، والقانون الفرنسي 2000-23 المتعلق بالتوقيع الإلكتروني، بالإضافة إلى تشريعات عربية مختلفة التي نظمت التعامل الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني كالقانون الجزائري، والاماراتي، والتونسي، والأردني.

فنجد أن المشرع الفرنسي منح التوقيع الإلكتروني الحجية اللازمة في الإثبات، وذلك للمحركات الإلكترونية كمحركات عادية معدة للإثبات، كما يلاحظ أن القانون الفرنسي اعترف بقدرة التوقيع الإلكتروني على تحديد شخص الموقع وصحة إرادته (بن سعيد، 2012، صفحة 167).

وفيما يتعلق بالمشرع الجزائري، فإنه بعد اعتماد القانون المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين – سالف الذكر- رقم 04-15، أقر صراحة بمنح التوقيع الإلكتروني الحجية القانونية في الإثبات وفقاً للترتيبات التي قررها القانون المذكور، وجاء في المادة الثامنة (8) من القانون 04-15 ما يلي: "يُعتبر التوقيع الإلكتروني الموصوف وحده ممثلاً للتوقيع المكتوب سواء كان لشخص طبيعي أو معنوي".

ومن خلال ما جاء في نص المادة الثامنة (8) من القانون 04-15، يُمكن القول إن المشرع الجزائري يؤكد على أن مفهوم التوقيع الإلكتروني يحظى بنفس القيمة القانونية للتوقيع المكتوب – التقليدي-، ويشير أيضاً إلى أن هذا الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني الموصوف وحده كتوقيع مماثل للتوقيع المكتوب، وينطبق على كل من الأفراد والشركات والمؤسسات والمنظمات، ومن هذا المنطلق يُعد التوقيع الإلكتروني الموصوف وسيلة قانونية معترف بها للتأكد من الهوية الحقيقية للشخص الذي قام بإجراء المعاملة الإلكترونية، وبالتالي يُعتبر ذلك إجراءً قانونياً مشروعاً يتوافق مع المعايير القانونية المتعارف عليها في الكثير من البلدان حول العالم على غرار الجزائر.

ومع ذلك فإنه قد أكدت المادة التاسعة (9) من القانون 04-15 على فعالية التوقيع الإلكتروني باعتباره كدليل إثبات أمام القضاء وهذا بنصها: "بغض النظر عن أحكام المادة الثامنة (8) أعلاه، لا يُمكن تجريد التوقيع الإلكتروني من فعاليته القانونية أو رفضه كدليل أمام القضاء بسبب:

- شكله الإلكتروني، أو؛
- أنه لا يعتمد على شهادة تصديق الكتروني موصوفة، أو؛
- أنه لم يتم إنشاؤه بواسطة آلية مؤمنة لإنشاء التوقيع الإلكتروني".

كما يُعتبر التوقيع الإلكتروني معتمداً قانونياً في العديد من الدول الأخرى، مثل الولايات المتحدة الأمريكية وكندا واليابان وأستراليا والصين وكوريا الجنوبية، ويتم التعرف على التوقيع الإلكتروني بشكل رسمي كوسيلة قانونية للإثبات، ويمكن استخدامه في الدفع الإلكتروني بشكل آمن وموثوق به.

ثانياً: التصديق الإلكتروني

يُعتبر التوقيع الإلكتروني من الوسائل الحديثة التي تستخدم في إثبات التصرفات، والتي اعتمدتها العديد من الدول كوسيلة لتحقيق الأمان القانوني، ولكن لتكون هذه الطريقة فعالة، يجب مراعاة المواصفات التي تضمن تحديد هوية الموقع والتأكد من صحة توقيعه، بالإضافة إلى توفير وسائل للكشف عن أي تلاعب أو تعديل به، وهذه المهمة تتولاها جهات مختصة بإصدار شهادات التصديق الإلكتروني، والتي تعمل بترخيص وتحت إشراف السلطة التنفيذية، وتقدم شهادات إلكترونية تؤكد صحة وصفة الموقع وتوقيعه، وتنسب الرسائل الإلكترونية أو العقود إلى أصحابها.

وبما أن التوقيع الإلكتروني يحمل حجية قانونية مثل التوقيع التقليدي - الورقي -، فقد تم اتخاذ إجراءات لحياتته من القرصنة والتزوير، وهذا ما يجعل نظام التصديق الإلكتروني ذا أهمية كبيرة في توفير الأمان الإلكتروني بين المتعاملين، في حين تتمثل مهمة الجهات المختصة بإصدار شهادات التصديق الإلكتروني في التأكد من توفير المواصفات والمقتضيات التي تضمن تحديد هوية الموقع وتزويده بالوسائل المناسبة للحفاظ على توقيعه ومنع التلاعب به، وتقوم هذه الجهات بتقديم شهادات إلكترونية تؤكد هوية الموقع وصحة توقيعه، وهي تعتبر أداة مهمة في تأمين المعاملات الإلكترونية وحماية المعلومات الحساسة.

سنبحث من خلال هذه الجزئية في دراستنا والمتعلقة بالتصديق الإلكتروني، ووفق ثلاثة نقاط تتمحور حول تعريف التصديق الإلكتروني وجهة التصديق الإلكتروني، ثم نستعرض دور الجهات المختصة بإصدار شهادات التصديق الإلكتروني كحماية للتوقيع الإلكتروني، وفي الأخير سنبرز ما جاء به القانون 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين بخصوص سلطات التصديق الإلكتروني في الجزائر.

1- تعريف التصديق الإلكتروني

تتم التبادلات على شبكة الإنترنت من خلال شبكة مفتوحة لا تتضمن أي وجود مادي، فمن الصعب التعرف على هوية الأشخاص الذين نتواصل معهم، ونتيجة لذلك يعرض العالم الافتراضي للعديد من المخاطر، مثل سرقة الهوية، واعتراض الآخرين على رسائلنا والتعبير عن عدم الرضا عن عمليات البيع أو الدفع أو التبادل، ومن أجل الحفاظ على الأمن والحماية، فإن وضع أجهزة أمنية مثل التصديق الإلكتروني أصبح ضرورياً بشكل ملح للغاية.

حيث يعرف التصديق الإلكتروني على أنه "آلية تهدف إلى بناء الثقة في نظام الشهادات الرقمية وتشجيع المعاملات الإلكترونية عن طريق إضفاء المصدقية عليها" (صدراتي، 2020، صفحة 598).

ويعرف أيضاً على أنه "وسيلة فنية آمنة للتحقق من بيانات الإنشاء ونسبة التوقيع إلى صاحبه، تقوم بها هيئات معينة، حيث تقوم بإصدار شهادات رقمية يطلق عليها مصطلح شهادات التصديق الموصوفة" (يسعد، 2019، صفحة 511).

عُرف التصديق الإلكتروني أيضاً على أنه: "عبارة عن سجل الكتروني صادر عن جهة توثيق معتمدة، تحتوي على معلومات عن الشخص الذي يحملها والجهة المصدرة لهذا السجل وتاريخ الصلاحية والمفتاح العام للشخص، بحيث تعد

هذه الشهادة بمثابة هوية يصدرها شخص محايد للتعريف بالشخص الذي يحملها وللمصادقية على توقيعه الإلكتروني وعلى المعاملات التي يجريها عبر الإنترنت" (يحياوي س..، 2022، صفحة 597).

كما أنَّ التصديق الإلكتروني هو عملية تتضمن أربعة (4) جوانب أمنية مهمة لتبادل المعلومات عبر الإنترنت: السرية، والتوثيق، والنزاهة، وعدم الإنكار، وتعمل هذه الجوانب على بناء مناخ ثقة عن طريق إصدار بنية ذات مفتاح عمومي (PKI)*، يساعد على تحديد أصحاب المفاتيح، عن طريق إصدار شهادات إلكترونية، وتعد هذه الشهادات ملفات رقمية توضح الصلة بين بيانات التوقيع والموقع، وتلعب بذلك دوراً مماثلاً لبطاقة الهوية (حوالف، 2016، الصفحات 562-563).

ويعني التصديق بشكل عام التوثيق والاعتماد على السندات الورقية، مجاله الطبيعي هو التصرفات القانونية بشكلها التقليدي، وفي حالة التصديق الإلكتروني، يتدخل طرف ثالث لتأمين التبادل الإلكتروني والمعطيات في المجال الإلكتروني لتحقيق السلامة والثقة في المعاملات الإلكترونية، ويشكل التصديق الإلكتروني آلية موثوقة لتأكيد صحة المعلومات الإلكترونية ولضمان أمّنها (صدراي، 2020، صفحة 598)، وبعد التصديق أو التوثيق الإلكتروني وسيلة فنية آمنة للتحقق من صحة التوقيع أو المحرر، حيث يتم نسبته إلى شخص معين أو جهة معينة أو طرف محايد يطلق عليه مقدم خدمات التصديق أو مورد خدمات التصديق أو جهة التوثيق.

2-التعريف بجهة التصديق الإلكتروني

تتطلب المعاملات الإلكترونية توفير ضمانات كفيلة بتحديد هوية المتعاملين، وتحديد حقيقة التعامل، والتأكد من صحة ونسبية الإرادة التي صدرت عنها، ويقوم مقدم التصديق، الذي يُعرف بأنه جهة أو منظمة عامة أو خاصة مستقلة ومحايدة، بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية عن طريق إصدار شهادات إلكترونية (قنديل، 2004، صفحة 75).

يتمثل دور جهات التوثيق أو التصديق الإلكتروني في تحديد هوية المتعاملين وتحديد أهليتهم القانونية للعقاد، بالإضافة إلى التأكد من مضمون هذا التعامل وسلامته وجديته وعدم وجود الغش والاحتيال (برهم، 2009، صفحة 251)، حيث يقوم الموثق الإلكتروني بالتدخل بناءً على طلب شخصين أو أكثر بهدف إنشاء وحفظ وإثبات الرسائل الإلكترونية (بن سعيد، 2012، صفحة 172).

وقد عرفت القواعد الأسترالية النموذجية بشأن التوقيعات الإلكترونية لعام 2001 جهة التصديق الإلكتروني بأنه "شخص يصدر الشهادات ويقدم خدمات أخرى ذات صلة بالتوقيعات الإلكترونية" (الأونيسترال، المتعلقة بالتوقيعات الإلكترونية، 2001).

*تعريف PKI: هي اختصار «Public Key Infrastructure» هيكل المفتاح العمومي وتعني اصطلاحاً مقاييس البنية التحتية للمعاملات التجارية الآمنة وهي عبارة عن مجموعة من البرامج وتقنيات التشفير والخدمات التي تمكن المؤسسات والشركات الكبرى من ضمان أمن اتصالاتها وتعاملاتها التجارية على الإنترنت مع الشركات الأخرى أو مع الأفراد (حوالف، 2016، صفحة 562).

كما ورد في التوجيه الأوروبي 1999/93 المؤرخ في 13 ديسمبر 1999 – سالف الذكر – تعريف لمقدم خدمة التصديق الإلكتروني على أنه: "كل شخص قانوني طبيعي أو معنوي يصدر شهادات توثيق التوقيع الإلكتروني أو يتولى خدمات أخرى مرتبطة بالتوقيع الإلكتروني" (التوجه الأوروبي رقم 1999-93، 1999).

وينص الفصل الثاني من القانون التونسي رقم 83 لعام 2000، على أنه: "يقصد بمزود خدمات المصادقة الإلكترونية كل شخص طبيعي أو معنوي يحدث ويسلم ويتصرف في شهادات المصادقة ويسدي خدمات أخرى ذات علاقة بالإمضاء الإلكتروني" (الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 2000).

وأضاف المشرع المصري وبخلاف باقي التشريعات، بأنه يجب أن يكون مقدم خدمة المصادقة الإلكترونية مرخصاً من الهيئات المختصة، في حين لم يقدم أي تعريف مباشر لمقدم خدمات المصادقة الإلكترونية، وهذا ما نصت عليه اللائحة التنفيذية للقانون التوقيع الإلكتروني في مادته (6/1) بأن جهات التصديق هي الجهات المرخص لها بإصدار شهادات التصديق الإلكتروني وتقديم خدمات تتعلق بالتوقيع الإلكتروني (فهيم، 2007، صفحة 138).

ووفقاً للمادة الثانية (2) من القانون 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين – سالف الذكر -، اعترف المشرع الجزائري بمؤدي خدمات التصديق على أنه: "شخص طبيعي أو معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق الكتروني موصوفة وقد يقدم خدمات أخرى في مجال التصديق الإلكتروني" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015).

كما نص عليه أيضاً بموجب المادة الثالثة (3) من المرسوم التنفيذي رقم 162-07 على أنه: "مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني هو كل شخص في مفهوم المادة (8/8) من القانون رقم 03-2000 المؤرخ في 5 أوت 2000، يسلم شهادات إلكترونية أو يقدم خدمات أخرى في مجال التوقيع الإلكتروني" (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 162/07 المعدد والمتمم للمرسوم 123/01، 2007).

وحسب نص الفقرة الثامنة (8) من المادة الثامنة (8) التي أحال إليها المشرع الجزائري، نجدها عرفت مؤدي الخدمات بأنه: "كل شخص معنوي أو طبيعي يقدم خدمات مستعملاً وسائل المواصلات السلكية واللاسلكية" (بهلولي، 2017، الصفحات 351-352).

وتُعتبر سلطات المصادقة المتدخلة بين أطراف العلاقات التجارية الإلكترونية من أهم وسائل حماية التوقيع الإلكتروني، على أساس أن ما تُصدره من شهادات تُعتبر بمثابة مفهوم آخر لنظام التوقيع الإلكتروني، يؤدي إلى اعتبار المحرر الموقع إلكترونياً وسيلة لإثبات هوية الموقع، وهذا ما يوفر الأمان والثقة بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية.

وقد خص المرسوم التنفيذي رقم 162-07 سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، سلطة إصدار الترخيص بمزاولة نشاط إصدار شهادات التصديق الإلكتروني، وفق طلب يقدمه كل شخص يرغب في ممارسة نشاط التصديق الإلكتروني، كما ورد فيها أن ترخيص مصالح التصديق الإلكتروني يكون مرفقاً بدفتر الشروط يحدد حقوق وواجبات مؤدي الخدمات والمستعمل (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 162/07 المعدد والمتمم للمرسوم

123/01، 2007)، دُونَ أن يبين الشروط الواجب توافرها في الشخص الذي يريد ممارسة هذا النشاط مركّزاً على ما تم تحديده في دفتر الشروط المذكور في نص المادة الثانية (2) من المرسوم التنفيذي رقم 07-162 (بـهـلـو، 2017، صفحة 353).

ومن خلال ما تقدم، يُمكن أن نقول، أن مختلف التشريعات الدولية والهيئات تهدف إلى تعزيز الثقة في استخدام التوقيعات الإلكترونية والتصديق الإلكتروني، مع تحديد معايير الأمان والجودة والمصادقية التي يجب توافرها في هذا المجال، ويتم تحديد المسؤوليات والواجبات والحقوق الخاصة بمؤدي خدمات التصديق الإلكتروني وفقاً لتلك التشريعات والهيئات، وعادةً ما تتضمن التشريعات الدولية توفير شهادات تصديق إلكترونية وتعريف الشخص الذي يحق له إصدار تلك الشهادات وتحديد الشروط اللازمة لذلك، كما تسعى التشريعات والهيئات المختلفة إلى توفير ضمانات للأطراف المستخدمة للتصديق الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني وتوفير وسائل تحقق وتحكم للمؤدين لتلك الخدمات والشهادات.

3- إلزامية إنشاء جهة توثيق إلكتروني

يفرض التوجيه الأوروبي رقم 93/1999 الذي صدر في 13 ديسمبر 1999 على الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي إجراء تراخيص لجهات خاصة لتنفيذ مهام اعتماد التوقيعات الإلكترونية، ويتم ذلك من خلال إصدار شهادات تثبت استيفاء التوقيع الإلكتروني للشروط اللازمة ليتم اعتماده كدليل في الإثبات.

ويأتي هذا التوجيه في إطار تعزيز استخدام التوقيعات الإلكترونية وتوفير بيئة آمنة وموثوقة لتبادل البيانات الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي، ويهدف أيضاً إلى توحيد القواعد والإجراءات المتعلقة بالتوقيعات الإلكترونية، وذلك بهدف تعزيز المنافسة العابرة للحدود وتسهيل الأعمال التجارية عبر الحدود في الاتحاد الأوروبي.

كما صاغ القانون التونسي رقم 83 لسنة 2000، المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، تنظيمًا دقيقاً لجهات التوثيق، وقد أنشأ هذا القانون بهدف الإشراف على هذه الجهات التي تقدم خدمات المصادقة الإلكترونية، جهة رقابية تسمى الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية، التي تهدف إلى ضمان الامتثال للمعايير والمتطلبات التقنية المتعلقة بتقديم خدمات المصادقة الإلكترونية، وكذلك توفير بيئة آمنة وموثوقة لتنفيذ العمليات الإلكترونية في تونس، وتساهم بشكل كبير في تعزيز الثقة بين الأطراف في المعاملات الإلكترونية وتحقيق الأمان المطلوب لهذه العمليات.

أما قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية الإماراتي، فنص على تكليف "مراقبة خدمات التصديق"، والذي يتم تعيينه من قبل رئيس سلطة منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة والإعلام، بمهمة إصدار الترخيص وإشراف على جهات المصادقة الإلكترونية.

كما أورد القانون المصري للتوقيع الإلكتروني، على أن الهيئة الوطنية للنفاذ الإلكتروني للمعاملات تكون المسؤولة عن وضع اللوائح الفنية والإدارية والمالية المتعلقة بممارسة أنشطة خدمات التوقيع الإلكتروني، بالإضافة إلى توفير الضمانات اللازمة وإصدار التراخيص اللازمة لتلك الأنشطة وغيرها من الأنشطة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، حيث تسعى هذه الهيئة إلى تحقيق توازن بين الحماية اللازمة للمستخدمين وتشجيع استخدام التوقيع الإلكتروني وتحقيق فوائده في تسهيل وتسريع المعاملات التجارية الإلكترونية.

وبخصوص ما جاء به المشرع الجزائري، فقد أعطى صلاحية إصدار الترخيص لسلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، بالإضافة إلى وضع اللوائح والأنظمة اللازمة لتنظيم هذه الجهات ومراقبتها، ويتم توفير دفتر الشروط الذي يحدد حقوق وواجبات مقدمي الخدمات والمستخدمين مع الترخيص، وتنظيم ومراقبة الخدمات الأخرى ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات.

والواضح من دراسة هذه القوانين والتشريعات العربية والأوروبية المتعلقة بالزامية تحديد وإنشاء جهة التوثيق الإلكتروني، أن جلها يتم من أجل تنظيم جميع هذه الأطر القانونية بشكل مفصل لتحقيق الأهداف المرجوة من التوقيع الإلكتروني وتوفير بيئة آمنة وموثوقة تصب في خدمة المستخدم.

4- سُلطة التَّصديق الإلكتروني طبقاً للقانون 04-15

تم تبني التصديق الإلكتروني من قبل المشرع الجزائري، وذلك بموجب المرسوم التعديلي 162-07 الذي يُعدل ويكمل المرسوم 123-01 الصادر في 09 ماي 2001، والذي ينظم نشاط التصديق الإلكتروني ويدرجه ضمن نظام الترخيص وفقاً للمادة (39) من القانون 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 والمتعلق بالقواعد العامة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (الملغى*)، ويتضمن إنشاء واستغلال خدمات التصديق الإلكتروني. وتنص المادة (03) من المرسوم التنفيذي 162-07 على أنه يخضع لترخيص من سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية إنشاء واستغلال خدمات التصديق الإلكتروني، كما سبق الإشارة إليه.

في عام 2015، تدخل المشرع الجزائري لإكمال تنظيم التوقيع والتصديق الإلكتروني من خلال إصدار القانون 04-15 المؤرخ في 01 فيفري 2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني ويؤسس جهات مختصة بالتصديق الإلكتروني، والتي يشير إليها المشرع في نص القانون 04-15 باسم "سلطات التصديق الإلكتروني".

بناءً على ما سبق ووفقاً للقانون 04-15، فإن سلطات التصديق الإلكتروني تتألف من ثلاثة سلطات، السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني، السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني، والسلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني.

أ- السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني

ينص المشرع الجزائري على إنشاء سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تابعة للوزير الأول، وتتمثل في السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني، وقد أطلق عليها في القانون المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين مصطلح "السلطة" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015، صفحة المادة 16)، حيث تتشكل هذه الأخيرة، من مجلس ومصالح تقنية وإدارية، ويضم مجلس السلطة خمسة أعضاء، من بينهم الرئيس الذي يتم تعيينه من قبل رئيس الجمهورية بناءً على كفاءتهم (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015، صفحة المادة 20)، ولا سيما في مجال العلوم

* تنص المادة (198) من القانون 04-15 المؤرخ في 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، على أنه: - تلغى جميع الأحكام التي تتعارض مع القانون، وخاصة أحكام القانون رقم 03-200 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1421 الموافق لـ 05 أوت 2000، الذي يحدد القواعد المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، المعدل والمتمّم، كما تلغى أحكام المادة (53) من الأمر 01-10 المؤرخ في 16 رمضان 1431 الموافق لـ 26 أوت 2010 والمتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2010.

الفصل الأول _____ الإطار النظري والمفاهيمي لنظام الدفع الإلكتروني

التقنية المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال والإعلام، وفي مجال قانون تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وفي اقتصاد تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

وتتولى السلطة في هذا الإطار عدة مهام (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015، صفحة المادة 2/18):

- تقوم السلطة بإعداد سياستها للتصديق الإلكتروني ومتابعة تطبيقها بعد الحصول على الرأي الإيجابي من الهيئة المكلفة بالموافقة.
- تقوم السلطة بالموافقة على سياسات التصديق الإلكتروني التي تصدر عن السلطتين الحكومية والاقتصادية.
- تقوم السلطة بإبرام اتفاقيات الاعتراف المتبادل على المستوى الدولي.
- تقدم السلطة مشاريع تمهيدية للنصوص التشريعية أو تنظيمية تتعلق بالتوقيع الإلكتروني أو التصديق الإلكتروني على الوزير الأول.
- تقوم السلطة بعمليات التدقيق على مستوى السلطتين الحكومية والاقتصادية للتصديق الإلكتروني بواسطة الهيئة الحكومية المكلفة بالتدقيق.

ب- السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني

هي سلطة تابعة لوزارة البريد وتكنولوجيا الاتصال، وتتمتع بالاستقلال المالي والشخصية المعنوية (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015، صفحة المادة 27)، حيث تكلف هذه السلطة بمتابعة ومراقبة نشاط التصديق الإلكتروني للأطراف الثالثة الموثوقة، وتتوفر خدمات التصديق الإلكتروني للمفائدة الحكومية.

- في حين تقوم السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني بالمهام التالية:
- إعداد سياستها للتصديق الإلكتروني وتقديمها للسلطة للموافقة عليها.
- الموافقة على سياسات التصديق الإلكتروني المنتهية صلاحيتها والبيانات المرتبطة بمنحها من قبل الطرف الثالث الموثوق، بغرض تسليمها للسلطات القضائية المختصة عند الاقتضاء.
- نشر شهادة التصديق الإلكتروني للمفتاح العمومي للسلطة.
- إرسال كل المعلومات المتعلقة بنشاط التصديق الإلكتروني إلى السلطة دورياً أو بناءً على الطلب منها.
- القيام بعمليات التدقيق على مستوى الطرف الثالث الموثوق عن طريق الهيئة الحكومية المكلفة بالتدقيق، ووفقاً لسياسة التصديق.

ج- السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني

تم إنشاء السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني من قبل الجهة المسؤولة عن تنظيم خدمات البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، وهي مسؤولة عن مراقبة ومتابعة مقدمي خدمات التوقيع والتصديق الإلكتروني للجمهور (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015، صفحة المادة 2/30)، كما تلزم هذه السلطة بإخطار النيابة العامة بأي فعل يتعلق بجريمة قد يتم اكتشافها أثناء تأدية مهامها. وتتولى السلطة في هذا الإطار المهام التالية (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، 2015، صفحة المادة 1/30):

- وضع سياستها للتصديق الإلكتروني، وعرضها على السلطة الوطنية للموافقة عليها، والاشتراك في تطبيقها؛
- إصدار تراخيص مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني بعد حصولها على موافقة السلطة الوطنية؛
- الموافقة على سياسات التصديق الصادرة عن مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، ومراقبة تطبيقها؛
- الاحتفاظ بشهادات التصديق الإلكتروني المنتهية صلاحيتها والبيانات المتعلقة بها، وتسليمها إلى السلطات القضائية المختصة عند الحاجة، وفقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها؛
- نشر شهادة التصديق الإلكتروني للمفتاح العمومي للسلطة؛
- اتخاذ التدابير اللازمة لضمان استمرارية الخدمات في حالة عدم قدرة مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني على تقديم خدماته؛
- إرسال كل المعلومات المتعلقة بنشاط التصديق الإلكتروني إلى السلطة بشكل دوري أو بناءً على طلبها؛
- التحقق من مطابقة طالبي التصديق للشروط المحددة في سياسة التصديق الإلكتروني، إما بنفسها أو عن طريق مكاتب تدقيق معتمدة؛
- المراقبة والإشراف على وجود منافسة فعلية ونزيهة بين مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، واتخاذ كل التدابير اللازمة لترقية أو استعادة المنافسة؛
- التحكيم في النزاعات القائمة بين مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني أو مع المستعملين، وفقاً للتشريع المعمول به.

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

تمهيد:

تُشكل وسائل الدفع أساس العملية التجارية، وقد تطورت هذه الوسائل في الآونة الأخيرة بطريقة تفوق الخيال، وتُحقق في ذات الوقت الانسيابية واليسر في التعامل، لكي يستمر التدفق السلعي والخدمي بين مقدمي ومستخدمي تلك السلع والخدمات (يوسف أ.، 2008، صفحة 23).

ولا يكاد يختلف أحد على أن هناك علاقة وثيقة بين أشكال التجارة المختلفة والتنوع في طريقة تسوية المعاملات الناتجة عنها، فكل شكل من أشكال التجارة يتطلب شكلاً معيناً من أشكال التسوية وأنظمة الدفع (BERNER, 1997, p. 24)، ومع ذلك فقد ظهرت في الآونة الأخيرة وسائل جديدة لتسديد الديون في المعاملات التجارية، والتي تشمل النقود المكتوبة أو الافتراضية (مطر، 2009، صفحة 76).

ومن أجل زيادة حجم نشاطاتها وجذب عدد أكبر من العملاء، استحدثت بعض المؤسسات العملاقة وسائل دفع حديثة تعتمد بدرجة كبيرة على التطور الحاصل في التكنولوجيا، وتخلت عن النقود الورقية والمعدنية بشكل شبه تام، لدرجة أن النقود أصبحت مجرد أشياء لا يمكن حتى لمسها، وهذا كله بسبب الثورة التكنولوجية العالمية، ولا سيما في مجال تكنولوجيا المالية، حيث أصبحت المنافسة شديدة للغاية في استخدام التكنولوجيا المصرفية الأفضل لتحسين مستوى الخدمات التي يتلقاها العملاء، وكل هذا يخدم هدف واحد وهو زيادة السرعة والدقة وتقليل التكاليف المرتبطة بتقديم الخدمات المصرفية (الزين، 2011، الصفحات 26-27).

وبما أن العمليات التجارية عبر الإنترنت أو التجارة الإلكترونية أصبحت شائعة في الوقت الحالي، فقد ظهرت الحاجة لوسائل دفع جديدة تناسب طبيعة هذه العمليات وتتماشى مع التطور التكنولوجي، وتشمل وسائل الدفع الإلكترونية بشكل عام، ووسائل الدفع التي تستخدم تقنيات حديثة للتعامل مع الأموال والمدفوعات عبر الإنترنت، التي تتميز بالسرعة والأمان والدقة، وتشمل بطاقات الائتمان والخصم، والتحويل الإلكتروني البنكي، والدفع الإلكتروني المحمول وغيرها.

ويمكن التفريق بين نوعين من وسائل الدفع الإلكتروني*، حيث أن بعضها كان موجوداً منذ زمن ولكن تغيرت طريقة معالجتها لتتلاءم مع التجارة الإلكترونية، مثل البطاقات الائتمانية والخصم، في حين أن بعض الوسائل الأخرى تُعتبر اختراعاً جديداً لتلبية الاحتياجات المتغيرة للتجارة الإلكترونية، مثل المحافظ الإلكترونية والعملات الرقمية وغيرها.

* يتعين بشدة التفريق بين "وسائل الدفع" و "أدوات الدفع"، وذلك لأن أهمية هذا التمييز لا تقتصر على تحديد مفهوم العمل المصرفي الذي يقتصر بشكل أساسي على البنوك المرخصة لممارسة الأعمال المصرفية، بل تتعلق هذه الأهمية بمجال الوفاء وإدارة وسائل الدفع، والتي تُعد جزءاً من الأعمال المصرفية البحتة التي يُمارسها البنك، وإذا تم اعتبار وسيلة الدفع وأداة الدفع شيئاً واحداً، فإن ذلك يعني أن المؤسسة غير المالية يمكن أن تقوم بممارسة الأعمال المصرفية، مما يتعارض مع قوانين الدول المختلفة، فنجد على سبيل المثال لا الحصر ما نص عليه القانون البنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد المصري رقم 88-2003 والمعدل بالقوانين رقم 162-2004 و 93-2005، على أنه: "يحظر على أي فرد أو هيئة أو منشأة غير مسجلة طبقاً لأحكام هذا القانون أن تباشر أي عمل من أعمال البنوك، ويستثنى من ذلك الأشخاص الاعتبارية العامة التي تُباشر عملاً من هاته الأعمال في حدود سند إنشائها".

يُعتقد بعض الناس أنه يمكن توضيح الفرق بين "وسائل الدفع" و "أدوات الدفع" عن طريق استخدام حالة بطاقة الدفع الإلكتروني أو الأوراق التجارية – التي تُعتبر من أدوات لتداول النقود القيدية – كمثال. ويشارك في استخدام هذه الأدوات مؤسسات غير ائتمانية مثل

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية المتطورة

إن وسائل الدفع الإلكترونية المطورة لا تمثل نموذجاً جديداً وحديثاً لنظام الوفاء، إذ تُعتبر تمثيلاً إلكترونياً للنظام التقليدي، ولكن على الرغم من ذلك فإن نظام الوفاء الإلكتروني بصفة عامة يُعتبر تطوراً لنظام الوفاء التقليدي، حيث يتم استخدام التكنولوجيا الحديثة لتحسين عملية الدفع والتسديد، وجعلها أكثر سهولة وسرعة وأماناً، ويمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية تُعد جزءاً لا يتجزأ من التطور المستمر الذي يشهده النظام الإلكتروني للوفاء في العالم.

إن الوسائل الدفع الإلكترونية المتطورة أصبحت ضرورية في عصرنا الحالية، حيث تعد تلك الوسائل بديلاً مريحاً وأمناً للتعامل المالي، خاصة في ظل ما شهده العالم خلال فترة "جائحة كوفيد-19" التي أدت إلى تغييرات كبيرة في الأساليب والعادات الاقتصادية والتجارية في العالم، حيث أدت القيود والإجراءات الاحترازية إلى تقليل الأنشطة الاجتماعية والتجارية المباشرة وزيادة الاعتماد على التجارة الإلكترونية التي دفعت العديد من الناس لزيادة استخدامها من خلال التعاملات المالية عبر الإنترنت، بالإضافة إلى ذلك فإن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية يتيح الوصول إلى الخدمات والمنتجات على مدار الساعة ومن أي مكان في العالم، مما يزيد من سرعة وفعالية عمليات الشراء والبيع والتحويل المالي.

الفرع الأول: الأوراق التجارية والمعالجة الإلكترونية المدخلة علمياً

تُعتبر الأوراق التجارية الإلكترونية نوع من الأوراق التجارية التقليدية المعروفة، ولكنها تمثل صورة محسنة لهذه الأوراق التجارية، حيث يسهل استخدامها وتتيح مرونة أكبر في التعامل معها عبر الإنترنت، وعلى الرغم من أن الأوراق التجارية الإلكترونية يمكن أن تخضع لنفس الأحكام والقوانين الخاصة بالأوراق التجارية التقليدية، إلا أن هناك بعض القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية والتي يجب مراعاتها عند استخدام الأوراق التجارية الإلكترونية (الكيلاني، 1990، صفحة 15).

الأوراق التجارية الإلكترونية هي عبارة عن وثيقة رقمية تحمل المعلومات التجارية والمالية اللازمة لإتمام عملية تجارية معينة، والتي يمكن الوصول إليها ومعالجتها وتداولها عبر الإنترنت، وعلى الرغم من أنها لا تحمل شكلاً فيزيائياً كورقة التجارة التقليدية، فإنها تحتفظ بجميع الخصائص الأساسية التي تتميز بها الورقة التجارية، مثل القابلية للتحويل والتداول والإثبات والتوثيق والتوقيع والشهادة، ونتيجة ذلك فإنه يمكن الاعتراف بالورقة التجارية الإلكترونية كوثيقة تجارية شرعية وملزمة قانوناً وفقاً للتشريعات المعمول بها.

وتُعرف الأوراق التجارية الإلكترونية بأنها "مُحرر معالج إلكترونياً بصورة كلية أو جزئية، تمثل حقاً موضوعه مبلغ من النقود، قابل للتداول بالطرق التجارية ومستحقة الدفع لدى الاطلاع أو بعد أجل قصير وتقوم مقام النقود في الوفاء".

فهي مستندات مالية تمثل حقاً موضوعه مبلغاً من النقود، قابلة للتداول بالطرق التجارية ومستحقة الدفع عند الاطلاع أو بعد فترة محددة، ويمكن تقسيمها إلى نوعين: الأول هو الأوراق التجارية الإلكترونية والورقية، والثاني هو

المحلات التجارية والفنادق، وبالتالي تبرز أهمية التمييز بين "إدارة وسائل الدفع" و"إدارة أدوات الدفع"، حيث تتم إدارة الأولى من قبل المؤسسات الائتمانية فقط، في حين تشترك المؤسسات المصرفية وغير المصرفية في إدارة بعض أدوات الدفع، وعادة ما يحدث الخلط في العمل بين وسائل الدفع وأدواتها، فعند شراء شخص ما سلعة من متجر، يُمكن أن يتم سداد قيمة هذه السلعة بتسليم عدد من النقود القانونية، ولكن في الواقع، تسليم النقود يعتبر وفاءً مباشراً ومتمماً للصفقة، نظراً لقوة إبراء الدين الكاملة التي تتمتع بها النقود القانونية. بينما، تسليم الشيك للبائع لا يعتبر وفاءً بالمعنى الصحيح، وإنما يُعتبر تحريكاً لعملة الوفاء (أحمد الخولي، 2016، صفحة 311).

الأوراق التجارية الإلكترونية الممغنطة، وفيما يتعلق بالنوع الأول، تصدر بصورة تقليدية على محرر ورقي، ثم تتم معالجتها إلكترونياً بإدخال مضمونها على دعامة إلكترونية، أما النوع الثاني فيختفي فيها دور الورق تماماً، حيث تتم بشكل كلي من خلال الوسائط الإلكترونية، وتصدر ابتداءً على دعامة إلكترونية مُمغنطة، ويتم تداولها من خلال الوسائط الإلكترونية، وعلى الرغم من أن الأوراق التجارية الإلكترونية تختلف عن نظيرتها الورقية في أنه يتم معالجتها إلكترونياً، إلا أنها تتمتع بنفس الخصائص والمميزات التي تتميز بها الأوراق التجارية التقليدية، ولا تتعارض طبيعة الوسائط الإلكترونية مع وجود هذه الخصائص، ولذلك يتم اعتبار الأوراق التجارية الإلكترونية ورقة تجارية قانوناً وتخضع لكافة أحكام قانون الصرف والقانون التجاري.

لذلك يُعتبر التعرض لأهم أنواع الأوراق أو السندات التجارية الإلكترونية أمراً بالغ الأهمية، ويتطلب تفصيلاً في الشرح، وتشمل هذه الأنواع السفتجة الإلكترونية (أولاً)، والسند لأمر الإلكتروني (ثانياً)، والشيك الإلكتروني (ثالثاً).

أولاً: السفتجة الإلكترونية*

ترجع نشأة السفتجة الإلكترونية إلى التجربة الفرنسية، حيث كانت نتيجة لجهود اللجان التي كانت مضطرة لحل المشاكل المالية والإدارية التي نشأت نتيجة التعامل بالسفاتج، ولا سيما عند تدخل البنك كطرف في هذه المعاملة، ويأتي ذلك تلبية للحاجة إلى الاستفادة من وسائل المعلوماتية الحديثة والتجهيز الإلكتروني، وذلك بما يتناسب مع توفر الحاسب الآلي للمقاصة في البنك المركزي بفرنسا في ذلك الوقت (قايد، 2001، صفحة 22).

في عام 1973، قامت الحكومة الفرنسية بتشكيل لجنة تدعى (لجنة جيليه-Gillet Committee) لحل مشكلة ارتفاع الانتمانات قصيرة الأجل والتي كانت تسبب صعوبات في السيطرة على السيولة المالية وتأثيرها السلبي على الاقتصاد، وتم استخدام التكنولوجيا الحديثة في ذلك الوقت، وخاصة الحواسيب وشبكات الاتصالات، لتطوير السفتجة الإلكترونية كطريقة لتخفيض التكاليف وتسهيل التعاملات المالية بين البنوك (حوالف، 2016، صفحة 78)، وكانت هذه التجربة الفرنسية الأولى من نوعها في استخدام التكنولوجيا الحديثة في السفتجة، وتمت إضافة عناصر جديدة للعملية المالية الكلاسيكية التقليدية، حيث أتاحت السفتجة الإلكترونية للمستخدمين إمكانية تداول الأوراق التجارية إنهاء المعاملات بسرعة وكفاءة أكبر، وهذا ما جعل من التجربة الفرنسية نموذجاً للفقهاء والمختصين في دراسة الأوراق التجارية الإلكترونية، وتم اعتماد السفتجة الإلكترونية في بعض الدول الأخرى بعد ذلك، وأصبحت من الوسائل الأساسية للتداول المالي في العصر الحديث (واقد، 2011، صفحة 54).

منذ عام 1988، سمحت بعض المؤسسات والجماعات المحلية في فرنسا بإصدار السفاتج الإلكترونية لبعض المشروعات، وقد استخدمت السفاتج الإلكترونية في البداية على سبيل التجربة في الأشغال العامة، مما أدى إلى إلغاء العادات القديمة بالنسبة للسفاتج التقليدية في استخدام الورق، والتي ترتبط بنفقات وتكاليف باهظة.

* يعادل مصطلح "السفتجة" المستخدم في التشريع الجزائري مصطلح "الكمبيالة" في التشريع المصري، ومصطلح "سند السحب" في التشريع الأردني. ويمكن القول إن الفرق بين هذه المصطلحات هو تباين في التسمية فقط، حيث يتم استخدام كل منها لوصف نوعية معينة من الصكوك التجارية التي تستخدم في المعاملات التجارية والمالية بين الأطراف المختلفة، وعلى الرغم من التباين في المصطلحات المستخدمة، إلا أن الأسس القانونية للاستخدام والتعامل مع هذه الصكوك التجارية تبقى متطابقة في مختلف الدول العربية (قايد، 2001، صفحة 22).

وبناءً على ذلك يثار السؤال عن مفهوم السفتجة الإلكترونية وكيف تختلف وتُمَيِّزُ عَنْ السفتجة التقليدية، بالإضافة إلى كيفية التعامل بها، حيث يتطلب الإجابة على هذه التساؤلات البحث في مفهوم السفتجة الإلكترونية، ثم شرح خصائص وحجية السفتجة الإلكترونية كوسيلة إثبات، وفي الأخير نوضح أثر فقدان الدعامة المغنطة على السفتجة الإلكترونية.

1- مفهوم السفتجة الإلكترونية

يتم التعامل بين الأفراد والشركات باستخدام السفتجة الإلكترونية في الوقت الحاضر، وهذا لأنه لا يوجد قانوناً يمنع ذلك، ولكن يتطلب التصور القانوني والفني لهذا النوع من العمليات بعض التنظيم والتنسيق، ومن العوامل المهمة التي تؤثر على هذا النوع من العمليات هو الاعتراف بحجية المستندات الإلكترونية، حيث تم التحول بشكل كبير إلى استخدام المستندات الإلكترونية في الوقت الحاضر، ولكن يجب علينا ضمان أن هذه المستندات تحمل نفس الصفة القانونية للمستندات الورقية، وبالتالي يحتاج هذا النوع من التعاملات إلى بعض القواعد القانونية والتقنية التي تضمن أنها تتوافق مع القوانين واللوائح المحلية والدولية (الحموري، 2010).

لتوضيح مفهوم السفتجة الإلكترونية، يتطلب منا الأمر تحديد تعريفها، ثم بيان وتوضيح أنواعها.

وتعرف السفتجة الإلكترونية بأنها: "نقل الأموال بشكل إلكتروني من حساب إلى آخر، وذلك بدلاً من استخدام السفتجة التقليدية التي تعتمد على استخدام وثيقة ورقية تحتوي على تفاصيل المعاملة، وتم تطوير السفتجة الإلكترونية بناءً على السفتجة التقليدية، حيث تتم إضافة الآلية الإلكترونية التي تمكن من تدقيق صحة المعلومات المدرجة في السفتجة وإتمام عملية التحويل بشكل سريع وآمن، وتتميز السفتجة الإلكترونية عن السفتجة التقليدية بعدم حاجتها إلى استخدام وثيقة ورقية، حيث تتم عملية الإرسال والاستلام والتحقق بشكل إلكتروني ومن خلال نظام معالجة الكتروني متطور، ويتيح هذا النظام المزايا العديدة مثل السرعة والأمان وتوفير التكلفة التي قد ترتبط بالسفتجة التقليدية، وبالرغم من ذلك فإن السفتجة الإلكترونية تحتاج إلى إجراءات أمنية خاصة لضمان عدم اختراقها وتأمين المعلومات المالية المنقولة من خلالها (JEANTIN & Le Cannu, 1999, pp. 276-277).

وعليه يُمكن تعريف السفتجة الإلكترونية، بأنها: "محرر ثلاثي الأطراف معالج الكترونياً، بصفة كلية أو جزئية، يتضمن أمر من شخص يسمى (الساحب) إلى شخص آخر يسمى (المسحوب عليه)، بأن يدفع لأمر شخص ثالث، يسمى (المستفيد أو حامل السند)، مبلغاً بمجرد الاطلاع أو في ميعاد معين أو قابل للتعين (الحموري، 2010، صفحة 113).

يتطلب استخدام السفتجة الإلكترونية الامتثال لشروط محددة التي تميزها عن السفتجة التقليدية*، ومن هذه الشروط:

* تعتبر السفتجة في شكلها العادي على دعامة ورقية، عملاً تجارياً حسب الشكل ووسيلة للدفع، وتتضمن لصحتها الشروط الواردة في نص المادة الثالثة من القانون التجاري (الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003).

- أن تتضمن السفتجة الإلكترونية - إلى جانب المعلومات التقليدية - معلومات هامة تتعلق بالمستحق بالدفع مثل اسم بنك المستحق بالدفع عليه، ورقم حسابه، واسم فرع البنك الذي يحتوي على حساب المستحق بالدفع عليه، ويُطلق على هذه المعلومات اسم "البيانات الشخصية المصرفية للمستحق بالدفع".
- ومن الضروري التوصل إلى اتفاق مبدئي بين جميع الأطراف المعنية بالتعامل بالسفتجة الإلكترونية، حيث يتميز هذا النوع من التعامل بخاصية الاختيارية. وبالتالي، يجب على الدائن والمدين الاتفاق على استخدام السفتجة الإلكترونية لإنهاء العملية المالية، ويترك لهما الخيار بين استخدام هذا النظام أو النظام التقليدي للسفتجة.

2-أنوع السفتجة الإلكترونية

تتوفر السفتجة الإلكترونية بشكلين، وهما السفتجة الورقية الإلكترونية والسفتجة الإلكترونية الممغنطة، وفيما يلي، نورد أهم مميزات كل نوع من هذه السفاتج الإلكترونية، بالإضافة إلى الاختلافات بينهما:

- **السفتجة الإلكترونية الورقية:** يرمز لها اختصاراً بـ (L.C.R.P) وهذا بمعنى (Lettre de Change Relevé Papier)، وهذا النوع من السفتجة الإلكترونية يشبه السفتجة التقليدية، ويتطلب صدور السفتجة الإلكترونية الورقية على نموذج مطبوع (الجنبيبي والجنبيبي، 2006، صفحة 105)، مع مراعاة طريقة الطباعة التي تسمح بالاطلاع عليها ومعالجتها باستخدام الوسائل الإلكترونية والحسية مثل الحاسوب ووسائل الاطلاع البصرية والآلية (الحموري، 2010، صفحة 115).

يتم إصدار هذا النوع من السفاتج بشكل تقليدي بدعامة تقليدية، ويتم معالجتها إلكترونياً في مرحلة لاحقة عند تقديمها للبنك لتحصيلها، أو لتظهرها لأي طرف آخر، ويتم تحويل شكل السفتجة إلى صيغة إلكترونية باستخدام بيانات تتداول عبر قنوات الاتصال بين حواسيب الأطراف المتعلقة بها، لتصبح بذلك بشكل إلكتروني (واقد، 2011، صفحة 55).

لذلك فإن هذا النوع من السفتجة الإلكترونية لا يُعتبر فعالاً أو ناجحاً في مجال وسائل الدفع الإلكترونية، حيث لا يحقق السرعة والتكلفة المنخفضة التي تميز هذه الوسائل، ولا يزال مستخدماً في شكله التقليدي على دعامة ورقية، هذا يُعتبر عائقاً أمام تطور نظام الدفع وفعاليته، ولم ينع من مشكلة استخدام الورق وقد يزيد من مضبعة الوقت والجهد في مرحلة المعالجة الإلكترونية الإضافية، وبالتالي، فمن المفضل اعتماد النوع الثاني من السفتجة الإلكترونية، والذي يتميز بوجود السفتجة على دعامة ممغنطة، والتي سنشرحها ونوضحها لاحقاً.

- **السفتجة الإلكترونية الممغنطة:** ويرمز لها اختصاراً بـ (L.C.R.M) وهذا بمعنى (Lettre de Change Relevé Magnétique)، وتعتبر هذه السفتجة الإلكترونية النوع الأدق والأصح للسفتجة، نظراً لعدم الحاجة لصكوك ورقية لإصدارها، إذ تصدر بشكل إلكتروني من خلال دعامة ممغنطة تحتوي على جميع البيانات اللازمة لصحتها، بما في ذلك معلومات المستفيد والمسحوب، والتوقيع الإلكتروني، ويُعتبر هذا النوع من السفتجة هو الأفضل في استخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة، حيث يتم تداولها وتحريرها بشكل إلكتروني في جميع مراحلها (طه وبندي، 2005، صفحة 347).

وعليه فإنَّ، السفتجة الإلكترونية الممغنطة هي نوع من الوثائق المالية والتجارية التي تحتوي معلومات حول المستفيد والمسحوب والمبلغ المالي والتواريخ الخاصة بالعملية، فهي تمثل نوع جديد من السفاتج التي تصدر بشكل إلكتروني وتحفظ على دعامة ممغنطة بدلا من الصكوك الورقية التقليدية، فاعتمادها على التقنيات الحديثة لتحريرها وتوقيعها بشكل إلكتروني يجعل عملية إصدارها وتحويلها أسرع وأسهل وأكثر أماناً من الطرق التقليدية.

والجدير بالذكر، أن هذا النوع من السفاتج - السفتجة الإلكترونية الممغنطة - يتم استخدامها بشكل رئيسي من قبل الشركات العملاقة التي تمتلك شبكة حاسوبية متصلة بالمصارف أو بين المصارف مباشرة، وهو ليس متاحاً للأفراد بشكل عام، ومع ذلك يُمكن للأفراد القيام بعمليات مالية باستخدام هذا النوع من السفتجة من خلال إحدَث بنك إلكتروني يتيح لهم الوصول إلى الموقع المخصص للبنك عبر الإنترنت، وإحدَث سفتجة وإرسالها عبر البريد الإلكتروني إلى البنك، ويتيح هذا للأفراد الاستفادة من التقنيات الحديثة لإجراء تعاملاتهم المالية بطريقة سهلة ومريحة (حوالف، 2016، صفحة 82).

ومن خلال المفهومين السابقين يُمكننا القول، أنَّ السفتجة هي وثيقة تجارية تحتوي على طلب للمصرف بدفع مبلغ محدد من الأموال للمستفيد (صاحب الحساب المحول إليه)، ويوجد نوعان رئيسيان من السفاتج، السفتجة التقليدية التي تصدر عادة من المصرف أو المؤسسة المالية في شكل ورقي، وتحتوي على معلومات الحساب المحول منه، والحساب المحول إليه، والمبلغ المحول، وتوقيع المحول والمستلم، أما النوع الثاني وهو السفتجة الإلكترونية الممغنطة، والتي تصدر بطريقة إلكترونية ولا تحتاج إلى وجود ورق، ويتم تخزين المعلومات المتعلقة بالحسابات والمعاملات في أنظمة الحاسوب المتصلة بالمصارف والمؤسسات المالية، وتستخدم التقنيات الممغنطة لتخزين المعلومات وتبادلها بين المؤسسات المالية، كما تتميز بعملية معالجة أسرع وتكلفة أقل من نظيرتها التقليدية، وتحظى بمزيد من الأمان والحماية للمعلومات، وهي تستخدم بشكل رئيسي من قبل الشركات الكبيرة والمؤسسات المالية.

3- خصائص السفتجة الإلكترونية

- تخضع السفتجة الإلكترونية للقواعد نفسها التي تخضع لها السفتجة التقليدية، غير أنها تتميز بعدة خصائص، ومن أهم هذه الخصائص نذكر (طه وبندي، 2005، صفحة 348):
- تصدر السفتجة الإلكترونية على نموذج إلكتروني يتم الاطلاع عليه بواسطة الحاسوب، مما يحول دون الحاجة إلى الشكليات المادية التي تتضمنها السفتجة التقليدية.
 - لا يُمكن إصدار السفتجة الإلكترونية إلا بعد توافر البيانات الإلزامية، مثل اسم المسحوب عليه ورقم حسابه واسم الفرع الذي يوجد لديه الحساب، إلى جانب بعض البيانات الاختيارية التي تؤثر على مضمون السفتجة.
 - تتميز بعض البيانات الاختيارية، مثل شرط الرجوع بلا مصاريف وشرط محل الدفع المختار وشرط عدم الاضرار، بأهمية خاصة في مجال السفتجة الإلكترونية.

- تواجه السفتجة الإلكترونية بعض الصعوبات في القيام ببعض العمليات التي تتعلق بها، مثل التظهير والقبول والضمان الاحتياطي*.

4- حجية السفتجة الإلكترونية كوسيلة إثبات

يعتبر بعض المختصين قبول الدعامة الممغنطة كوسيلة إثبات في المعاملات التجارية، وذلك بمثابة الوسائل الورقية التي تثبت العلاقات بين الأطراف، كما أجاز القانون التجاري المصري استخدام الصورة المصغرة (الميكرو فيلم) كوسيلة للإثبات في المعاملات التجارية، على أن يتم حفظها وفقاً للشروط التي يحددها وزير العدل، وبموجب المادة (3/26) من القانون التجاري المصري، يلزم التجار بحفظ صور المراسلات والبرقيات وغيرها لمدة خمس سنوات، وبإمكانهم الاحتفاظ بالصور المصغرة (الميكرو فيلم) بدلاً من الأصل، شريطة مراعاة القواعد والضوابط التي يصدرها وزير العدل في أعدادها وحفظها واسترجاعها.

ورغم عدم وجود نصوص مشابهة في القانون التجاري الجزائري، يتم تطبيق قاعدة الإثبات الحر عند الإثبات بخصوص الدعامة الممغنطة في المسائل التجارية، حيث يسمح باستخدام جميع طرق الإثبات، وبالإضافة إلى ذلك تخضع الأوراق التجارية بشكل عام لقواعد الإثبات الحر، والتي تساعد في قبول الدعائم الممغنطة كوسيلة للإثبات، وقد وضع التشريع المنظم للمعاملات الإلكترونية مساواة بين المحررين الإلكترونيين والكتابة الإلكترونية والمحرر والكتابة التقليدية (قايد، 2001، صفحة 49).

ونظراً لطبيعة التعامل في السفتجة الإلكترونية الممغنطة، فإن الدعامة الممغنطة تُعد وسيلة ضرورية لإثبات الوفاء في السفتجة الإلكترونية الممغنطة، ومن بين المبادئ التي تحكم الأوراق التجارية التقليدية هي مبدأ الكفاية الذاتية، والذي يطبق أيضاً على السفاتج الإلكترونية القائمة على الدعامة الممغنطة، فهذه الأخيرة عندما يُسلم المسحوب عليه السفتجة إلى مصرفه، يجب أن تتضمن السفتجة جميع البيانات اللازمة المطلوبة قانوناً، بما في ذلك جميع المعلومات المتعلقة بالشخصية المصرفية للمسحوب عليه ومحل الوفاء، وبالتالي تظهر أهمية الدعامة الممغنطة في السفتجة الإلكترونية الممغنطة، وفي حال فقدان الدعامة الممغنطة، فإن هذا سيؤدي إلى صعوبة في إثبات الوفاء والتحقق من صحة السفتجة الإلكترونية، مما قد يؤدي إلى تعطيل عمليات الدفع والتداول التجاري (حوالف، 2016، صفحة 86).

5- أثر فقدان الدعامة الممغنطة على السفتجة الإلكترونية

في حالة فقد البنك الدعامة الممغنطة التي تحتوي على السفتجة الإلكترونية المسجلة عليها، فمن غير المتوقع أن يكون هناك إمكانية لاستبدالها، وعليه، يتعين على البنك اتباع الإجراءات المنصوص عليها في المادة 422 من القانون التجاري، حيث لم يميز المشرع بين حالة ما إذا كان السند مقترناً بالقبول أو لا (حوالف، 2016، صفحة 86).

* نصت المادة (409) من القانون التجاري الجزائري " أن دفع مبلغ السفتجة يُمكن أن يضمه كلياً أو جزئياً ضامن احتياطي... ويُعتبر الضمان الاحتياطي حاصلًا بمجرد توقيع ضامن الوفاء على وجه السفتجة إلا إذا كان صاحب التوقيع المسحوب عليه أو الساحب " ونموذج السفتجة المطبوع يتضمن مكاناً محفوظاً للضمان الاحتياطي عليها (غزال، 2017، صفحة 167).

يتم حل مشكلة فقدان سند السحب، سواء كان مقبولاً أم غير مقبول، من خلال استصدار أمر من قاضي مختص بوفاء الدين، على أن يثبت المالك ملكيته للسند ويقدم كفيلاً، مع مراعاة مسؤولية البنك عن فقدان السند بسبب خطئه، كما يجب على البنك إخطار العميل المدين للحصول على سداد ديونه (الحموري، 2010، صفحة 153).

ثانياً: السند لأمر الإلكتروني

السند لأمر بصفة عامة، هو عبارة عن ورقة مكتوبة يلتزم فيها شخص يسمى (الساحب) على دفع مبلغ محدد، في تاريخ معين لشخص يسمى (المستفيد)، ويشترط لإنشائه، نفس شروط إنشاء السفتجة (بحماوي وسليمان، 2017، صفحة 139). أما السند لأمر الإلكتروني فيتم إصداره بشكل إلكتروني عن طريق الإنترنت أو البريد الإلكتروني، ويحتوي على نفس المعلومات الموجودة في السند الورقي، مثل اسم البنك المحرر ورقم حسابه، وبالتالي، يتشابه السند لأمر الإلكتروني مع السند التقليدي لأمر الدفع، ولكن يتطلب الالتزام بعدة شروط لتسهيل التعامل معه وبخاصية تداوله بين البنوك (طه و بندق، 2005، صفحة 349).

ومن خلال ما سبق، نجد أن السند لأمر الإلكتروني غير مختلف عن نظيره التقليدي، وهنا يمكننا أن نتساءل عما يميز السند الإلكتروني عن نظيره التقليدي؟ وما هي أحكام التعامل به؟

1- مفهوم السند لأمر الإلكتروني

يتم وصف السند لأمر الإلكتروني كـ "محرر شكلي ثنائي الأطراف معالج إلكترونياً بصورة كلية أو جزئية، يتضمن تعهداً من محرره بدفع مبلغ من النقود في تاريخ محدد لإذن شخص آخر يسمى المستفيد" (طه وبندق، 2005، صفحة 349)، وبالتالي، فإن السند لأمر الإلكتروني لا يختلف عن نظيره التقليدي إلا في أنه معالج إلكترونياً، ويُعتبر تطوراً له، حيث يشترك السند لأمر الإلكتروني من السند التقليدي في أنه يحتوي على تعهد من محرره بدفع مبلغ محدد في تاريخ محدد لصالح شخص آخر يسمى المستفيد.

أما بالنسبة لأوجه التشابه والاختلاف بين السفتجة الإلكترونية والسند لأمر الإلكتروني، فالخلاف الرئيسي يتعلق بواقعة الإنشاء، حيث يتم إنشاء السند لأمر الإلكتروني من قبل المحرر المدين في السند، في حين يتم إنشاء السفتجة الإلكترونية من قبل الدائن وتسليمها إلى مصرفه، ومع ذلك يوجد وجه شبه بينهما في نظام الوفاء، حيث يستخدم نفس نظام الوفاء الآلي للسند لأمر الإلكتروني والسفتجة الإلكترونية (فايد، 2001، صفحة 74).

لا يتوافق السند الخاص بأمر إلكتروني مع صيغ التعامل الإلكتروني المختلفة للتعاملات الإلكترونية، حيث أن الصورة الورقية هي الصيغة الشائعة الاستخدام حالياً، ويعود ذلك إلى أن هناك صعوبة في توحيد الصيغ والمعايير المستخدمة في عمليات الأعمال الإلكترونية، وهذا يؤدي إلى عدم وجود صيغ معتمدة عالمياً وواضحة للسفتجة والسند الخاص بأمر الكتروني، لذلك فإن هذه المشكلة تحتاج إلى دراسة وتطوير المعايير والصيغ المعتمدة لأمر الكتروني، وتحديد الصيغ القياسية التي يمكن استخدامها في جميع أنحاء العالم.

على الرغم من وجود تشابه وتقارب في بعض الأحيان بين السند لأمر الكتروني والسفتجة الإلكترونية من حيث الوضع التشريعي، فإنه لا يوجد عائق قانوني يمنع استخدام صورة ممغنطة للسفتجة من البداية، وبالتالي يمكن إصدار السند لأمر الكتروني في شكل ممغنط دون مشاكل.

يُعود عدم وجود سند لأمر على دعامة ممغنطة إلى أن الأوراق التجارية هي امتداد وتطور لأوراق التجارية التقليدية، وتحتاج إلى وقت لشيوخ تداولها، ولذلك يعد السند لأمر الإلكتروني الورقي مرحلة انتقالية في الطريق إلى السند لأمر الإلكتروني الممغنط الذي ينشأ منذ البداية على دعامة ممغنطة (الحموري، 2010، صفحة 167).

ومن خلال ما سبق، يمكننا أن نقدم تعريفاً إجرائياً لسند لأمر الإلكتروني على أنه: "وثيقة تجارية رسمية يتم استخدامها لتحويل ملكية البضائع أو الخدمات وتحديد المسؤوليات المالية بين المشتري والبائع في عملية تجارية"، حيث يختلف السند لأمر الإلكتروني عن السند التقليدي في أنه يتم إصداره وإرساله عبر الإنترنت وبدون الحاجة لوجود نسخة ورقية، ويتم التوقيع الرقمي عليه بدلاً من التوقيع اليدوي، ويستخدم السند لأمر الإلكتروني عادة في التجارة الدولية، ويساعد على تسهيل العمليات التجارية وتقليل التكاليف والمخاطر المترتبة عليها.

2- أحكام التعامل بالسند لأمر الإلكتروني

يُمثل السند لأمر الإلكتروني واحد من وسائل الوفاء القديمة التي استمرت في الاستخدام عبر بيئة الإنترنت دون تعرضها لتغيرات كبيرة أو تكييفات جديدة، مما جعلها تحتفظ بخطوطها العريضة وتزد من قيمتها، وعموماً، يخضع السند لأمر الإلكتروني للإطار القانوني ذاته الذي يخضع له السند لأمر التقليدي، وبالتالي فإن الأحكام التي تنظم السند لأمر التقليدي في التعامل تنطبق على السند لأمر الإلكتروني، ويشمل ذلك تطبيق كافة القواعد العامة المتعلقة بتوافر الرضا والمحل والسبب والأهلية لإصدار السندات، والتي تنطبق على السفتجة أيضاً (طه وبنديق، 2005، صفحة 229).

يشترط من حيث الشكل أن يكون السند لأمر الإلكتروني مكتوباً وكافياً بذاته حتى لا يحيل إلى وقائع واتفاقات خارجة عنه، كما لا يجب أن ينشأ السند لأمر الإلكتروني على أنموذج مطبوع ويكون هذا الأنموذج متعدد الأشكال لتسهيل إصدار هذه السندات (الحموري، 2010، صفحة 168).

بناءً على ما سبق، يجب على السند لأمر الإلكتروني أن يتوافق مع جميع البيانات والشروط المطلوبة للسند لأمر التقليدي، وبالتالي يتمتع السند لأمر الإلكتروني بنفس القوة القانونية للسند لأمر التقليدي، ومع ذلك فإن استخدام السند لأمر الإلكتروني في المعاملات لا يزال يتطلب موافقة جميع الأطراف المعنية في هذه المعاملات (الحموري، 2010، صفحة 172)، ويعني أنه عندما يتم استخدام السند لأمر الإلكتروني في التعاملات التجارية، يجب أن يتضمن كافة المعلومات اللازمة لتحقيق صحة العقد، ويجب أن يتم إنشاؤه بنفس الشروط والمتطلبات التي تنطبق على السند لأمر التقليدي، كما استخدام السند لأمر الإلكتروني ليس إلزامياً، ويحتاج إلى موافقة جميع الأطراف المشاركة في التعاملات التجارية.

يخضع السند لأمر، سواءً الكترونياً أو تقليدياً، لأحكام السفتجة، بما في ذلك التظهير والاستحقاق والوفاء والاحتجاج والتدخل والتحريف والتقادم وحساب المهل وغيرها، مع استثناء القواعد الخاصة بالمسحوب عليه، مثل أحكام مقابل

الوفاء وأحكام القبول. ولذلك تقتصر ضمانات الوفاء في السند لأمر الإلكتروني على التضامن والضمان الاحتياطي (الحموري، 2010، صفحة 172).

إضافة إلى ما سبق، يتضمن السند لأمر الإلكتروني بعض الاستثناءات خلافاً للسند التقليدي، حيث يشمل على شرط الرجوع بلا مصاريف وتعيين محل الوفاء المشروط لسد حاجات المعاملات الإلكترونية، هذا يعفي مقدم السند من عمل الاحتجاج في حالة عدم الوفاء (قايد، 2001، صفحة 75).

يتم وفاء السند لأمر الإلكتروني بنفس الطريقة المتبعة في السفتجة الإلكترونية بين البنوك والحاسب الآلي، حيث يتم الوفاء بين البنوك دون التدخل الشخصي للمحرر أو المستفيد، وذلك من خلال بيانات مسجلة على الأشرطة المغنطة وعبر النظام الآلي للمعلومات، دون الحاجة إلى تقديم السند الإلكتروني بشكل مادي إلى البنك المستفيد، مما يجعله يتوافق مع السند التقليدي (قايد، 2001، الصفحات 81-82)، وباستخدام هذه العملية، يتم تحديد السندات التي يتم الوفاء بها وتلك التي لا يتم الوفاء بها، مما يسمح بإرسال إشعارات لمحرري السندات بوضوح ودقة من قبل البنك (طه و بندق، 2005، صفحة 349)، وعندما يتعلق الأمر بالسفتجة الإلكترونية، يحق للأطراف التخصّل على مُدّد للقبض باستخدام الوسائل الإلكترونية وفقاً للقانون، ومع ذلك لا يُمكن تطبيق هذه المدد على البنك المستلم لسند أمر الكتروني، حيث لم يكن هذا البنك هو الشخص الذي أصدر السند لأمر وبالتالي ليس من مسؤوليته التأخر في تسوية الدفّعات وفقاً للمدد المحددة في قانون الصرف، حيث يُمكن تقديم الدفّعات بموجب مُدّد التحصيل الإلكتروني المنصوص عليها في القانون (قايد، 2001، صفحة 75).

عندما يوافق المحرر على دفع المبلغ المستحق لصاحب السند الإلكتروني، يُرسل إليه إشعار طلب الوفاء المؤرخ والموقع، ويتم حفظ نسخة من هذا الإشعار من قبل المحرر، ويُعدّ الجزء الأيسر من إشعار طلب الوفاء نسخة مطابقة للإشعار الذي تم إرساله للبنك، ويستخدم هذا الجزء لتأكيد الوفاء، وإذا لم يُرسل المحرر إشعار الموافقة على الوفاء للبنك قبل تاريخ الاستحقاق، فهذا يعني أن المحرر رفض الوفاء، وفي هذه الحالة، يمنع البنك من الوفاء، وإذا قام بالوفاء بالرغم من ذلك فإنّه يتحمل المسؤولية عن آثار هذا الوفاء (الحموري، 2010، صفحة 178)، ويتم تأكيد الوفاء لصاحب السند الإلكتروني من خلال تقديم نسخة من إشعار طلب الوفاء الذي يتم إرساله من البنك للزبون، حيث يتم استخراج نسخة أخرى من حساب المدين لدى البنك المحرر، وبعد كلاهما دليلاً ورقياً على الوفاء، في حين يجب على العميل الموافقة على الوفاء من خلال تأكيد الإشعار الذي تم إرساله من البنك.

ثالثاً: الشيك الإلكتروني

يُعتبر الشيك من أكثر وسائل الدفّع قبولاً وانتشاراً بعد النقود الورقية والمعدنية، حيث يُتيح الشيك للمستفيد سحب ما يقابله من سيولة نقدية لدى البنك المُصدِر له، وعادةً ما يتم تصميم الشيك على شكل وثيقة قانونية صغيرة تحتوي على بيانات المصدر والمستفيد وبيانات يتم ملؤها من طرف صاحبه، ويتم تصميم هذه الوثيقة بطريقة تجعل عملية التزوير شبه مستحيلة، مما يزيد من مصداقيتها (فشيت وبناوله، 2017).

تعتمد فكرة الشيكات الإلكترونية على استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية لتحويل الشيكات الورقية إلى شيكات رقمية، حيث تم اقتراح نظام "الشيك الآمن - SAFE CHEEK" في عام 1998 يستخدم دفتر شيكات يعتمد على وكيل

يتواجد في حاسوب المستخدمين، ويتم التحقق من سلطة إصدار الشيكات وفقاً لنظام الشيكات الآمن، الذي يحول دون حدوث أخطاء أو سوء نية إصدار الشيكات الإلكترونية، ولا يمكن مراقبة ذلك باستخدام الشيكات الورقية (حوالف، 2016، الصفحات 87-88).

وقد تم إثبات فعالية نظام الشيكات الإلكترونية عملياً وتفوقه على النظام التقليدي من حيث توفير التكاليف، إلا أن فكرة تحويل الاستخدام من الشيكات الورقية إلى الإلكترونية تتطلب وجود وسيط يقوم بعملية التحويل (مناني، 2009، صفحة 217).

وعليه فإنه من الضروري البحث في مفهوم الشيك الإلكتروني، لتوضيح الاختلاف بين الشيك الإلكتروني وما يميزه عن نظيره التقليدي، وبالإضافة إلى البحث في أحكام التعامل بالشيك الإلكتروني.

1- مفهوم الشيك الإلكتروني

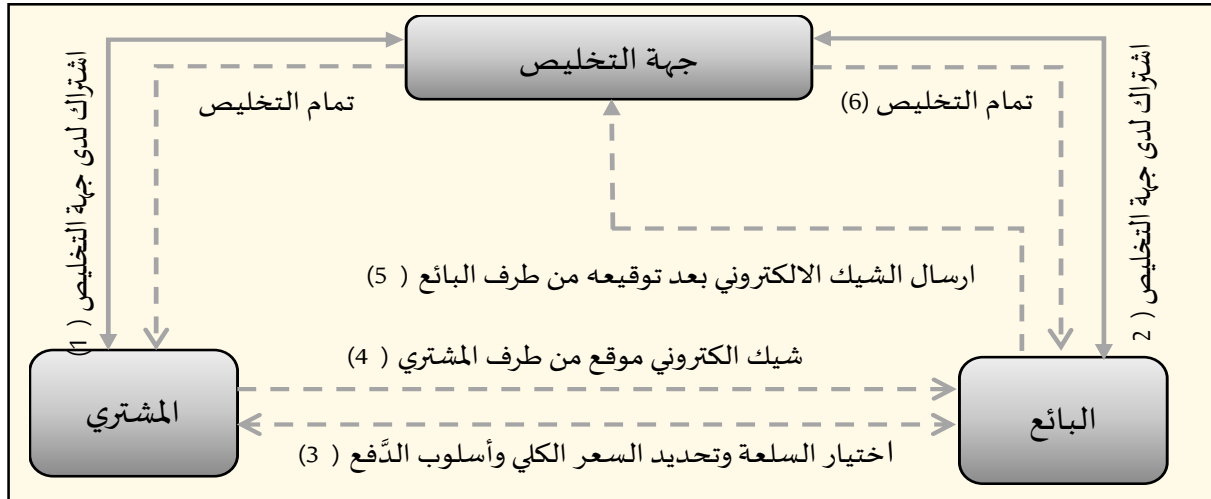
يُعد الشيك الإلكتروني أداة لضمان سداد الديون وتيسير حركة التداول المالي، دون أداء دور الائتمان، حيث تم إنشاؤه كبديل إلكتروني للشيك الورقي، ويشكل التزاماً قانونياً بسداد مبلغ مالي محدد في مكان وتاريخ معين لصالح فرد أو جهة معينة، ويستخدم إما لسحب الأموال المودعة في المصرف أو لسداد دين على الشخص الذي يقوم بإصداره، أو لإيداعه في حساب جاري (دحماني، 2018، صفحة 36).

تُعتبر الشيكات الإلكترونية وسيلة دفع مفضلة لدى أطراف معاملات التجارة الإلكترونية، خاصة المستهلكين الذين وصلوا إلى حد الائتمان المتاح لديهم أو لا يمتلكون تقنيات الدفع الإلكترونية الأخرى مثل بطاقات الائتمان وغيرها، كما أنها الأكثر استخداماً بواسطة المصارف والمؤسسات المالية، نظراً لسهولة وبساطة تقنياتها وتكلفتها المنخفضة لمعالجة الشيكات الإلكترونية بالمقارنة مع تكاليف معالجة الشيكات الورقية (محمود العربي، 2003، صفحة 69).

ويُعرف الشيك الإلكتروني على أنه: "محرر ثلاثي الأطراف معالج إلكترونياً بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمراً من شخص يسمى (الساحب)، إلى البنك (المسحوب عليه)، بأن يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث يسمى (المستفيد) (طه و بندق، 2005، صفحة 351).

كما يعرف أيضاً، على أنه: "رسالة إلكترونية موثوقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله)، ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الإنترنت أو شبكات الاتصال الأخرى، ليقوم المصرف أولاً بتحويل قيمة الشيك النقدية إلى حساب الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو إعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً، كما يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه (القحطاني، 2008، صفحة 182)، ويوضح الشكل رقم (01-07) أدناه كل هذه المراحل.

الشكل رقم (01-07): دورة استخدام الشيك الإلكتروني وإجراءاتها



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (القحطاني، 2008، صفحة 184)

يعرض الشكل أعلاه، آلية التعامل بالشيك الإلكتروني في المعاملات التجارية بين المشتري والبائع، مع تدخل جهة ثالثة للتخليص، حيث تبدأ العملية بإشعار المشتري لجهة التخليص بعد إتمام عملية الشراء (01)، لتقوم هذه الأخيرة بإشعار البائع لإعلامه بوجود عملية شراء جديدة (02)، بعد ذلك يقوم البائع باختيار السلعة وتحديد السعر الكلي وطريقة الدفع المناسبة (03)، وفي المرحلة التالية، يقوم المشتري بتوقيع الشيك الإلكتروني وإرساله إلى البائع (04)، الذي يقوم هو بدوره بتوقيع الشيك وإرساله إلى جهة التخليص (05)، وفي النهاية، تقوم جهة التخليص بإتمام الإجراءات المطلوبة وتأكيد اكتمال العملية التجارية (06).

تعتمد هذه العملية بشكل رئيسي على تبادل الشيكات الإلكترونية، مع دور جهة التخليص في ضمان سير العملية بشكل آمن وسلس.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري، فلم يعرف الشيك، بل اكتفى بالنص على بياناته في المادة (472) من القانون التجاري الجزائري، وتنص المادة على أنه: "يحتوي الشيك على البيانات الآتية:

- ذكر كلمة شيك مدرجة في نص السند نفسه باللغة التي كتب بها.
- أمر غير معلق على شرط بدفع مبلغ معين.
- اسم الشخص الذي يجب عليه الدفع (المسحوب عليه).
- بيان تاريخ إنشاء الشيك ومكانه، مع توقيع من أصدر الشيك (الساحب).

ولم يتم الإشارة من قبله إلى إمكانية إصدار الشيك الإلكتروني، ومع ذلك يمكن فهم اعترافه به ضمناً من خلال المادة (2/3) من النظام رقم 03/97 المتعلق بغرفة المقاصة، والتي جاء نصها كالتالي: "تتولى غرفة المقاصة لفائدة المنخرطين فيها مهمة تسهيل تسوية الأرصدة عن طريق إقامة مقاصة يومية فيما بينهم لما يأتي:

- كل من وسائل الدفع الكتابية أو الإلكترونية لا سيما الشيكات والسندات التجارية الأخرى المستحقة يومياً فيما بينهم..." (الجريدة الرسمية الجزائرية، النظام رقم 03/97 المتعلق بغرفة المقاصة، 1997، صفحة المادة 02/03).

وأكد على ذلك نص المادة (6) من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية - تم الإشارة إليه سابقاً - والذي جاء فيها "وسيلة الدفع الإلكتروني: كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو بعد، عبر منظومة إلكترونية" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 18-15 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، 2018).

كما نشير إلى أن بعض التشريعات العربية قد أوجدت نظاماً ملائماً للتعامل بالشيكات الإلكترونية من قبل البنك المركزي، على سبيل المثال، فقد أوجب المشرع الأردني هذا النظام في قانون المعاملات الإلكترونية. ومع ذلك فإن هذا الأمر لم يتم مُمَثِّلَتُهُ في التشريعات الأخرى، خاصة تلك التي تمتلك تشريعات خاصة بالمعاملات الإلكترونية، على سبيل المثال، لم يشترط المشرع المصري نظاماً مماثلاً لتعامل الشيكات الإلكترونية، على الرغم من شروطه في قانون التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة لتطوير صناعة التكنولوجيا المعلوماتية، وفي الوقت نفسه، لم يصدر حتى الآن أي نظام تنفيذي لتنظيم التعامل بالسندات الإلكترونية، وفقاً لقانون التوقيع الإلكتروني وهيئة تطوير صناعة التكنولوجيا المعلوماتية في مصر (الحموري، 2010، صفحة 185).

ويُفهم مما سلف، أن الشيك الإلكتروني يمثل المكافئ الإلكتروني للشيك الورقي، إذا يتم إرساله بشكل إلكتروني وبتوقيع الكتروني من مُصدر الشيك إلى المستفيد، ويتم تحويل قيمة الشيك إلى حساب المستفيد عن طريق مصرف يعمل عبر الإنترنت، الذي بدوره يقوم بإلغاء الشيك وإرجاعه إلى حامل الشيك إلكترونياً ليتأكد بأن الشيك تم صرفه وتحولت قيمته إلى حسابه، ويتضح لنا هنا أن العملية تبدأ برسالة إلكترونية موثوقة يرسلها مصدر الشيك إلى حامل الشيك (المستفيد)، الذي يقدمها للبنك الذي يتعامل معه عبر الإنترنت، ويقوم البنك بتحويل قيمة الشيك إلى حساب المستلم، ثم يلغي الشيك ويرسله الكترونياً إلى المستلم ليكون دليلاً على صرفه، في حين يُمكن للمستلم التأكد إلكترونياً من صرف الشيك وتحويل المبلغ إلى حسابه.

وعليه وبناءً على تم ذكره، يُمكن صياغة تعريف إجرائي للشيك الإلكتروني بأنه: "وثيقة إلكترونية موثوقة ترسل عن طريق البريد الإلكتروني، وتتم عملية تبادلها بين الساحب والمستفيد عبر وسيط إلكتروني، الذي يتحقق من صحة الرصيد، وبواسطة أحد المصارف الإلكترونية يتم إتمام عملية التحويل المالي مباشرة"، لذلك يمثل دور البنوك في إنهاء تسوية المعاملات المالية، سواء كطرف يدعو للوفاء بقيمة الورقة التجارية أو كطرف يدعو لأداء قيمة هذه الورقة.

2- التَّمْيِيزُ بَيْنَ الشَّيْكِ الإِلِكْتَرُونِيِّ وَنَظِيرِهِ التَّقْلِيدِيِّ

يتميز الشيك الإلكتروني بإجراءات إلكترونية، بينما يتطلب الشيك التقليدي كتابة يدوية وتوقيع ليحظى بالحجية القانونية، وعلى الرغم من ذلك فإن الشيك الإلكتروني يتضمن نفس شروط وإجراءات الشيك التقليدي، حيث يتطلب من الساحب دفع مبلغ محدد للمستفيد عبر المصرف المسحوب عليه، ويترتب على ذلك التزام قانوني من الساحب تجاه المستفيد (سملاي والبحري، 2021، صفحة 180).

يتبين التشابه بين التقليدي والشيك الإلكتروني من حيث الشكل، إذ يجب على الشيك التقليدي أن يتبع شكلاً محدداً، ويقوم المصرف بإصدار الشيكات بهذا الشكل لتصبح تقليدياً، كما يتم ترقيم الشيكات بأرقام متسلسلة، وغالباً ما يشترط المصرف على العميل عدم قبول شيكات غير محررة على النموذج المعتمد، وبمجرد سحب العميل للشيك، يجب أن يتضمن رقماً مسلسلاً مخصصاً من المصرف، إضافةً إلى اسم الساحب ورقم حسابه لدى المصرف

المسحوب عليه، وتوقيعه، واسم المستفيد ومبلغ الشيك وتاريخ السحب، أما بالنسبة للشيك الإلكتروني، فيكون له شكل محدد يعتمد على المصرف المسحوب عليه، وعلى الرغم من التباين في شكله، فإنه يتضمن أسماء وعناوين المصرف المسحوب عليه، والساحب وتوقيعه، والرقم التسلسلي للشيك، وتاريخ السحب، بطريقة مشابهة لشكل الشيك التقليدي (حوالف، 2016، الصفحات 91-92).

3- أحكام التعامل بالشيك الإلكتروني

يُمكن القول بشكل عام أن الشيكات، بما في ذلك الشيكات الإلكترونية، تخضع للإطار القانوني الذي ينطبق على الشيكات التقليدية، وبموجب هذا الإطار، تنطبق الأحكام التي تنظم الشيكات الورقية على الشيكات الإلكترونية، ما لم يوجد نص خاص ينظم ذلك، وفي حالة عدم وجود أي نصوص خاصة، يجب الالتزام بقواعد العرف المصرفي. الشيك هو أداة مصرفية قابلة للتداول، ويحتوي بشكل أساسي على بيانات يحددها القانون، وكما ذكرنا سلفاً، يتم إصدار الشيك من قبل شخص يُعرف باسم (مصدر الشيك) أو (الساحب)، ويتم سحب مبلغ محدد من النقد من البنك المسحوب عليه عند استلام المستفيد المعين أو حامل الشيك، ولذلك يتعين النظر في قدرة الشيك الإلكتروني على تلبية هذه الخصائص الأساسية.

سنتناول في هذا الصدد أهم المسائل المتعلقة بالتعامل مع الشيك الإلكتروني، بما في ذلك إصداره وتداوله وأحكام الوفاء به، بالإضافة إلى نظام غرفة المقاصة المتعلقة بتسوية المعاملات المالية المتعلقة بالشيك الإلكتروني.

أ- إنشاء الشيك الإلكتروني

يتطلب إنشاء الشيك الإلكتروني الامتثال لشروط موضوعية وشكلية وفقاً للتشريعات المعمول بها، ومع ذلك يلاحظ أن التشريعات الإلكترونية في العالم العربي لم تحدد بيانات محددة للشيك الإلكتروني، ومن الضروري أن يحتوي الشيك الإلكتروني على نفس البيانات التي يجب أن يحتويها الشيك التقليدي، مع مراعاة الطبيعة الإلكترونية للشيك وضرورة ذكر بعض البيانات الإضافية، كما يجب أن نشير أن الشيك هو وسيلة مالية مهمة في البيئة الإلكترونية، ولا تزال تحتفظ بمزاياها المميزة دون تغير كبير.

يجب التأكيد على أن الفروق الواضحة بين الشيك الإلكتروني والشيك التقليدي تتمثل في بعض البيانات الإضافية المطلوبة للشيك الإلكتروني، مثل رقم حساب الدفع، اسم البنك وتاريخ الصلاحية، بالإضافة إلى بيان رقم الشيك الخاص به، كما يتم طباعة هذه البيانات على نموذج الشيك التقليدي الذي يتم إصداره من البنك لزبائنه.

بناءً على المعلومات التي تم ذكرها سابقاً، يجب أن يحتوي الشيك الإلكتروني على عدة بيانات من أجل أن يُعتبر صحيحاً وقانونياً، وهذه البيانات هي:

- رقم الشيك: وهو رقم مهم جداً لا بد أن يتوفر في الشيك الإلكتروني ويكون مطبوعاً بالأصل على نموذج الشيك التقليدي الذي يصدره البنك لزبائنه.
- اسم الدافع: وهو الشخص الذي يصدره البنك لزبائنه.
- رقم حساب الدافع واسم البنك: يجب أن يتضمن الشيك الإلكتروني هذه المعلومات لتحديد حساب الشخص الذي يصدر الشيك واسم البنك الذي يملك هذا الحساب.

- اسم المستفيد: وهو الشخص الذي سيتلقى المبلغ المذكور في الشيك.
 - القيمة أو المبلغ الذي سيدفع: وهو المبلغ الذي سيتم دفعه بواسطة الشيك.
 - وحدة العملة المستخدمة: يجب أن يحتوي الشيك الإلكتروني على العملة المستخدمة لتحديد القيمة المالية المذكورة في الشيك.
 - تاريخ الصلاحية: يجب أن يحتوي الشيك الإلكتروني على تاريخ انتهاء صلاحية الشيك، والذي يحدده المصرف المصدر للشيك.
 - التوقيع الإلكتروني للدفع: حيث يجب أن يقوم الدافع بتوقيع الشيك باستخدام الوسائل الإلكترونية المعتمدة للتأكد من صحة ومصداقية الشيك.
 - التظهير الإلكتروني للشيك: وذلك لتأكيد استلام المبلغ المالي المذكور في الشيك، ويتم ذلك عن طريق استخدام وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة مثل التحويل البنكي الإلكتروني.
- جميع هذه البيانات ضرورية لتحديد صحة الشيك الإلكتروني وتحديد صلاحيته القانونية، لذلك يجب أن يتضمن الشيك الإلكتروني جميع هذه البيانات.

بناءً على المعلومات السابقة، يتطلب صحة الشيك الإلكتروني استيفاء جميع البيانات والشروط التي يتطلبها الشيك التقليدي، ومن ثم يمكن للشيك الإلكتروني أن يحمل نفس قوة وحجية الشيك الورقي في الدول التي تعترف بصحة التوقيع الإلكتروني (عبد الفتاح، 2004، صفحة 67)، يتم توقيع الشيك الإلكتروني باستخدام التوقيع الإلكتروني، الذي يعتمد على بنية تحتية للمفاتيح العامة مع استخدام الرقم السري في نفس الوقت.

وبشكل ملخص لما جاء سابقاً نقول، أنه يتم إنشاء الشيك الإلكتروني عبر نظام الكتروني، ويتضمن بيانات الأطراف الثلاثة للشيك والمبلغ المحدد فيه، ويتوافق مع المتطلبات القانونية المحددة في المحرر الذي يعتبره القانون ملزماً، ويتضمن الشيك توقيع الساحب بشكل الكتروني عبر الإنترنت، ليتم بعد ذلك إرسال الشيك عبر الإنترنت كرسالة بيانات إلى المستفيد، الذي يقوم بإيداعه في بنكه وتحويل قيمته الإلكترونية إلى حساب المستفيد المعني في البنك الذي يتعامل معه.

ب- تداول الشيك الإلكتروني

يتم استخدام الشيك كأداة تجارية لتحويل الأموال بين الأطراف المختلفة، ويمكن تداوله بين الأطراف المعنية حتى يتم تقديمه إلى البنك المسحوب عليه، ويختلف الشيك التقليدي عن الشيك الإلكتروني في أن الأخير يتم إصداره وتداوله بشكل الكتروني دون الحاجة لورقة مطبوعة، مما يساعد في تسريع العملية وتوفير التكاليف، حيث تستخدم التكنولوجيا الحديثة والإنترنت في إتمام عمليات الشيك الإلكتروني، مما يتيح للأطراف المعنية تسهيل العمليات التجارية الدولية وتخفيض تكاليف العمليات المالية.

يبدأ تداول الشيك الإلكتروني، عندما يقوم العميل بطلب خدمات أو بضائع من التاجر، وبعد ذلك يرسل التاجر فاتورة إلكترونية له، وبمجرد موافقة العميل على الدفع، يقوم بإرسال شيك الكتروني للموقع الإلكتروني كتأكيد على الموافقة بالدفع. يتم التظهير على الشيك الإلكتروني باعتباره توقيعاً الكترونياً من التاجر، ويتحمل البنك المصدر والمستفيد مسؤولية التحقق من سحب المبلغ المتفق عليه من حساب العميل وإضافته لحساب التاجر، وكمرحلة أخيرة

وبعد استلام الشيك الإلكتروني من العميل، يُمكن للتاجر البدء في تقديم الخدمة المطلوبة أو شحن البضاعة (الحموري، 2010، صفحة 207).

يتم تداول المعاملات بشكل مرحلي وسريع حيث يكون الفارق الزمني بين المراحل قصير جداً، وتم ذلك وفق خطوات محددة كما يلي:

❖ المرحلة الأولى:

يقوم البنك بإصدار دفتر صكوك أو شيكات إلكترونية للعملاء بأرقام تسلسلية في الإطار المخصص له موقع البنك، حيث يتم تخصيص رصيد لكل عميل، ويُمكن للزبون استخدام الصكوك أو شيكات عن طريق الإرسال المباشر عبر الإنترنت أو من خلال نظام خاص بالمعاملين، حيث يتم تعبئة الشيك الإلكتروني بنفس الطريقة التي يتم بها تعبئة الشيك الورقي، وتوقيعه بواسطة توقيع الكتروني (Chiffre) أي توقيع مرقم (حوالف، 2016، صفحة 92).

كما يُمكن للبنوك والمؤسسات المالية الأخرى أن توفر خدمات تداول الشيكات الإلكترونية بطرق مختلفة، فبعض البنوك يُمكنها توفير تطبيقات الهاتف الذكي التي تسمح للعملاء بإصدار وتوقيع الشيكات الإلكترونية بشكل مباشر من هواتفهم.

وبالاعتماد على نظام القراءة الأتوماتيكية للشيكات، يتم استلام الشيك الإلكتروني من المشتري المستهلك من قبل البائع ويتم التوقيع عليه بتوقيع الكتروني مشفر من قبل البائع كمستفيد، ومن ثم يتم إرسال أمر الدفع الإلكتروني مباشرة إلى بنك التاجر (حوالف، 2016، صفحة 92).

❖ المرحلة الثانية:

يتم في هذه المرحلة التأكد من صحة العملية المالية التي تم إجراؤها عن طريق الشيك الإلكتروني، ويتم ذلك من قبل البنك أو المؤسسة المالية المعنية، حيث يتم إجراء مراجعة شاملة للعملية والتأكد من صحة التوقيعات وصحة البيانات المالية المتعلقة بالشيك، وفي حالة تأكد صحة العملية المالية، يتم دفع مبلغ الشيك كما لو كان على دعامة ورقية عادية، وبعد ذلك يتم إخطار البائع والمشتري بإتمام العملية المالية بنجاح، وبإمكان الشخص الذي يمتلك رصيد اتفاقي بخصوص شيكات عادية، الاستفادة من خدمة الشيكات الإلكترونية دون الحاجة لفتح حساب جديد، ويُمكنه استخدام البنك الوسيط لشبكة الإنترنت للتحقق من صحة التوقيعات وتنفيذ العملية المالية، دون الحاجة لفتح حساب آخر، ويجدر بالذكر أن استخدام الشيكات الإلكترونية يخضع للقوانين واللوائح المحلية والدولية التي تنظم هذه الخدمة (حوالف، 2016، الصفحات 92-93).

وعليه يُمكن القول إنَّ تداول الشيكات الإلكترونية يتطلب وجود وسيط يسمى جهة التخليص، والذي غالباً ما يكون البنك، حيث يتم فتح حساب وتحديد توقيع العميل الإلكتروني، فعلى سبيل المثال لا الحصر و-كما أشرنا سابقاً- يقوم المشتري بإصدار الشيك وتوقيعه الإلكتروني، وإرساله عبر البريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع الذي يوقعه كمستفيد إلكترونياً، ثم يتم إرساله إلى البنك الذي يقوم بمراجعته وإخطار الطرفين بإتمام المعاملة المصرفية.

ج- الوفاء بالشيك الإلكتروني

يُمكن اعتبار الشيك ورقة تجارية مستحقة الوفاء بمجرد استلامه، وبإمكان المستفيد أن يقدم الشيك للبنك المسحوب عليه في أي وقت لاستلام قيمته، ولكن المشرع حدد مدة زمنية لتقديم الشيك للوفاء، لحماية مصالح الأطراف المختلفة، مثل مصلحة الحامل والمظهرين والبنك المسحوب عليه، ورغم أن المواعيد المحددة في قانون التجارة لتقديم الشيك مصممة للشيك التقليدي وليس للشيك الإلكتروني، إلا أنه لا يوجد تشريعات خاصة بالشيك الإلكتروني سوى تلك الموجودة في قانون المعاملات الإلكترونية، لذلك فإن الالتزام بالمواعيد المحددة في قانون التجارة يُعتبر ملائماً للشيك الإلكتروني (مطرع، 2022).

يجب الإشارة إلى أن البائع في التجارة الإلكترونية يحاول تقليل مخاطر عدم الوفاء من قبل المشتري، وذلك عن طريق ربط السداد بعملية إصدار أمر الشراء التفاعلي، ومن ثم تتم معالجة العملية من خلال نظام الوفاء الإلكتروني (الحموري، 2010، صفحة 214)، ونتصور أنه عندما يزور المستهلك موقع تجاري عبر الويب، ويقرر شراء سلعة أو خدمة والسداد عبر الموقع، يُمكن أن تتم معالجة الدفعة على الموقع مباشرة، أو التعاقد مع مزود خدمة الوفاء الإلكتروني لإدارة هذا الجزء من الصفقة مقابل عمولة أو رسوم ثابتة، وذلك لتجنب تعقيدات أمن المعاملات والحاجة لتركيب برامج ومعدات إضافية، ويجدر بالذكر أن الخيار الثاني هو الأكثر تداولاً وفقاً للاتجاه العالمي (العربي، 2000).

تعتمد خدمات الوفاء الإلكتروني على عدة عوامل داعمة تجعلها قادرة على تقديم خدمة موثوقة وسريعة للزبائن، ومن هذه العوامل (الحموري، 2010، صفحة 215):

- احتفاظ مزود الخدمة بوحدة متعددة من خادم الويب ومصادر الطاقة البديلة: تعمل هذه الوحدات بشكل موازي لضمان استمرارية الخدمة، حيث يُمكن أن تتدخل الأحداث مع بعضها البعض، مما يؤدي إلى تعطل الخادم، لذا تعتبر وجود وحدات بديلة هو أمر ضروري لتجنب فقدان الاتصال وتحسين توافر الخدمة.
- توفر عدة خطوط اتصال بالإنترنت: يتوفر مزود خدمة الوفاء الإلكتروني على عدة خطوط اتصال بالإنترنت للتأكد من وجود اتصال دائم ومتوفر دائماً، حتى في حالة تعطل إحدى الخطوط الرئيسية.
- إدارة الحمل الزائد: يتم إدارة الحمل الزائد بشكل جيد من خلال مزود خدمة الوفاء الإلكتروني، حيث يتم التعامل مع حمل الخدمة الزائد عن طريق تخصيص الخادم القوي للتعامل مع عدة بائعين وعدد كبير من المستهلكين في نفس الوقت.
- تشفير البيانات: يتم تنفيذ عملية التشفير المطلوبة لسرية المعاملة بواسطة معدات إضافية متخصصة لتسريع عمليتي التشفير وفك التشفير، وبالتالي تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات وزيادة سرعة الخدمة.

وعليه يُمكن القول أن، الشيك الإلكتروني يعد وسيلة دفع رقمية تعتمد على الإنترنت، حيث يتم إصداره عبر الإنترنت بدلاً من الطريقة التقليدية لإصدار الشيكات الورقية بضمانات والوفاء الأعلى، حيث يتم التحقق من صحة الحساب البنكي لصاحب الشيك وتوفير الأموال المطلوبة في الحساب عند وقت الدفع.

يعمل نظام الشيك الإلكتروني بشكل مشابه لنظام الشيك التقليدي، ولكن مع الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة لتسهيل وتحسين العمليات النقدية وتقليل مخاطر الاحتيال وعدم الوفاء، ويضمن النظام أن يتم سداد المبلغ المطلوب في

الوقت المحدد، وذلك بفضل وجود مركز تسوية يتحقق من صحة معلومات الحساب البنكي لصاحب الشيك، ويتأكد من توافر الرصيد الكافي لإتمام الدفع.

بالإضافة إلى ذلك يتم استخدام الشيك بشكل واسع في التجارة الإلكترونية، حيث يمكن للمشتري والبائع إجراء عمليات الدفع بسرعة وأمان، ومع تحسين نظام الوفاء الإلكتروني، فإن الشيك الإلكتروني يُعد اليوم واحداً من أكثر الطرق الآمنة والموثوقة لإجراء الدفعات الإلكترونية.

يمكن الاستنتاج من كل ما سبق أن الشيكات الإلكترونية تتطلب وجود نظام مركزي لمعالجتها وتسهيل عملية دفع قيمتها، ويتم ذلك من خلال إنشاء مراكز المقاصة أو الغرفة الإلكترونية، وسنتناول فيما يلي شرحاً أكثر تفصيلاً لهذا النظام.

د- غرفة المقاصة لتخليص الشيكات الإلكترونية

يتطلب تنفيذ عمليات التحويل والدفع الإلكتروني باستخدام الشيكات الإلكترونية وجود نظام مركزي مخصص لمعالجة هذه العمليات، وهذا النظام يُعرف بـ غرفة أو مراكز المقاصة "Chambres de compensation"، حيث يتيح هذا النظام تحويل بلغ الشيك من حساب المستهلك أو العميل المدين إلى حساب التاجر الدائن (حوالف، 2016، صفحة 97).

تأسست العديد من المؤسسات التي تُقدم خدمات الدفع بالشيكات الإلكترونية، منها مؤسسة «ChekFree Corporation» في الولايات المتحدة الأمريكية، أما فيما يتعلق بفرنسا، فقد تم تطوير نظام معالجة الشيكات الإلكترونية وتشغيله بواسطة بنك فرنسا اعتباراً من عام 1972 (Gavlda & Michel, 1994)، هدَف هذا النظام الرئيسي كان تسهيل العمليات التي تعتمد على الشرائط المغناطيسية، التي تمثل جزءاً أساسياً من العمليات المتعلقة بالشيكات الإلكترونية وأوامر الدفع، بالإضافة إلى الصكوك الورقية والإلكترونية، وبدءاً من عام 1993، تم اعتماد نظام آخر، وهو نظام مقاصة إلكتروني بين البنوك «Système interbancaire de compensation»، الذي توسع نطاق استخدامه ليشمل معالجة الدفع بواسطة بطاقات الائتمان البنكية (Toering & Brion, 1999, p. 82).

• **نظام المقاصة القائم بين البنوك:** هذا النظام يسير العمليات المصرفية غير المادية المتعلقة بجميع وسائل الدفع باستثناء الشيك التقليدي، حيث يشرف على تنفيذ هذا النظام مجموعة من البنوك بالتعاون مع بنك فرنسا، وتم اعتماد هذا النظام في بداية التسعينيات ليحل محل نظام حاسوب المقاصة ويقوم بمعالجة المدفوعات بوسائل إلكترونية.

بدءاً من عام 2002، شهد هذا النظام ارتفاعاً كبيراً في نسبة الاعتماد عليه، حيث أصبح هذا يمثل النظام الوحيد الذي يسير تداول وسائل الدفع، ويقوم بتنفيذ حوالي (45) مليون عملية دفع ومقاصة يومياً عبر هذا النظام، بإجمالي يصل إلى حوالي (19) مليار يورو، يُعزى هذا التطور إلى التطور التدريجي لوسائل الدفع الإلكتروني وتخليها عن طابعها المادي.

ويتعين التنويه إلى أن القانون الجزائري قام بتنظيم إدارة وظائف غرفة المقاصة، وفقاً للتنظيم 03/97 في المادة الثالثة والمتعلق بالشؤون المالية، حيث تهدف غرفة المقاصة وفقاً لهذا القانون إلى تيسير العمليات اليومية للمشاركين

بغض النظر عن وسائل الدفع التقليدية أو الإلكترونية التي يستخدمونها، ويطلب من المشتركين تحمل تكاليف تسيرها وفقاً للشروط المحددة من قبل البنك الجزائري (و اقد، 2011، صفحة 64).

المادة 18 من التنظيم السابق المشار إليه تحدد مفهوم "عملية المقاصة"، على أنها تشمل جميع العمليات التحويلية اليومية بين البنك الجزائري وأعضاء آخرين من جهة أخرى، حيث يتم ذلك لصالح صاحب الحساب لدى المشتركين في هذه العمليات باستخدام جميع وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية، في حين تتم هذه العمليات في مقر الغرفة بحضور ممثل عن كل عضو مشارك في العملية التحويلية.

• نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (ARTS) *

هو نظام معترف به عالمياً يستخدم لتسوية طلبات الدفع عالية القيمة والأهمية التي تحدث داخل نطاق الدولة، ويعرف عالمياً بنظام التسوية الإجمالية في الوقت الحقيقي (RTGS)**، حيث يتم فيه تسوية المعاملات في الوقت الحقيقي وبشكل مستمر ودون تأخير، ويسهل هذا النظام الإلكتروني بطريقة آمنة نقل وتحويل المبالغ المالية من حساب مصرفي إلى آخر بسهولة، كما تتم معالجة الدفعات في نفس اليوم وبنفس القيمة، دون إلغاء أو تأخير.

بالنسبة للتشريع الجزائري والنظام المالي فيه، فقد حدّد النظام رقم 04-05 المؤرخ في 13 أكتوبر 2005، مفهوم لنظام التسوية الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (ARTS)، على أنه: "نظام يخص أوامر الدفع التي تتم ما بين المصارف باستخدام التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة والدفع الفوري المحقق من قبل المشاركين في هذا النظام.

ويعرف أيضاً على أنه: تنفيذ أوامر التحويل المصرفية أو البريدية في وقت حقيقي على أساس إجمالي ودون فترة سماح، والقاعدة العامة هي عملية بعملية، ويتعلق الأمر بالتحويلات التي يفوق مبلغها واحد مليون دينار جزائري، وكذا التحويلات السريعة التي تكون أقل من هذا المبلغ بطلب من العميل (معطي، 2012، صفحة 65).

أن نظام (ARTS) هو نظام داخلي (Endogène) لبنك الجزائر، فهو الذي يشرف عليه ويديره في إطار وظيفته كبنك للبنوك، وأن كل العمليات مع بنك الجزائر والعمليات فيما بين البنوك، تعالج تلقائياً داخل هذا النظام أهداف نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل:

تحرص الدول على إيجاد أنظمة دفع فعالة، ويجب أن تتضمن هذه الأنظمة على نظام معلوماتي قوي يتيح الاتصال بين الهيئات المكونة له، فتطور المؤسسة المصرفية مرتبط بتطور أنظمة الدفع، وتعتبر التكنولوجيات الحديثة هي الأرضية المثلى لتحسين هذه النظم بالنسبة للمصارف، ويهدف نظام (ARTS) إلى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي (معطي، 2012، صفحة 65):

- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات؛
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية؛
- تسوية عمليات البطاقة البنكية وكل وسائل الدفع الأخرى في وقت حقيقي؛
- تقليص آجال التسوية وتشجيع استعمال الدفع الإلكتروني؛

* ARTS : Système de Règlement Brut en Temps Réel des Montants Élevés et de Paiement Urgent.

** RTGS : Règlement Brut en Temps Réel.

- دعم فعالية السياسة النقدية وتقليص آجال الدفع وأمن المبادلات؛
- تشجيع وتنمية وسائل الدفع الإلكتروني؛
- تخفيض تكلفة تسيير المدفوعات والسيولة الموجودة في حسابات التسوية المصرفية.

الفرع الثاني: التحويل المالي الإلكتروني

نظام التحويلات المصرفية الإلكترونية للأموال يُعتبر واحدًا من أهم العمليات المصرفية التي تجربها البنوك، سواء كانت تقليدية أو إلكترونية، ويُعتبر جزءًا أساسيًا من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الإنترنت، حيث يُمكن لهذا النظام نقل التحويلات المالية والمدفوعات بين حساب بنكي وآخر بطريقة إلكترونية آمنة، مع الحفاظ على سرية وأمان المعلومات المتعلقة بهذه العمليات (الجنبيهي والجنبيهي، 2006، صفحة 36).

هذا النظام يتيح للأفراد والكيانات التنفيذ الآمن والمباشر لتحويلاتهم المالية دون الحاجة إلى تداول النقود الورقية أو الشيكات التقليدية، مما يعزز هذا النهج سهولة الوصول إلى الخدمات المصرفية ويساعد في توفير الوقت والتكاليف. استناداً إلى هذه المسائل المطروحة، يصبح من الضروري البحث في مفهوم التحويل المالي الإلكتروني كخطوة أولى، وتوضيح أشكال وأساليب تنفيذ هذا المفهوم بمزيد من التفصيل كخطة ثانية.

أولاً: مفهوم التحويل المالي الإلكتروني

عملية التحويل الإلكتروني للأموال تمثل إحدى العمليات المصرفية الإلكترونية التي تنفذها البنوك عبر شبكة الإنترنت، ويعزى ذلك إلى تأثير واستجابة القطاع المصرفي للتقدم الكبير في مجال التكنولوجيا وثورة الاتصالات في هذا العصر، وفي هذا السياق بدأت البنوك في استكشاف بدائل إلكترونية للطرق التقليدية في تنفيذ العمليات المصرفية، ولهذا أصبحت البنوك تعتمد بشكل كبير على البنية الإلكترونية لتنفيذ معاملاتها المصرفية.

1- تعريف عملية التحويل المالي الإلكتروني

تقنية التحويل المصرفي، تُعتبر عن عملية نقل الأموال من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر، سواء كان ذلك الحساب تابعاً لنفس الشخص أو لفرد آخر، حيث يُمكن أن تتم هذه العملية داخل نطاق بنك واحد أو بين عدة بنوك، سواء كانت هذه البنوك في نفس البلد أو بلدان مختلفة (ركوك، 2006، صفحة 46)، أي أن العملية يُمكن أن تكون داخلية أو خارجية، وتستند إلى تبادل المعلومات بين البنوك المشاركة لتأكيد التحويل وضمان سلامته وصحته.

يشار إلى عملية التحويل المصرفي في هذا السياق بأنها " عقد بين الأمر بالتحويل المصرفي والبنك مصدر الحوالة"، حيث يتعهد البنك بموجب هذا العقد بدفع مبلغ من النقود، إما بشكل مباشر أو عبر وسيلة أخرى، يعادل قيمة الحوالة إلى المستفيد، في حين يتم هذا التحويل بناءً على اتفاق مسبق بين الطرفين، ويتم تحديد عمولة متفق عليها كتكلفة لهذه الخدمة (ذوابة، 2006، صفحة 23).

يُعرف التحويل المصرفي من منظور آخر على أنه " العملية التي تقوم فيها بقيد مبلغ محدد من المال في الجانب الدائن لحساب آخر، حيث يُمكن أن يتم قيد المبلغ إما في حساب الشخص الذي قام بالتحويل أو يُقيد في حساب شخص آخر،

وتنفذ هذه العملية وفقاً لطلب الشخص الذي قام بالتحويل، سواء كان هذا الطلب داخل نفس البنك أو في بنك آخر (عوض، 2008، صفحة 159).

أما فيما يتعلق بتعريف التحويل المصرفي الإلكتروني، يُلاحظ أنه لا يتخذ تفاوتاً كبيراً عن تعريف التحويل المصرفي بشكل عام، إلا أن الفارق الرئيسي يكمن في وسيلة صدور الأمر أو تنفيذ عملية النقل، حيث يتم ذلك بواسطة وسيلة إلكترونية، يقوم العميل بإصدار الأمر إلى بنكه بشكل إلكتروني.

يُعتبر التحويل المصرفي الإلكتروني عن: "نقل مبلغ من حساب إلى حساب آخر سواء كان في نفس البنك أو في بنك آخر، عن طريق القيد الإلكتروني، حيث يتم قيد المبلغ المحول في الجانب المدين من حساب العميل الأمر بالتحويل، وفي الجانب الدائن من حساب العميل المستفيد" (المساعدة، 2015، صفحة 35).

كما يعرف التحويل الإلكتروني أنه: "عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً، من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، حيث تتم العمليات إلكترونياً عن طريق أجهزة الكمبيوتر أو الهاتف أو المودم عوضاً عن استخدام الأوراق (زحوفي وزمالة، 2018).

عُرفت عملية التحويل المصرفي الإلكتروني أيضاً، على أنها: "تحويل مبلغ نقدي من خلال شبكات اتصال إلكترونية، تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشتركين فقط وفقاً لشروط عضوية تحددها البنوك" (شرقاوي، 2003، صفحة 17).

ومن خلال ما سبق، نجد أن عمليات التحويل المصرفي الإلكتروني مختلفة عن التحويل المصرفي العادي، حيث يكون الوسيط في التحويل الإلكتروني عادةً برنامجاً يقوم بتجميع التحويلات وإرسالها إلى دار المقاصة الآلية، لتقوم هذه الدار بإرسال نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل، ويقوم البنك بمقارنة العملية مع رصيد العميل، إذا كان هناك تطابق، يتم إرسال رسالة إيفاد، وإذا لم يكن هناك تطابق، يتم إرسال رسالة عدم إيفاد متبوعة بإعادة الإشعار إلى العميل.

وفي حالة عدم وجود وسيط، يلزم التاجر أو الأمر بالدفع أن يكون لديه برامج خاصة تسمح له بإجراء العمليات، في حين يتطلب ذلك أن لديه كلمة مرور تمكن التعامل معه من إرسال نموذج الدفع عند الإيفاد، ويكون هذا النموذج مؤمناً، حيث يقوم التعامل بإرساله إلى دار المقاصة الآلية، والتي بدورها ترسل الاعتماد إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب الطرف المدين وتحويله إلى الطرف الدائن.

2- التعريف التشريعي لعملية التحويل المالي الإلكتروني

نصت المادة (25) من قانون المعاملات الإلكترونية الأردنية رقم 85 لسنة 2001 على أنه: "يُعتبر تحويل الأموال بوسائل إلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع، ولا يؤثر هذا القانون بأي صورة كانت على حقوق الأشخاص المقررة بمقتضى التشريعات ذات العلاقة النافذة المفعول" (الجريدة الرسمية الأردنية، قانون المعاملات الإلكترونية الأردنية رقم 85، 2001).

وتنص المادة (92) الفقرة (أ) من قانون البنوك الأردني رقم (28) لسنة 2000 على أن: "أ- للبنك المركزي أن يضع نظاماً إلكترونياً لتحويل الأموال بالتنسيق مع البنوك وفي هذه الحالة يكون للبنك المركزي الحرية في إجراء الدفع والقبض بواسطة هذا النظام وإعلام البنوك المعنية بذلك" (الجريدة الرسمية الأردنية، قانون البنوك الأردني رقم 28، 2000).

أما المشرع الجزائري لم يوفر تعريفاً صريحاً لعملية التحويل المصرفي، ومن خلال فحص نصوص الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 11-03 المتعلق بالنقد والقرض، 2003)، وخاصة المادة (51) التي تتناول العمليات التي يقوم بها البنك الجزائري، والتي تنص على أنه: "يُمكن للبنك الجزائري القيام بكافة العمليات البنكية مع البنوك والمؤسسات المالية التي تنشط في الجزائر ومع كافة البنوك المركزية الخارجية"، وهذا يقودنا إلى استنتاج أن عملية التحويل المصرفي الإلكتروني تعتبر عملية قانونية ومنصوص عليها في النظام البنكي الجزائري.

يستند هذا الاستنتاج إلى مصطلح "كل العمليات" المستخدم في نص المادة المذكورة أعلاه، والذي يُظهر التوجه الواضح للمشرع الجزائري نحو تطوير تقنيات نشاطه، سواء بين المؤسسات المالية والبنوك أو تطويراً للنظام البنكي الجزائري بشكل عام.

وقد اتجه المشرع الجزائري في نفس السياق، إلى إصدار القانون الجديد رقم 07-14 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، حيث ومن خلال المادة (42) من هذا القانون، قرر المشرع بشكل صريح أن يكون التحويل للأموال ممكناً عبر جميع وسائل الدفع، سواء الكتابية أو الإلكترونية.

على الرغم من عدم تقديم المشرع الجزائري تعريفاً صريحاً للتحويل البنكي، إلا أنه أشار إلى العناصر التي تشترك في هذه العملية، يُمكن الرجوع في هذا السياق إلى المادة (543) مكرر 19 من الأمر رقم 02-05 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للقانون التجاري، حيث تم تناول هذه العناصر في النص الذي جاء فيها: "يحتوي الأمر بالتحويل على: 1- الأمر الذي يوجهه صاحب الحساب إلى ماسك الحسابات لتحويل الأموال أو القيم أو السندات المحددة القيمة، 2- بيان الحساب الذي يتم الخصم منه، 3- بيان الحساب الذي يتم إليه التحويل وصاحبه، 4- تاريخ التنفيذ، 5- توقيع الأمر بالتحويل" (الجريدة الرسمية، أمر رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للقانون التجاري، 2005).

وفي التقنين التجاري الموحد الأمريكي بشأن تحويل الأموال سنة 1989، فقد عرف هذا القانون التحويل المصرفي بأنه: "سلسلة إجراءات تبدأ بأمر الدفع أو التحويل للمستفيد، يشمل هذا أمر صادر عن البنك الأمر أو البنك الوسيط الأمر بالتحويل ليتم نقل الأموال بقبول البنك المستفيد لدفع قيمة الحوالة لمصلحة العميل المبين في أمر التحويل" (Uniform Commercial Code, 1989)*.

أما القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال الصادر عن لجنة الأمم المتحدة (الأونسيترال) عام 1992، فقد عرف التحويل المصرفي على أنه: "سلسلة من الخطوات، تبدأ بأمر الدفع الصادر من العميل الأمر، لغرض وضع الأموال أو

* Article 4A—104 of the UCC (Uniform Commercial Code) Which Prescribe

(a) "Funds transfer" means the series of transactions, beginning with the [originator's payment order](#), made for the purpose of making payment to the [beneficiary](#) of the order. The term includes any payment issued by the [originator's bank](#) or an [intermediary bank](#) intended to carry out the originator's payment order. A [funds transfer](#) is completed by acceptance by the [beneficiary's bank](#) of a payment order for the benefit of the beneficiary of the originator's Payment order"

الحوالة تحت تصرف المستفيد، ويشمل هذا التعريف أمر الدفع الصادر عن البنك الأمر أو أي بنك وسيط ينوي تنفيذ أمر الدفع الصادر عن الأمر" (الأونسترال، المادة الثانية من القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال ، 1992)*.

أما ما يتعلق بالاجتهاد القضائي فنجد أنه لم يخالف فقهاء التشريع في تعريفه لعملية التحويل المصرفي للأموال بصفة عامة، سنقوم في هذا السياق بمراجعة عدة اجتهادات قضائية، بهدف توضيح تعريف إجرائي شامل لعملية التحويل المصرفي الإلكتروني للأموال.

في القانون الأردني، لم يتم تطوير الإطار القانوني للتحويل المصرفي بشكل ملائم، حيث لم ينص على أي قواعد خاصة لتنظيم هذه العملية في قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966، ولم تقدم محكمة التمييز الأردنية أي تعريف صريح لعملية التحويل المصرفي.

وعلى النقيض من ذلك كان الاجتهاد القضائي المصري أكثر وضوحاً حيث تناول بصراحة موضوع التحويل المصرفي في عدة مناسبات، ففي حكم لمحكمة النقض المصرية في جلسة 24 يناير 2008 جاء فيه: "...ذلك أنه لما كان من المقرر - في قضاء هذه المحكمة - أنه يتعين على البنك تنفيذ أمر التحويل المصرفي طبقاً لتعليمات الأمر بعد التحقق من صدور التوقيع على الأمر من الشخص المفتوح باسمه الحساب أو ممن له سلطة تشغيلية ما دام لأمر التحويل مقابل وفاء لدى البنك ويتم تنفيذ الأمر بمقدار المبلغ المبين به بقيده في الجانب المدين من حساب الأمر إضافته إلى رصيد المستفيد..." (محكمة النقض المصرية، 2008)

أما القضاء في دولة الإمارات العربية المتحدة فقد جاء في حكم لمحكمة تمييز دبي جاء فيه: "...النص في المادة من قانون المعاملات التجارية مفاده أن التحويل المصرفي هو عبارة عملية نقل مصرفية تستعمل كأداة أو وسيلة مصرفية لنقل النقود بطريقة القيود المحاسبية من حساب إلى آخر وذلك دون الالتجاء إلى تسليم نقود للمستفيد، وهو بهذه المثابة يختلف عن كافة أنواع الأوراق التجارية في عناصره ونتائجه ويلتزم المصرف الذي يفتح لديه حساباً للقيام بعمليات تحويل مصرفي بالقيام بهذا العمل كمهني محترف ..." (المساعدة، 2015، صفحة 8)

ثانياً: أنواع التحويل المالي الإلكتروني

في عملية التحويل المصرفي الإلكتروني، تُطبق نفس الشروط المطلوبة في التحويل المصرفي التقليدي، غير أن الاختلاف الرئيسي يكمن في أن تنفيذ عملية النقل وإصدار الأمر يتمان بواسطة وسائل إلكترونية، في حين يُعتبر نظام التحويلات المالية الإلكترونية عملية تفويض تمكن البنك من تنفيذ حركات التحويل المالي بين الحسابات دون الحاجة إلى وسائل تقليدية، وتنفذ كل هذه العمليات بشكل إلكتروني، فيمكن تنفيذها بواسطة الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة المودم، مما يعزز سهولة وفعالية العمليات المالية بدلاً من الاعتماد على الأوراق التقليدية (الجنبيبي والجنبيبي، 2006، صفحة 48).

* Article 2 of the UNCITRAL Model Law On International Credit Transfers, 1992

(a) "Credit transfer" means the series of operations, beginning with the originator's payment order, made for the purpose of a beneficiary. The term includes Any payment order issued by the originator's bank or any intermediary bank intended to carry out the originator's payment order. A payment order issued for the purpose of effecting payment for such an order is considered to be part of a different credit transfer.

وعليه فإنَّ عملية التحويل المصرفي الإلكتروني تتنوع في أشكالها، وتظهر بصور متعدد وذلك بناءً على اختلاف الأطراف المشاركة والعناصر التي تدخل في إتمامها، ويرجع هذا التنوع إلى عدم وجود نظام موحد لتنظيم هذه العملية، حيث تعتمد أساساً على حرية التعاقد التي تمتلكها المؤسسات المصرفية (Jeantin, 1999).

هذا التنوع يعكس مرونة العمليات المصرفية وتكاملها مع متطلبات واحتياجات الأفراد والشركات، ويتيح للمؤسسات المصرفية تطوير أشكال مختلفة من عمليات التحويل المصرفي الإلكتروني لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل.

1- التحويل المالي الإلكتروني حسب الأطراف المتدخلة

هناك خيارات متعددة لعملية التحويل المالي الإلكتروني، سواء كان ذلك عبر بنك واحد، أو بنكين مختلفين، أو ثلاث بنوك، مما يتيح للأشخاص أو الشركات الاختيار بحسب تفضيلاتهم واحتياجاتهم، وعليه فإنَّ صور التحويل المالي الإلكتروني حسب الأطراف المتدخلة (البنك/البنوك) في عملية التحويل هي:

- التحويل المالي بين حسابين في بنك واحد: في هذا السياق، يكون كل من "المرسل" و"المستلم" في عملية التحويل عميلين لدى بنك واحد، سواء كانوا في نفس الفرع (فرع أ) أو في فرع آخر تابع لنفس البنك، وتُعتبر هذِي العملية داخلية من وجهة نظر البنك، حتى إذا تمت بين فروع مختلفة لنفس البنك، حيث يتم ذلك من خلال الحاسوب الذي يُسجل قيداً "مدينأً" في حساب "المرسل" وقيداً "دائناً" بنفس المبلغ في حساب "المستلم" في نفس اللحظة (عوض، 2008، صفحة 187)، وإذا تمت عملية التحويل من فرع إلى فرع آخر لنفس البنك، فإنَّ البنك يتعامل مع هذا التحويل كما لو كان تحويلأً من البنك الأصلي إلى البنك المستلم في نفس الوقت، أما بالنسبة للفرع الذي يحتفظ فيه "المستلم" بحسابه، يُعتبر هذا الفرع فرعأً للبنك المحول إليه أو البنك "المستلم"، ويتعامل معه وفقاً لهذا السياق (الزبن، 2012، صفحة 77)، وهنا يتم التأكيد على الدور الحيوي للحاسوب في تنفيذ هذه العمليات بشكل فوري، حيث يقوم بتسجيل القيود المدينة والدائنة في حسابات المرسل والمستلم في نفس اللحظة، مما يعمل على تنفيذ العمليات بسهولة وسرعة، وهذا ما يعزز فعالية وجاذبية هذه الخدمات المصرفية.

- التحويل المالي بين حسابين في بنكين مختلفين: يُجرى معظم عمليات التحويل المالي الإلكتروني من خلال بنكين مختلفين، حيث يحتفظ كل من المرسل والمستلم بحساب في هذين البنكين، حيث يقوم طالب التحويل بتقديم طلب إلى بنكه، يطلب فيه تنفيذ عملية تحويل معينة من حسابه إلى حساب شخص آخر في بنك مختلف، فيقوم البنك في هذه الحالة بتأكيد وتوقيع عملية التحويل وفقاً لتلك التعليمات (القضاة، 2000، صفحة 959)، ويشمل هذا السياق أيضاً، الحالة التي يكون فيها للعميل الأمر بعملية التحويل أكثر من حساب لدى بنكين مختلفين، فيقوم العميل سواءً كان فردأً أو شركة، بنقل مبلغ من أحد حساباته في أحد البنوك إلى حساب آخر لديه في بنك آخر، على سبيل المثال، إذا كانت الشركة قد قامت بفتح حسابات لفروعها لدى مصارف متعددة، تُجرى عملية التحويل البنكي الإلكتروني في هذه الحالة بنفس الطريقة و الصيغ السابقة (واشد، 2011، صفحة 101)، يبرز النظام الثنائي للحسابات (التي يحتفظ بها المرسل والمستلم في البنكين) مدى التعاون بين البنوك المختلفة في تسيير التحويلات وتحسين تجربة المستخدم، مما يعكس تطور الأنظمة المصرفية الحديثة التي تسعى إلى تحقيق أقصى قدر من الفعالية والراحة للعملاء في إدارة أمورهم المالية.

- التحويل المالي بين بنكين وبنك وسيط: تستند هذه العملية على اللجوء إلى بنك وسيط في حال عدم وجود علاقة مصرفية مباشرة بين بنك الشخص الذي يقوم بعملية التحويل وبين البنك المستلم، يعني ذلك أنه لا يوجد حساب مباشر بينهما أو أنهما لم يكونا مشتركين في غرفة مقاصة واحدة لتسوية حساباتهما، وفي هذه الحالة يتم اللجوء إلى بنك ثالث يعمل كوسيط، حيث يتم التحويل بين البنكين المعنيين من خلال البنك الوسيط لضمان تسوية العملية بشكل فعال وآمن.

البنك الوسيط في هذا السياق هو البنك الذي يتم اللجوء إليه، حيث يحتفظ كل من البنكين بحساب فيه، وينفذ عبره تسوية التزامات الطرفين ناتجة عن عملية التحويل، على سبيل المثال، إذا كانت العملية تنطوي على تحويل مبلغ إيجابي (دائناً)، يوجه طالب التحويل تعليمات إلى بنكه لتحويل هذا المبلغ إلى حساب المستفيد في بنك آخر، الذي يتم تحديده من قبل طالب التحويل، وعليه يقوم البنك المحول بعد التحقق من التعليمات الموجهة إليه، بإصدار أمر إلى بنك ثالث، وذلك نظراً لعدم وجود علاقة مباشرة بين بنك المستفيد وبنك طالب التحويل، يصدر البنك المحول أيضاً أمراً إلى بنك المستفيد لتسجيل القيمة في حساب المستفيد، مع التأكيد على ضرورة وجود اتفاق بين طالب التحويل وبنكه، وبين بنك طالب التحويل والبنك الثالث (الوسيط)، وبين البنك الثالث المستفيد وبنكه، يتم هذا الترتيب لتحديد الحقوق والالتزامات الناتجة عن هذه العلاقات التعاقدية (الزبن، 2012، صفحة 80).

بشكل عام، يظهر أن كل نوع من أنواع التحويل المالي يأتي مع تحدياته ومزاياه الخاصة، فتحقيق التنظيم والتفاهم بين الأطراف المعنية يلعب دوراً حاسماً في ضمان سلاسة ونجاح عمليات التحويل المالي، وبناءً على ما سبق، نستطيع تحديد كل من هذه المزايا والتحديات والذي نوضحه في الجدول رقم (04-01) التالي:

الجدول (04-01): مزايا وتحديات عمليات التحويل المصرفي الإلكتروني حسب الأطراف المتداخلة

البيان	المزايا	التحديات
التحويل المالي بين حسابين في بنك واحد	سهولة الإجراءات والفعالية	الخيارات محدودة للعمليات فيما يتعلق بالتحويل بين حسابين.
التحويل المالي بين حسابين في بنكين مختلفين	إمكانية التحويل بين بنوك مختلفة.	الحاجة إلى بنك وسيط وتنظيم دقيق لضمان سلامة العملية.
التحويل المالي بين بنكين وبنك وسيط	إمكانية التحويل بين أطراف متعددة.	تعقيد إضافي يتطلب تنسيقاً متقدماً واتفاقات مسبقة.

المصدر: تم إعداده من قبل الطالب بالاعتماد على ما سبق.

2- التحويل المالي الإلكتروني حسب المستفيد

يُمكن تنفيذ التحويل المصرفي الإلكتروني للأموال حسب هذا السياق، بين حسابين لنفس العميل أو الشركة في بنك واحد، أو بين حسابين مختلفين في الغرض أو النوع في نفس البنك، كما يُمكن أيضاً إجراء التحويل بين حسابين مختلفين في بنكين مختلفين، حيث يكون لكل بنك حساب مستقل ومنفصل، مما يتيح إجراء عمليات تحويل بين الحسابين اللذين

يخصصان لعمليتين ماليتين متفرقتين، وعليه فإنَّ صور التحويل المالي الإلكتروني حسب المستفيد (شخص طبيعي/معنوي) في عملية التحويل هي:

- تحويل في بنك واحد بين حسابين لنفس الشخص (ذوابة، 2006، صفحة 26): هذا النوع يشير إلى وجود حسابين لنفس العميل/الشركة، في نفس البنك، مما يعني أنَّ كل منهما ينتمي لنفس الشخص، وفي هذا الشكل يُعد إجراء التحويل بين هاذين الحسابين من أبسط أشكال التحويلات المتاحة، ويُمكن أن يتم في نفس الفرع أو في فرع آخر لنفس البنك، وهذا النوع من العمليات يُعد عملية داخلية بالنسبة للبنك، حتى وإن تمت بين فروع مختلفة لنفس البنك.

في هذه الحالة يتم إخطار الفرع "المستلم" للتحويل بتفاصيل القيد، وتُعتبر عملية التحويل هذه داخلية للبنك، ويتم اعتبار كل فرع تابع للبنك كوحدة واحدة، ولا يتمتع كل فرع بشخصية مستقلة، مما يجعل العمليات الداخلية بين فروع نفس البنك تتم بسلاسة وكفاءة.

- التحويل في بنك واحد بين حسابين لعمليتين مختلفتين: يفترض في هذا النوع أن يتم التحويل المالي بين شخصين، حيث يكون الأول "الأمر بالتحويل"، والثاني "المحول إليه/المستفيد"، وكلاهما يمتلكان حسابين في نفس البنك، في حالة التحويل بهذا الشكل، يقوم البنك بإجراء قيد المبلغ المراد تحويله في الجانب المدين من حساب "الأمر بالتحويل"، وفي الجانب الدائن لحساب "المستفيد"، وتُعتبر هذه الحالة النموذجية في عمليات تحويل الأموال، حيث يتم تسجيل المبلغ المحول من حساب "الأمر بالتحويل" إلى حساب "المستفيد" في نفس البنك، ويتيح هذا الإجراء تتبع العملية بشكل دقيق وضمان سلامة وصول الأموال إلى المستفيد بشكل صحيح وفوري (القضاة، 2000، صفحة 961).

- التحويل في بنكين مختلفين في حسابين مختلفين: في هذا السياق يقوم "الأمر بالتحويل" بتوجيه تعليمات إلى بنكه بوضع مبلغ محدد تحت تصرف بنك دائنه "المستفيد"، وعليه يتَّبع البنك ووفقاً لتلك التعليمات بقيد المبلغ في الجانب المدين من حساب "الأمر بالتحويل"، في حين يُضاف المبلغ في الجانب الدائن لحساب "المستفيد" من طرف البنك المحول إليه، وفي سياق تسوية المعاملات بين البنكين، غالباً ما تكون هناك علاقة مباشرة بينهما، وإن كانت غير متاحة، يتم التسوية عن طريق المقاصة أو بمشاركة بنك ثالث كوسيط، هذا النهج يضمن تنظيمياً فعالاً لعملية التحويل بين البنوك، ويساهم في تسهيل وتيسير عمليات التسوية والتبادل المالي بين الأطراف المعنية (القليوبي، 2002، صفحة 771).

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة

تقدّم التكنولوجيا في مجال المعلوماتية والاتصالات في التجارة الإلكترونية لم يقتصر على تحسين عمليات المعالجة الإلكترونية لوسائل الدفع التقليدية فقط، بل امتد إلى ابتكار واختراع وسائل دفع حديثة، والتي تعتبر نتيجة مباشرة لتطور التكنولوجيا أو كاستجابة لاحتياجات التجارة الإلكترونية، تُعد هذه الوسائل الحديثة للدفع نتيجة فورية للتقدم التكنولوجي الذي تسببت فيه الثورة المعلوماتية، حيث لم تكن معروفة سابقاً.

يظهر هذا التطور تحولاً في طبيعة ووظيفة وسائل الدفع، إذ أصبحت هذه الوسائل ليست مجرد تكنولوجيا متقدمة، بل تعتبر تجسيداً لاحتياجات ومتطلبات التجارة الإلكترونية الحديثة، بمعنى آخر، تمثل وسائل الدفع الإلكترونية

الحديثة استجابة فعالة لمتطلبات السوق وتحدياتها، وذلك نتيجة للابتكارات التكنولوجية التي أثرت على عمليات الدفع وتسوية المعاملات في سياق التجارة الإلكترونية.

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة عن الوسائل التقليدية بتبني نظام يتسم بالتطور التكنولوجي والرقمي، يعكس هذا النظام تحولاً جذرياً حيث يتخلى بشكل كامل عن الاعتماد على الوثائق الورقية، إذ يتيح إجراء جميع عمليات الدفع باستمرار من خلال استخدام وسائط إلكترونية، وتكون وسائل الدفع الإلكترونية متاحة من البداية بشكل إلكتروني، ويتم تداولها أيضاً باستخدام وسائط إلكترونية.

تم ابتكار هذه الوسائل الحديثة نتيجة لعيوب وتحديات الوسائل التقليدية، حيث فشلت بتحقيق الكفاءة والسرعة المطلوبة في انجاز المعاملات، بعض هذه الوسائل يتم بناؤها أولاً على أساس وري، ولكن في مرحلة لاحقة يتم معالجتها بشكل الكتروني، وقد جذبت هذه الوسائل الاهتمام من قبل الفاعلين في السوق، مما دفع إلى دراستها بعناية ومناقشة السبل التي يمكن تنظيمها وتحديثها قانونياً ووفقاً للتشريعات المتباينة في الدول المختلفة.

تتطلب دراستنا لوسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في هذا السياق التفصيلي التركيز على كل من بطاقات الدفع الإلكترونية، والنقود الإلكترونية.

الفرع الأول: بطاقات الدفع الإلكتروني

تعد بطاقات الدفع الإلكتروني من بين أبرز وسائل الدفع الحديثة، حيث شهدت انتشاراً هائلاً وتبنيّاً واسع النطاق، تم اعتمادها في مختلف الدول، وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من أنشطة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك والمؤسسات المالية، حيث تحقق أرباحاً هائلة، كما ساهمت أيضاً لتلبية احتياجات الملايين من العملاء للسلع والخدمات، بالإضافة إلى إمكانية سحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي التي تعمل بلا انقطاع لمدة 24/24 ساعة، بالإضافة إلى توفير للعملاء القدرة على التعامل عبر الإنترنت وسداد التزاماتهم المالية الناتجة عن هذه العمليات.

تتلخص هذه الوسيلة في توفير بطاقات تحمل معلومات ورقم حساب حاملها (العميل)، مسجلة على شريط مغناطيسي أو شيفرة، التي يمكن من خلالها أن يستفيد من مجموعة من الخدمات في المجال التجاري بواسطة المصارف وقبولها كوسيلة لمنح الائتمان.

نظراً للأهمية البالغة لموضوع بطاقات الدفع الإلكتروني، يتطلب الأمر منا استكشاف عدة جوانب، بدءاً من تحديد مفهومها، ثم بيان أنواعها التي تتنوع وفقاً لاستخداماتها.

أولاً: مفهوم بطاقات الدفع الإلكتروني

تعد بطاقات الدفع الإلكتروني وسيلة بارزة في الحياة الحديثة لتلبية الالتزامات المالية، تأثرت هذه الوسيلة بشكل كبير بالبيئة التكنولوجية الراهنة، مما أدى إلى تشكيلها بالشكل الذي نعرفه اليوم، فقد مرت بطاقات الدفع بتطور تاريخي، ولم تظهر بشكلها الحالي مرة واحدة، بل شهدت مراحل عدة من التطور حتى وصلت إلى الشكل الذي نراه اليوم.

1- تاريخ ونشأة بطاقات الدفع الإلكتروني

في الواقع بدأ التفكير في هذه البطاقات مع بداية القرن الماضي، حيث ساهم التقدم الهائل والتطور في مجالات الاتصالات والصناعات الإلكترونية والحوسبة في نقل البنوك إلى مرحلة جديدة تفوق مستواها السابق في صناعة الخدمات المصرفية، ونتيجة لتوفر الإمكانيات والحوسبة الآلية المتقدمة، تطلع المجتمع المالي إلى إقامة نظام متقدم لتسهيل عمليات تمديد المديونيات والمقاصة وإنجاز التبادلات التجارية والاقتصادية (حوالف، 2016، صفحة 119).

ظهر نظام الدفع الإلكتروني بواسطة البطاقات تحديداً في أمريكا عام 1914، تم ابتكار هذا النظام بواسطة الشركة الأمريكية (Western Union) بهدف تسهيل العمليات لموظفيها، ولحقت بها بعد ذلك شركات البترول الأمريكية، حيث قامت بإصدار بطاقات معدنية لعملائها لتسهيل شراء المستلزمات من منافذ التوزيع التابعة لها وتسوية حسابات هذه المشتريات عند نهاية كل فترة زمنية محددة (فرج يوسف، 2008، صفحة 12).

ثم اتجهت بعد ذلك شركات السياحة، وكذلك شركات السكك الحديدية، والمحلات التجارية الفاخرة، باتجاه إصدار بطاقات تتيح لحاملها التمتع ببعض الخدمات والمزايا في مجال الإقامة الفندقية والسياحية ووسائل النقل، محاكية بذلك مسار شركات النفط الرائدة ذلك الوقت (العلي، 2005، صفحة 34).

غير أن هذا التطور الذي شهده نظام الدفع بواسطة البطاقات تباطأ بشكل كبير بعد الأزمات الاقتصادية التي اجتاحت العالم في أواخر العشرينيات وبداية الثلاثينيات، ولكن عندما حل عام 1950، جاءت لحظة انتعاش للاقتصاد العالمي والأمريكي، حينها قامت شركة (Diners Club) كأول شركة مختصة في إصدار البطاقات، بتقديم مشروع لنظام بطاقات الاعتماد المستقلة، حملت هذه البطاقات اسم الشركة المصدرة لها (Diners Club Card)، وعلى الرغم من النجاح البارز الذي حققته بطاقة (Diners Club) الصادرة عن شركة تجارية، اتجهت الشركات المنافسة إلى وضع خطط مماثلة، وفي عام 1958، دخلت شركة (American Express) إلى مجال البطاقات، بعد أن كان نشاطها التجاري مرتكزاً على شيكات المسافرين، ثم انضمت إليها معظم الشركات التجارية الكبرى في قطاع السياحة والفنادق في العالم (العلي، 2005، صفحة 35).

كانت اللحظة الفارقة في تطور عالم بطاقات الدفع عندما منح "بنك أمريكا" ترخيصاً في عام 1966 للبنوك الأخرى لإصدار بطاقات ائتمانيها، وهذا أصبحت هذه البطاقة تتحرر من حدودها الإقليمية، مما أتاح لها الانتشار العالمي وفتح أبواب التسوق لحاملها في جميع أنحاء العالم، وفي عام 1977 جمع المصرف الأمريكي كل هذه التراخيص تحت اسم (VISA).

في فرنسا، كانت البداية عام 1954 عندما أطلقت المقاولات التجارية بطاقة الوفاء، ثم قامت البنوك الفرنسية بإصدار العديد من البطاقات البنكية لمواجهة انتشار البطاقات الأمريكية، وفي عام 1967 أنشأ الفرنسيون بطاقة (Carte Bleue) التي تأتي في نوعين من شكلها (الوطنية والدولية)، ومن ثم جمعت البنوك الفرنسية هذه الأنظمة في اتحاد البطاقات المصرفية في عام 1984.

في إنجلترا، أصدرت البنوك بطاقتي (Access Card) و (Barclays Card) في عام 1967، وقد دخلت بعد ذلك في البطاقات بالتعاون مع "ماستر كارد" و "فيزا".

وفي القرن العشرين، أصدرت اللجنة الأوروبية توصيتين في عام 1987 و1988، وأصبحت هذه التوصيات جزءاً من القوانين في فرنسا ودول أوروبية أخرى، مما دعم انتشار استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني، ومنذ التسعينيات أصبح من النادر العثور على شخص لا يحمل بطاقة للدفع الإلكتروني.

توسع استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني لتشمل معظم مناطق العالم، وأصبح جزءاً لا يتجزأ من الثقافة الاقتصادية الغربية، حيث اعتمدت بعض الدول على هذه البطاقات للدفع الإلكتروني منذ الثمانينيات، وأصبحت هذه البطاقات جزءاً أساسياً من النظام الاقتصادي في كل من الدول العربية مثل، لبنان ومصر، الأردن ودول الخليج العربي، خاصة في الكويت والمملكة العربية السعودية (العلي، 2005، صفحة 39).

وبناءً على تقرير صحيفة "الجارديان" البريطانية حول تصنيف عدد أجهزة الصراف الآلي في دول العالم (حسون، 2014، صفحة 63)، فإن السهولة في الحصول على النقد على مدار الساعة أصبحت واقعاً متاحاً في جميع أنحاء العالم، وذلك بعد 47 عاماً من اختراع هذه الآلات التي كان لها تأثير كبير في تسهيل عمليات السحب النقدي، وليس فقط خلال ساعات دوام البنوك.

استندت "الجارديان" إلى أحدث البيانات المقدمة من البنك الدولي والتي تعود إلى عام 2012 لتصنيف الدول حسب عدد أجهزة الصراف الآلي لكل مائة ألف شخص، وبالتالي إلى نسبة انتشار بطاقات السحب/الدفع الإلكتروني، وفي هذا السياق تصدرت دولة الكويت قائمة الدول العربية والخليجية حيث بلغ عدد أجهزة الصراف الآلي (69) جهازاً لكل مائة ألف شخص، وجاءت المملكة العربية السعودية في المركز الثاني بواقع (64) جهازاً، تليها دولة قطر في المركز الثالث بـ (60) جهازاً، والإمارات في المركز الرابع بـ (57) جهازاً.

وفي متابعة لهذا التصنيف، جاءت المملكة الأردنية في المركز الخامس بواقع (30) جهازاً، والمغرب في المركز السادس بـ (23) جهازاً، بينما الضفة الغربية في المركز السابع بـ (19) جهازاً، وقطاع غزة في المركز الثامن بـ (17) جهازاً، ومصر في المركز التاسع بـ (11) جهازاً لكل مائة ألف شخص.

بهذا أصبحت بطاقات الدفع الإلكتروني ليست مجرد وسيلة للدفع بل أصبحت جزءاً أساسياً من التفاعل الاقتصادي اليومي على مستوى عالمي، حيث تلعب دوراً حيوياً في تيسير وتسريع العمليات المالية وتحقيق الراحة والأمان للمستهلكين.

2- تعريف بطاقات الدفع الإلكتروني

لا يوجد اتفاق موحد حول تعريف بطاقات الدفع الإلكتروني، حيث شهدت تعدد التعاريف المتنوعة بشأنها، ويعود هذا التنوع إلى تباين وجهات النظر عند تحديد مفهوم هذه البطاقات، والأكثر من ذلك اتساع دائرة التباين إلى درجة عدم استخدام مصطلح واحد للإشارة إليها، فهناك من يشير إليها باسم "بطاقات الدفع" أو "الأداء والوفاء" نظراً للوظيفة الرئيسية التي تقوم بها وهي الوفاء بالمدفوعات (القليوبي، 2002، صفحة 547)، وهناك من يشير إليها باسم "بطاقات السحب" أو "البطاقات البلاستيكية والممغنطة" بناءً على شكلها الخارجي، وهناك أيضاً من يعتبرها نوعاً من "النفود الإلكترونية" وفيه من يشير إليها بصفتها "بطاقات الائتمان" نظراً للائتمان الذي توفره لحاملها، وغيرها من التسميات المتنوعة (فرج يوسف، 2008، صفحة 32).

مما سبق، ووفقاً لرأياً يُعتبر تصنيف "البطاقات البنكية أو المصرفية" الأكثر شيوعاً داخل المؤسسات العالمية، يتمثل هذا التصنيف في توجيه الانتباه نحو الجهة المصدرة للبطاقة، حيث غالباً ما تكون مؤسسات بنكية أو مالية، كما يُمكن أن يكون هذا التصنيف الأكثر ملاءمة، ويُمكن أن يحيط به جميع البطاقات بغض النظر عن وظائفها وتنوعها، تأتي هذه التسمية كوسيلة دقيقة لتحديد كافة البطاقات واستخداماتها المتنوعة، إلى جانب التركيز على الدور الفعال الذي تلعبه البنوك في العمليات المصرفية التي تتضمن استخدام هذه البطاقات، وعليه يُعتبر تصنيف البطاقات البنكية تسمية شاملة لجميع البطاقات بغض النظر عن وظائفها.

ولفهم أفضل يجب أن نبدأ بالتعريف اللغوي للبطاقات ونَتَّبِع ذلك بالتعريف الاصطلاحي وصُوراً إلى التعريف القانوني لها، وهذا ما سنفصل فيه في هذا الجزء من بحثنا.

أ- التّعريف اللُّغوي لِبِطَاقَاتِ الدَّفْع الإلكتروني

فيما يتعلق ببطاقات الدفع الإلكتروني، يتفق الجميع على عدم وجود تسمية موحدة كما ذكرنا سابقاً، ومع ذلك فإنّ مصطلح "البطاقة" يظل مستخدم في جميع الأحوال، ويكمن الاختلاف في المصطلح الذي يتم إضافته، والذي يعتمد على الوظيفة التي تقوم بها البطاقة أو على شكلها.

عند البحث في معاجم اللغة العربية للمدلول اللغوي لمصطلح "بطاقات الدفع الإلكتروني"، لم نعثَر على تعريف يعكس المعنى الحديث الذي ترتبط به هذه البطاقات، أما بالنسبة للتعريف اللغوي لمصطلح "بطاقة"، فيمكن القول إنه يُشير إلى "الرقعة الصغيرة من الورق أو غيره يُكتب عليها بيان ما تعلق عليه" (المعجم الوسيط، 2005).

أما فيما يتعلق بالمعنى اللغوي للكلمات المضافة للبطاقة، سنكتفي بتوضيح أهميتها فقط، وذلك نظراً لتعدد التسميات كما أشرنا سابقاً.

فيما يتعلق بإضافة كلمتي "الدفع" و"الوفاء" إلى البطاقة، فإنّهما يشيران إلى إحدى وظائف البطاقة بذاتها، فكلمة "وفاء"، هي كلمة مشتقة من الفعل "وَفَّى" الذي يعني أداء شيء بشكل كامل، حيث يَفِي الشخص بالالتزام، وتشمل معاني الكلمة أيضاً الكثرة والاتساق، كما يُقال "وَفَّى ريش الجناح"، وتستخدم للدلالة على زيادة أو كثرة شيء، كما يُمكن استخدامهما للتعبير عن أداء الشخص لنذره أو التزامه، حيث يُمكن قول "وَفَّى فلان نذره وفاء" للإشارة إلى أدائه للنذر (ابن منظور، 1955، صفحة 398).

وفي معجم لسان العرب ذكر: "وَفَّى، يَفِي، وَفَاءً، فهو وَافٍ"، حيث تعني أداء الوعد أو الالتزام بالوفاء، وكلمة "وَفَاءً" هي كلمة تُعبر عن ضد "الغدر"، ويُمكن القول "وَفَّى الشخص وعده" للتأكيد على أداءه للالتزام، ويُستخدم مصطلح "وَفَّى الكيل" للدلالة على دفع الشيء بشكل كامل أو الالتزام بالتوازن (ابن منظور، 1955، صفحة 398).

هناك كلمات أخرى يُمكن أن تُضاف إلى البطاقة، وهي "الائتمان" و"الاعتماد" و"الإقراض"، ونشير هنا إلى أن مصطلحي "الائتمان" و"الاعتماد" يتشابهان كثيراً حتى حد الترادف، بينما يظل مصطلح "الإقراض" مستقلاً عنهما (الربيعي، 2020، صفحة 509).

فيما يتعلق بالمصطلح "الائتمان"، يُشير ذلك في اللغة إلى الثقة المتبادلة التي تجعل الفرد يشعر بالطمأنينة حيال مُداينته لشخص آخر، وفي سياق مُنجد الطالب، يأتي "أمن" و"ائتمُن فلاناً على كذا"، معناه أنه اعتبره أميناً وموثوقاً به في شؤون معينة، وعندما يقال "ائتمَنهُ"، يعني أن شخصاً ما قد اعتبره أميناً وأميناً، وفي سياق آخر، يعني "الائتمان" أيضاً في اللغة، عملية مبادلة شيء ذو قيمة بالنقود في الحاضر، مع وعد بالدفع في المستقبل (منجد الطالب، 2001، صفحة 13).

تم ذكر عدة تعاريف لمصطلح الائتمان، حيث اتفقت جُلها على أنه يمثل الاستعداد للمداينة والتعهد بوضع مبلغ تحت تصرف العميل في البنك، سواء كان باستِخدام المبلغ كاملاً أو جزء منه (الزحيلي، 2004، صفحة 4).

وفي هذا السياق يُشير إلى أن تعريف مصطلح الائتمان ورد في قانون الحكومة الأمريكية الفيدرالية والذي يتضمن "منح دائن قرضاً لشخص، مؤجل السداد أو إحداث دين مؤجل الدّفع ذي علاقة ببيع البضاعة والسلع وتقديم الخدمات" (حوالف، 2016، صفحة 96).

وفي قانون الإقراض للمستهلك البريطاني لعام 1979، يُلقب مصطلح الائتمان بأنه يطلق عند دفع النقود ولكن لا ينطبق في حال دفع قيمة البضاعة مقدماً، وتم تعريف مصطلح الائتمان في هذا السياق على أنه الدين النقدي أو أي نوع آخر له صيغة مالية، مشيراً إلى أساليب مالية لم تظهر بعد، وليس فقط تلك المعروفة حالياً (أبوسليمان إ.، 1998، صفحة 24).

أما فيما يتعلق بمصطلح "الإقراض"، يشير ذلك في المصطلح اللغوي إلى "المال" الذي يُعيره شخص لآخر على أن يرد المبلغ في المستقبل، وفي اللغة الإنجليزية، يقابل مصطلح "الإقراض" بمصطلح (Loan)، بينما يُقابل مصطلح "الائتمان" بمصطلح (Credit) (الربيعي، 2020، صفحة 510).

يُفهم من "الائتمان" و"الاعتماد" في المجال المصرفي، التعهد الذي يصدره البنك لطرف آخر بتقديم أو سداد مبلغ مالي في المستقبل، بالمقابل يُعرف القرض كمبلغ يدفعه البنك فعلياً لتعبير عن دين تم تكوينه بالفعل، وهذا المفهوم لا ينطبق بشكل دقيق على بطاقة السحب، حيث يتم السحب مباشرة من أجهزة مخصصة لذلك دون وجود دين في ذمة حامل البطاقة، لذلك يُعبر مصطلح "الائتمان" أكثر دقة، ويفضل استِخدامه دون اللجوء إلى مصطلح "بطاقة القرض"، حيث يُعتبر الائتمان واحداً من الوظائف والمزايا التي توفرها البطاقة لصاحبها (الربيعي، 2020، صفحة 510).

ب- التّعريف الاصطلاحِي لِبِطَاقَاتِ الدَّفْعِ الإلكتروني

أوضح المُجمَع الفقهي في "منظمة المؤتمر الإسلامي" خلال دورته السابعة بجدة عام 1993 أنها: "وثيقة تعطى من مصدرها إلى فرد معين بناءً على اتفاق بينهما، تُمكنه من شراء السلعة والخدمات من الأماكن التي تعتمد على هذه الوثيقة، دون الحاجة لدفع الثمن فوراً، وتشمل هذه الوثيقة التزام المصدر بالدفع، ويشمل بعضها القدرة على سحب النقود من المصارف" (واقد، 2011، صفحة 69).

ووفقاً لتعريف بعض الافراد، تُعتبر بطاقة الدّفع أداة مدفوعات تستخدم كوسيلة للسداد وكذلك وسيلة ائتمان، تتيح هذه البطاقة لحاملها الحصول على السلع والخدمات على الفور عند تقديمها، ويتم تأجيل دفع قيمة هذه السلع والخدمات إلى البنك الذي يُعد مصدر البطاقة، ويُمكن لحامل البطاقة أن يسدد المبلغ الكامل والظاهر في كشف

استخدامات البطاقة الشهري أو جزء منه في نهاية فترة السماح، وذلك وفقاً للاتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة (مطر ع.، 2009، صفحة 79).

وتُعرف أيضاً بأنها: "بطاقة تمنح بناءً على اتفاق يتم توقيعه بين حامل البطاقة وإحدى المؤسسات المصرفية، تقوم هذه المؤسسة ووفقاً للتعاقد، بفتح اعتماد بمبلغ مالي محدد، يُتيح لحامل البطاقة تقديمها في حال رغبته في الشراء أو الحصول على خدمة من المحال المعتمدة لدى تلك المؤسسات المصدرة للبطاقة، ويتم تسوية العملية بواسطة المؤسسة المصدرة للبطاقة، التي تُقدم المقابل المالي للعملية، وذلك وفقاً للشروط المنصوص عليها في اتفاق فتح الاعتماد" (العنزي، 2015، صفحة 48).

من خلال المراجع السابقة، يظهر أنّ تعريفات بطاقة الدفع الإلكتروني تتأسس بشكل أساسي على مفهوم "الائتمان"، والذي يُعتبر الجوهر الرئيسي لها لعدة أسباب، منها الاعتماد على الثقة في العلاقة بين المؤسسة المصدرة للبطاقة وحامله، كما يبرز أيضاً وجود فترة زمنية كافية بين تقديم وسائل الوفاء واسترداد تلك الوسائل.

وفي ضوء ذلك يتضح أنّ تفسيرات بطاقات الدفع الإلكتروني ترتكز بشكل رئيسي على مبدأ "الائتمان"، حيث تعكس هذه البطاقات علاقة مبنية على الثقة بين البنك أو المؤسسات المالية المصدرة وحامل البطاقة، يعزى هذا الاعتماد إلى التفاهم بين الطرفين، مما يُمكن الحامل من استخدام البطاقة للوفاء بالمعاملات والمشتريات، يُسلط الضوء أيضاً على أهمية وجود فترة زمنية مناسبة تتيح لحامل البطاقة الفرصة لتقديم وسائل الوفاء قبل استرداد تلك القيم، مما يساهم في تسهيل عمليات التحكم والتسوية بين الطرفين.

بناءً على أوردناه وما جاءت به مختلف التعاريف السابقة، يُمكن تقديم تعريف إجرائي لبطاقات الدفع الإلكتروني على النحو التالي:

بطاقات الدفع الإلكتروني هي: "وثيقة مالية تُمنح للأفراد أو العملاء من قبل البنك أو مؤسسة مالية مخول لها إصدار بطاقات الدفع الإلكتروني، تستند إلى اتفاق يتم توقيعه بين الطرفين، تعتمد هذه البطاقة على مبدأ "الائتمان"، حيث يتفق الحامل مع الجهة المصدرة على إمكانية استخدام مبلغ مالي محدد، يُعتبر رصيماً قابلاً للتصرف في عمليات الشراء أو الحصول على الخدمات من المحلات المعتمدة"

في حين تتكامل بطاقة الدفع الإلكتروني في عمليات البيع والشراء عبر إلكترونيات الدفع، وتعتمد على الثقة بين الطرفين، أين يتعهد حامل البطاقة بتسديد المبلغ المستخدم، وتلتزم المؤسسة المصدرة بقبول وتسوية هذه المعاملات وفقاً للشروط والأحكام المتفق عليها في عقد فتح الاعتماد.

ج-التعريف القانوني لبطاقات الدفع الإلكتروني

لقد استعرضت بعض التشريعات تعريف بطاقات الدفع الإلكتروني، كما هو الحال في التشريع الأمريكي ومعظم التشريعات الغربية، وعلى الرغم من انتشار هذه البطاقات في الدول العربية، إلا أنّ تشريعات هذه الدول لم تتضمن في معظمها، تعريفاً خاصاً ببطاقات الدفع الإلكتروني، بل اكتفت بعضها بتحديد مفهوم وسائل الدفع بشكل عام، دون تنظيم أحكام خاصة لهذه البطاقات، وبشكل عام فإنّ معظم تشريعات العالم العربي لم تتناول بالتحديد تعريف بطاقات الائتمان ومآهيتها، ولم تضع إطاراً قانونياً يحكم عمليات التعاقد بها، وإذ كانت بعض الدول قد تناولت بعض الجوانب

القانونية لبطاقات الدفع الإلكتروني من خلال إصدار قوانين أو تعديلات على التشريعات القائمة، فإن ذلك كان يشمل بطاقات الدفع الإلكتروني دون أن يتعمق في تقديم تعريف دقيق لها.

ونجد في السياق القانوني القطري أنه تم الإشارة إلى "بطاقة الدفع الآلي" في المادة (383) من قانون العقوبات، وبالرغم من اختلاف التسميات المستخدمة لوصف بطاقة الدفع الإلكتروني، فإنه يفهم هنا من خلالها، المحتوى الخاص بالبطاقة التي تصدرها المؤسسة المصرفية باسم صاحبها وفقاً لطلبه، ويتيح لها استخدامها كوسيلة للدفع على الصعيدين المحلي والدولي، وذلك وفقاً لاتفاق بين الطرفين، في حين تقع المسؤولية الكاملة على حامل البطاقة، حيث يلزم عليه سداد المبالغ المستحقة وفقاً للشروط والأحكام المنصوص عليها في الاتفاق، وتعتبر البطاقة ملكاً للمؤسسة المصدرة ويتعين على حاملها إعادتها إلى البنك عند الضرورة، بالإضافة إلى الالتزام حامل البطاقة باستخدامها كوسيلة ضمان للتعاملات التي يوقع عليها، سواء كانت فواتير أو إيصالات أو أي مستندات أخرى يُقدمها له التاجر، كما يلتزم بالتعامل بشكل آمن باستخدام البطاقة، بما في ذلك استخدام الرقم السري الذي يتم توفيره من قبل البنك لإجراء عمليات السحب النقدي (العنزي، 2015، صفحة 49).

أما بالنسبة للمشرع الجزائري، فقد اتبع نهج التشريعات الغربية في مجال وسائل الدفع الإلكتروني بشكل عام، حيث أولى أهمية لإنشاء نظام قانوني لهذه الوسائل، كما سعى إلى تطوير وسائل الدفع مما يظهر نيته في التحول من الوسائل التقليدية للدفع إلى وسائل دفع أكثر حداثة، وقد أدرج تعريفاً خاصاً ببطاقة الدفع في المادة (543) مكرر 23 من القانون التجاري الجزائري، وفي هذا النص وردَ التعريف التالي: "تُعتبر بطاقة الدفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانوناً وتسمح لصاحبها بسحب وتحويل الأموال" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 05-02 المتضمن التوسع في وسائل وطرق الدفع والمتعلق بالقانون التجاري المعدل ومتمم الأمر 59-75، 2005).

ووفقاً للمادة الثانية (2) من القانون الفرنسي الصادر في 30 ديسمبر 1991، يُعرّف بطاقة الدفع على أنها: "أداة تصدر من إحدى مؤسسات الائتمان، أو إحدى الجهات المنصوص عليها في المادة الثامنة (8) من القانون 46-84 الصادرة في 24 جانفي 1984، والخاص بنشاط ورقابة مؤسسات الائتمان، وتسمح لحاملها بسحب أو تحويل النقود من حسابه"، ويلاحظ من هذا التعريف أنه يُمنح لجهة واحدة فقط صلاحية إصدار البطاقات، وهي الجهات البنكية والمالية، كما هناك تعريف آخر أورده المادة (L132-1) من القانون النقدي والمالي الفرنسي، وكان بنفس الصياغة التي جاءت بها المادة (1/57) من المرسوم التشريعي الفرنسي المؤرخ في 30 أكتوبر 1985.

من خلال ما سبق يظهر لنا، أن التشريعات المتعلقة بتنظيم بطاقات الدفع الإلكتروني لمختلف الدول، تتباين في درجة التفصيل والوضوح، حيث نرى أن التشريعات الواضحة والدقيقة تلعب دوراً حاسماً في تعزيز الثقة في النظم المالية الرقمية وحماية مستخدمي بطاقات الدفع الإلكتروني.

ثانياً: أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني

بطاقات الدفع الإلكتروني تعتبر واحدة من أبرز وسائل الدفع الرقمية المتاحة حالياً، حيث شهدت انتشاراً واسعاً نظراً لتوسع استخدامها في مجموعة متنوعة من المجالات، وخلال العقود العشرة الأخيرة أصبحت هذه البطاقات المنافس البارز للشيك، حيث تتميز ببساطتها وسهولة استخدامها، وتوفيرها لوسيلة فعالة لإجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت وفي نقاط البيع، وتعد هذه البطاقات متنوعة في أشكالها وأنواعها، حيث تتنوع وفقاً لأدوارها والأطراف المشاركة فيها.

تشمل هذه البطاقات مجموعة واسعة من الخيارات، بدءاً من بطاقات الائتمان التقليدية إلى بطاقات الخصم المباشر، وحتى بطاقات الهدايا، ويلعب كل نوع من هذه البطاقات دوراً محدداً وتلبي احتياجات مختلفة للمستهلكين والتجار على حد سواء، كما أنها تساهم في تحقيق التحول نحو اقتصاد رقمي أكثر فعالية، حيث تقلل من الاعتماد على النقد وتساهم في تسريع عمليات التبادل التجاري، كما تجسد هذه البطاقات التطور السريع في عالم تكنولوجيا المالية، وتعكس تفضيل المستهلكين للحلول الرقمية والمرنة في إدارة أموالهم.

تُقسم بطاقات الدفع الإلكتروني إلى فئات مختلفة بناءً على نطاق الائتمان الذي تسمح به وبناءً على الأطراف المشاركة فيها، فمن حيث الائتمان تصنف البطاقات إلى بطاقات دائنة، وبطاقات مدينة، وبطاقات مضمونة، وبطاقات مسبقة الدفع، أما فيما يتعلق بالأطراف المتدخلة فيها، تنقسم إلى بطاقات ثلاثية الأطراف وبطاقات ثنائية الأطراف، كما هناك تصنيفات أخرى تعتمد على المميزات التي توفرها لحاملها، مثل بطاقات الصراف الآلي وبطاقات ضمان الشيك، ويضاف إليها تصنيفات أخرى تتعلق بتصميمها والتكنولوجيا المستخدمة في إنتاجها.

1-بطاقات حسب الائتمان المترتب عنها

تنقسم البطاقات إلى فئات متنوعة استناداً إلى نوع الائتمان الذي تمثله، حيث يتم تصنيفها إلى بطاقات دائنة، وبطاقات مدينة، وبطاقات مضمونة، وبطاقات مسبقة الدفع.

أ-بطاقات الدفع الإلكتروني الدائنة - DEBIT CARD

يُعتبر هذا النوع من البطاقات أداة وفاء، ولا يُمكن تصنيفه بأي حال من الأحوال كبطاقة ائتمان، حيث لا تمنح العميل فترة زمنية لسداد المبالغ (القضاة، 2000، صفحة 04)، ولهذا السبب يُعتبر البعض أنه: (غير دقيق أن تُسمى مثل هذه البطاقات ببطاقة "ائتمان")، وهو ما يعكس الاصطلاح الإنجليزي الذي يُعتبر هذه البطاقة بطاقة دين (Debit card)، ومع ذلك فإن تسميتها في اللغة العربية لا تُعد خطأً، حيث يُمكن لحاملها الاستفادة من اعتماد يفتح له "المصدر" في بعض الحالات، كما يُتيح بعض "مُصدري" هذه البطاقات سحب أموال بحدود معينة تفوق المبلغ المودع في حسابه، وذلك لتعزيز الثقة وتقديم خدمة مريحة للعميل، على أن يقوم المصرف بذلك بعد التحقق الكامل من الوضع المالي للعميل والثقة في التزامه بإعادة الأموال المسحوبة في حال الحاجة (العلي، 2005، صفحة 53).

هذا النوع من البطاقات يتطلب من العميل أن يكون قد فتح حساباً في البنك الذي يُصدر البطاقة، شرط أن يكون الحساب جارياً، ومن المتطلبات التي يفرضها البنك المصدر للبطاقة على العميل، أن يكون رصيده في هذا البنك معادلاً للحد الذي يرغب حامل البطاقة في استخدامه، لذلك سميت ببطاقة الخصم، لأنَّ البنك يحتفظ بالحقوق في خصم المبلغ مباشرة من حساب العميل الجاري المفتوح لديه (الشورة، 2008، صفحة 29).

تُمكن هذه البطاقة العميل من الوفاء بقيمة السلع والخدمات والمشتريات بدلاً من الوفاء النقدي، حيث يُقدِّم العميل البطاقة إلى التاجر أو مقدم الخدمة، ويتم استخدام جهاز خاص لديه متصل بمركز البطاقات في المصرف الذي يصدر البطاقة، يُمرر البطاقة في الجهاز لقراءة بياناتها من خلال الشريط الممغنط الموجود خلف البطاقة، ليتم التواصل آلياً مع مركز البطاقات ومن ثم يتم الاتصال بالفرع المفتوح لديه الحساب، حيث يتم فحص رصيد العميل، فإذا سمح الرصيد

بالخصم تتم العملية وتضاف القيمة إلى حساب التاجر، وبذلك تتم عملية الشراء، وإذا كان العكس، تلغى العملية ويظهر ذلك على الجهاز (الرمحين، 2014، صفحة 357).

من خلال ما سبق، يمكننا أن نقدم تعريف اجرائي حول بطاقة الدفع الإلكتروني الدائنة، وعليه فإن بطاقة الدفع الإلكتروني الدائنة هي "وسيلة مالية إلكترونية تصدر من قبل مؤسسة مصرفية أو مؤسسة مالية، وتتيح لحاملها إجراء عمليات الشراء والدفع عن طريق الإنترنت أو في نقاط البيع الفعلية، حيث تمثل هذه البطاقة بديلاً إلكترونياً للاعتماد على النقد (الورقي/المعدني)، ويتم استخدامها لتحويل الأموال بشكل فوري من حساب العميل إلى حساب التاجر أثناء إجراء العملية المالية"

ب- بطاقات الدفع الإلكتروني المدينة - CHARGE CARD

تُعرف هذه البطاقات بعدة تسميات، منها بطاقة الخصم الشهري، أو بطاقة الدفع الشهري، أو حتى بطاقة القيد الآجل، وإصدار هذه البطاقات لا يتطلب من حاملها الدفع المسبق للبنك المصدر عبر حساب جاري، وبدلاً من ذلك تُطالب الجهة المصدرة لحامل البطاقة بسداد قيمة مشترياته ومسحوباته في نهاية كل شهر، على أن يكون لديه مدة تتراوح بين (25) إلى (40) يوماً لسداد هذه المبالغ، وفي حال تأخر السداد فإنه يترتب على حامل البطاقة دفع فائدة.

لا يلزم الحاصل على هذه البطاقات بوجود حساب لديه في البنك المصدر، حيث يقدم البنك مبلغاً يُعرف بالخط الائتماني، والذي يُعتبر حداً أقصى للقرض الذي يُمكن أن يستخدمه حامل البطاقة، يتميز هذا النوع من البطاقات بأنه يجمع بين دورين، فهو يستخدم كأداة وفاء واعتماد في نفس الوقت، وتمثل الفترة بين الشراء والسداد مدة ائتمان مسموح بها من المصرف، حيث تُعتبر هذه الفترة قرضاً قصيراً الأجل بدون فوائد، ويتميز بعض البنوك بتقديم هذا النوع من البطاقات، مثل بنك "أمريكان إكسبراس"، و"دينرز كلوب" (الحربي، 2003، صفحة 258).

تُفصل البطاقات المدينة إلى نوعين رئيسيين، البطاقات العادية التي تستخدم للمعاملات اليومية، والبطاقات القرضية التي تتيح للمستخدمين الاستفادة من خدمة القرض بمرونة وتسديد المبالغ في فترة زمنية محددة، يُمكن اعتبار هذا التقسيم استجابة لاحتياجات وأولويات العملاء في إدارة تمويلهم الشخصي.

● **البطاقات العادية:** في هذا النوع من البطاقات يتعين على حامل البطاقة دفع قيمة الفاتورة بالكامل عند التسوية في نهاية الفترة الاعتمادية، يتسبب ذلك في تقليل التكاليف الإضافية، حيث تقتصر التكاليف على رسم الاشتراك والعمولة المفروضة على إجمالي الفاتورة، يلاحظ أن المصدر لا يفرض فوائد على التأخر في تسديد المبلغ المستحق، مما يساهم في تحفيز السداد في الوقت المناسب (العلي، 2005، صفحة 54).

هذا النهج يُعزز من فعالية إدارة الديون لدى حاملي البطاقات، إذ يسمح لهم بتحديد لحظة الدفع وضبط الإنفاق بمرونة، بفضل عدم فرض فوائد على التأخر في السداد، يُمكن للحاملين للبطاقات التخطيط لتسديد مستحقاتهم بطريقة تتناسب مع ظروفهم المالية، هذا النمط يساهم في توفير تجربة مالية أكثر شفافية وتحكماً للمستخدم، ويعكس التوجه نحو تقديم خدمات مالية مرنة ومتناغمة مع احتياجات العملاء.

● **البطاقة القرضية:** يعتمد هذا النوع على فكرة عدم الدفع المسبق لمصدرها، وتتميز هذه البطاقة عن سابقتها بأن الائتمان الذي تولده هو دين متجدد يوفى على شكل دفعات، حيث لا يتم تحديد فترة زمنية محددة للسداد، وهذا ما يمنح العميل القدرة على استخدامها باعتبار أنه يسدد الفوائد المستحقة عليها شهرياً، وبذلك لا يكون على حامل

البطاقة الالتزام بسداد المبلغ الكامل للفاتورة شهرياً عند استلامها، وانما يُمكنه تقسيم السداد على فترات (دفعات) قد تكون منتظمة أو غير منتظمة، مع الحفاظ على قدرة الاستفادة ضمن الحدود المتفق عليها، طالما يلتزم بسداد الفوائد المستحقة بانتظام (الرمحين، 2014، صفحة 360).

يتضح مما ذكر سابقاً، أنَّ هذا النوع من البطاقات يقوم على فكرة أنَّ يتم سداد المستحقات على صاحب البطاقة وفي شكل أقساط دورية متناسبة مع دخله، يتم تدوير الجزء المتبقي من الفاتورة إلى الفترات الاعتمادية التالية، ويتم فرض فوائد على تلك المبالغ، حيث يُعرف هذا الأسلوب بالاعتماد المدور (المتجدد)، مما يجعل هذا النوع من البطاقات أداة ولاء وائتمان، وكما سبق الإشارة إليه، يؤدي ذلك إلى إنشاء دين متجدد في ذمة حامل البطاقة بقيمة مشترياته الشهرية، مع مراعاة وجود حد أقصى لقيمة هذا الدين ومدته (الرمحين، 2014، صفحة 361).

بالنظر إلى كل من النوعين السابقين لبطاقات الدَّفع العادية والقرضية، فإنَّ الاختيار بينهما من قبل العميل يخضع إلى تفضيلاته وحالته المالية، فالبطاقة العادية تناسب أكثر الأفراد الذين يفضلون السداد الفوري وتجنب الديون، بينما البطاقة القرضية توفر مرونة أكبر للدفع واستخدام الائتمان.

ج- بطاقات الدَّفع الإلكتروني المضمونة SECURED CREDIT CARD

تم تصميم هذا النوع من البطاقات لتلبية احتياجات الأفراد الذين قد لا يكونون مؤهلين ائتمانياً للحصول على بطاقة ائتمانية تقليدية. بعض المصارف تفرض على العملاء إيداع مبلغ مالي كضمان مالي لاستخدام البطاقة، حيث عند استخدام حامل البطاقة بالمعاملات، يتم محاسبة العميل بشكل عادي، لكن إذا لم يسدد الحامل في الآجال المحددة، يقوم المصرف بإيقاف البطاقة وسداد الدين المطلوب على حاملها من المبلغ المودع لدى المصرف (العلي، 2005، صفحة 54).

هذا النوع من البطاقات يأتي كحلٍ مبتكرٍ للأفراد الذين يواجهون تحديات في الحصول على بطاقة ائتمانية تقليدية بسبب تاريخ ائتمان غير مؤهل، ومن خلال تقديم الضمان المالي عبر الإيداع، يتيح ذلك للعميل الاستفادة من البطاقة والقيام بالمعاملات بشكل طبيعي، وفي حالة عدم السداد في الوقت المناسب، يسمح هذا النوع من البطاقات للمصرف (المصدر) باتخاذ إجراءات وقائية، مثل إيقاف البطاقة، وتحصيل المبلغ المستحق من الوديعة لدى المصرف.

هذا التصميم نراه يعكس الرغبة في توفير فرص مالية لشريحة واسعة من العملاء، بغض النظر عن تاريخهم الائتماني، وفي الوقت نفسه يحمي المصرف (المصدر) نفسه من المخاطر المحتملة من خلال وجود الوديعة كضمان.

د- بطاقات الدَّفع الإلكتروني مُسبَّقة الدَّفع - PREPAID CARD

يُشار إلى هذا النوع من البطاقات أيضاً باسم "البطاقات مُخترَنة القيمة"، وهي بطاقات تتيح للعميل شرائها ودفع ثمنها مقدماً، ودون الحاجة إلى توفر العميل على حساب مصرفي لدى مصدر البطاقة (بنك/مؤسسة مالية)، حيث تتميز هذه البطاقات عادةً بوجود سقف عام محدود، ولا تتيح لحاملها الاستفادة من أي ائتمان، يكمن هدف هذا النوع من البطاقات لدى المصارف في تمكين العملاء من الاستفادة من ميزات البطاقة أثناء التجول الدولي المحدود، خاصة إذا لم يكن العميل يرغب في حيازة البطاقة بصفة دائمة.

يُمكن التفريق بين نوعين من البطاقات مسبقة الدَّفع، إذ تكون بعضها قابلة للتجديد، بينما تكون الأخرى غير قابلة للتجديد.

• البطاقات القابلة للتجديد: تتسم هذه البطاقات بقدرتها على إعادة تمويلها بعد استنفاد قيمتها، مما يسمح للحامل بالاحتفاظ بها لاستخدامها بعد إعادة تمويلها، يعكس هذا النوع من البطاقات مرونةً إضافية في التحكم المالي، حيث يُمكن للأفراد تحديد قيمة تمويل جديدة واستمرار الاستفادة من البطاقة في المشتريات والمعاملات اليومية، كما يُمكن للحاملين إدارة بطاقاتهم بكل سهولة عبر تطبيقات البنوك الإلكترونية، مما يجعل هذا النوع من البطاقات خياراً مرناً ومفيداً في إدارة الأمور المالية الشخصية (القليوبي، 2002، صفحة 82).

• البطاقات غير القابلة للتجديد: بخلاف البطاقات المسبقة الدفع السابقة، تظهر هذه الفئة من البطاقات بخاصية عدم إمكانية إعادة تمويلها ببساطة، عند استهلاك الرصيد المخزن فيها، حيث تصبح البطاقة غير صالحة للاستخدام دون إمكانية إعادة تحميلها.

يستخدم هذا النوع خصيصاً للتسوق عبر الإنترنت ويُعتبر هذا النوع من بين الأنواع الأكثر انتشاراً، حيث يكون الرقم السري مخفي ويتم الكشف عنه عن طريق مسح أو حك الجزء المخصص له، يُمكن حاملي هذا النوع من البطاقات استخدامها للمعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت أو للدفع عبر البريد أو الهاتف، إلا أن هذا النوع من البطاقات تكون غير قابلة للاستخدام في سحب النقود من الماكينات الآلية أو في نقاط البيع (العلي، 2005، صفحة 55).

2- بطاقات الدفع الإلكتروني حسب الأطراف المتدخلة فيها

تقسم البطاقات حسب هذا المعيار إلى نوعين رئيسيين، يكون النوع الأول متضمن طرفين (ثنائية الأطراف)، وتشمل كل من العميل والجهة المصدرة للبطاقة (بنك/مؤسسة مالية)، بينما يشمل النوع الثاني بطاقات ذات ثلاث أطراف (ثلاثية الأطراف)، وتشمل كل من العميل والجهة المصدرة للبطاقة بالإضافة إلى جهة أخرى (جهة وسيطة).

أ- بطاقات الدفع الإلكتروني ثنائية الأطراف

هذا النظام يجمع بين "المصدر" و"المورد" في إطار مؤسسة تجارية واحدة، ويُعرف أيضاً ببطاقات المتاجر، حيث يستخدم حامل البطاقة من هذا الشكل للقيام بمشترياته من المتجر الذي أصدر البطاقة، كما يتيح للعميل خيار دفع إجمالي قيمة هذه المشتريات في موعد المحاسبة الدوري أو تسديد ديونه للمتجر بناءً على نظام الاعتماد المدور (الرمحين، 2014، صفحة 364).

تتميز هذه البطاقات بنوعين رئيسيين، الأول يرتبط (بمتاجر التجزئة)، بينما الثاني يتعلق (ببطاقات الوقود)، ويظهر هذا النوع من البطاقات تطوراً تقنياً يُلبّي احتياجات المستهلكين ويسهم في تسهيل عمليات الدفع والتسوق (العلي، 2005، صفحة 58).

• بطاقات متاجر التجزئة: يُعد هذا النوع من البطاقات الصادرة عن محلات التجزئة، الأكثر انتشاراً واستخداماً بين بطاقات ذات الطرفين، ويعود تاريخ هذه البطاقات إلى بداية القرن الميلادي الماضي، حيث كان الهدف الرئيسي من إصدارها التوسع في المنافسة بين المحال التجارية ذات الفروع المتعددة وجذب العملاء الجدد، إلى جانب التحقق من هويات العملاء، خاصة المشتركين في برنامج التخصيص للسلع.

تتميز هذه البطاقات بأنها صالحة فقط في المحال التجارية الذي أصدرها، حيث يكون حامل البطاقة والمصدر مرتبطين بشكل حصري، ويُعتبر تقديم البطاقة بديلاً للنقود الورقية أو الشيكات، حيث يقوم العميل بتوقيع الفواتير

أثناء شراء السلع وتسجيلها في سجل العميل، وبعدها يرسل كشف حساب مفصل إلى العميل بكل المشتريات خلال المدة المتفق عليها، التي تكون عادةً شهراً، ليتم سداد قيمة البضاعة بشيك واحد أو نقداً للمحل المصدر للبطاقة.

تُعد بطاقات التجزئة ثنائية الأطراف (بطاقات متاجر التجزئة)، ذات فائدة محدودة للعميل، حيث تنحصر مزاياها الرئيسية في الاستفادة من التسهيلات الائتمانية، الذي يحصل فيه العميل على فترة تسديد تصل إلى (25) يوماً، مما يسمح له بتأخير دفع قيمة المشتريات، كما تصدر هذه البطاقات بشكل مجاني ودون فرض اشتراكات على حاملها، وغالباً ما تكون هذه التكاليف على الجهة المصدرة.

عادةً ما تقدم بطاقات اعتماد التجزئة سقفًا ائتمانياً منخفضاً، وتتسم بمؤهلات ائتمانية أسهل مقارنة بالبطاقات ثلاثية الأطراف، ويقتصر استخدام هذه البطاقات على شراء بضائع محددة من التاجر الذي أصدرها، وتستخدم بديلاً للنقود الورقية أو الشيكات.

- **بطاقات محطات الوقود:** تعتبر بطاقات الوقود نظاماً ثنائي الأطراف يصدر من قبل شركات النفط لصالح عُملائها، حيث يُمكن للزبائن استخدامها لتعبئة الوقود أو شراء سلع وخدمات من محطات الشركات النفطية ذات الصلة، كما يتيح هذا النظام للزبائن الاستفادة من اعتماد لمدة شهر واحد دون إمكانية التدوير.

ب- بطاقات الدفع الإلكتروني ثلاثية الأطراف

نظام البطاقات ثلاثية الأطراف يتضمن كل من المصدر، الحامل، والمورد، وفيه ثلاث أطراف رئيسية وهي، الجهة المصدرة للبطاقة، وحامل البطاقة، والجهة التي يتم التعامل معها أو المورد، وتصنف إلى نوعين رئيسيين هما (العلبي، 2005، صفحة 57):

- **بطاقة ذات الشعار الأحادي:** تُعرف البطاقات أحادية الشعار بالبطاقات ذات العلامة التجارية العادية، وهي بطاقات محلية يصدرها بنك محلي أو هيئة عالمية، وتحمل حصراً شعار البنك أو الهيئة المصدرة، مثل بطاقات المصدرة من قبل (AMERICAN EXPRESS)، (DINERS CLUB)، (SYRIA CARD).
- **بطاقة ثنائية الشعار التجاري:** على عكس البطاقات السابقة، يُمكن أن تصدر البطاقات ثنائية الشعار من قبل مصدر أو جهة متخصصة، وعادةً ما تحمل تلك البطاقات علامة تجارية عالمية مثل (VISA) و (MASTER) مما يجعلها قابلة للتداول على مستوى عالمي، وفي الغالب تكون هذه البطاقات مرتبطة بإحدى العلامتين السابقتين، وبالتالي يكون المصدر هو البنك، ولكن بترخيص من الهيئة الإدارية للعلامتين "فيزا" أو "ماستر".
- **بطاقة ذات شعارات متعددة:** في هذا النوع من البطاقات، تتفق شركة أو عدة شركات مع البنك يحمل ترخيصاً من هيئة دولية للإصدار، ليتم إصدار بطاقة ائتمان تحمل شعار تلك الشركة، يكون الهدف الرئيسي من البطاقات هو الترويج، ويجدر بالذكر هنا أن شركات مثل "أمريكان إكسبراس"، وعلى عكس "فيزا" و "ماستر كارد"، لا تصدر بطاقات ثنائية الشعار إلا إذا كانت تنتمي إلى الفئة الذهبية، وعادةً ما تكون بطاقات الائتمان مباشرة بشعار الشركة دون ذكر اسم أي بنك.

3- بطاقات مُصَنَّفَة حَسَبَ الْمَزَايَا الَّتِي تُوفِّرُهَا لِصَاحِبِهَا

حسب هذا المعيار هناك عدة أنواع من البطاقات التي تصنف حسب المزايا التي توفرها لحاملها، حيث تتنوع بين البطاقات عالية المستوى، والمتوسطة، والعادية، وعادةً ما تحمل تسميات تشبه المعادن الثمينة مثل البطاقة البلاطينية (نسبة إلى معدن البلاتين)، أو البطاقة الماسية (نسبة إلى الماس)، أو البطاقة الذهبية (نسبة إلى الذهب)، أو البطاقة الفضية (نسبة إلى معدن الفضة).

يُفَرَضُ اشتراك مُخْتَلِفٍ لكل مستوى من هذه البطاقات، حيث تتقاضى معظم هذه الجهات المصدرة أو الهيئات، اشتراكات سنوية تصل إلى حوالي (100) دولار، في حال الطلب على بطاقة من المستوى العادي مثل البطاقة الفضية، ويُفَرَضُ شتراك أكبر قد يصل إلى (150) دولاراً أحياناً لإصدار بطاقة من النوع الذهبي، وقد يصل في بعض الأحيان هذا الاشتراك إلى آلاف الدولارات للبطاقات البلاطينية أو الماسية.

أ- بَطَاقَاتُ الدَّفْعِ الإِلِكْتَرُونِي الْعَادِيَّةِ أَوِ الْفِضِيَّةِ - SILVER CARD

هذا النوع من البطاقات يمنح حامله حد ائتماني منخفض نسبياً، يُمنَحُ هذا النوع لمعظم العملاء فور توفر الحد الأدنى من المتطلبات، كما يُمنَحُ حامله القدرة على الشراء من التاجر والسحب النقدي من البُنُوك وأجهزة الصراف الآلي (أبوسليمان إ.، 1998، صفحة 39).

ب- بَطَاقَاتُ الدَّفْعِ الإِلِكْتَرُونِي الذَّهَبِيَّةِ - GOLD CARD

المؤسسات المالية الراعية لهذا النوع من البطاقات تمنح حاملها حداً ائتمانياً معتبراً (الشورة، 2008، صفحة 32)، وتقدم لهم مزايا مجانية، كما يُمنَحُ هذا النوع من البطاقات عادةً للعملاء الذين يتمتعون بدخل عالي، حيث يكون دخلهم الشهري عادةً أعلى من متوسط الدخل الوطني، بالإضافة إلى الخدمات المقدمة بواسطة البطاقة السابقة، تقدم هذه البطاقات تأميناً على الحياة وخدمات دولية فريدة مثل الأدوية في حجوزات مكاتب السفر أو الفنادق، والتأمين الصحي، وخدمات قانونية (العلي، 2005، صفحة 61).

ج- بَطَاقَاتُ الدَّفْعِ الإِلِكْتَرُونِي الْمَاسِيَّةِ - DIAMOND CARD

هذا النوع من البطاقات يمنح حامله ائتمانياً غير محدد بسقف، وتصدر للعملاء ذوي القدرات المالية العالية، في حين يتمتع حامل هذا النوع من البطاقات بامتيازات إضافية ممنوحة مجاناً، مثل التأمين ضد الحوادث واستشارات طبية وقانونية مجانية، وتسليم الرسائل إلى جميع أنحاء العالم، وحجز الفنادق وتذاكر الطيران، وعلى الرغم من التصريح بأن هذه الخدمات مقدمة مجاناً، إلا أنها تستلزم دفع رسوم سنوية وتكاليف اشتراك عالية من قبل حامل البطاقة (الشورة، 2008، صفحة 32).

يتضح لنا مما سبق أنَّ هذه الرسوم والتكاليف السنوية تشمل توفير الخدمات الإضافية والامتيازات، وعلى الرغم من أنها قد تعتبر عالية، إلا أنها تعكس فعالية هذا النوع من البطاقات في تلبية احتياجات العملاء ذوي الدخل العالي والمتطلبات الخاصة، إضافة إلى أنه يُمكن لحامل هذا النوع من البطاقات الاستفادة من خدمات من نوع خاص مثل الحجز بأفضلية في المطاعم والفعاليات الثقافية، والدخول إلى صالات الانتظار الفاخرة في المطارات، كما تتيح لهم هذه البطاقات الوصول إلى تجارب فاخرة ورفيعة المستوى في مختلف جوانب الحياة.

4- بطاقات السحب النقدي الإلكتروني

يُطلق على هذا النوع من البطاقات أيضاً اسم بطاقة السحب الفوري أو بطاقات الصراف الآلي، وهي خاصة للعملاء الذين يمتلكون حسابات جارية أو حسابات توفير استثمارية لدى البنك الذي يصدر البطاقة.

ظهر هذا النوع من البطاقات نتيجة لرغبة البنوك أو المؤسسات المالية المخول لها اصدار مثل هكذا بطاقات لتسهيل الوصول إلى النقود لعملائها وتلبية احتياجاتهم، وذلك لتجنب ازدحام الفروع بالعملاء، لذا توفر البنوك منافذ توزيع في أماكن مختلفة مثل المراكز التجارية وأمام البنوك والمحلات، حيث تستخدم هذه البطاقات لسحب النقود من أجهزة الصراف الآلي المحلية أو الدولية أو الأجهزة التي تقبل الشرائط الممغنطة المصدرة من البنوك الشريكة (الشورة، 2008، صفحة 33).

تؤدي هذه البطاقات وظيفة هامة، حيث تمنح حاملها إمكانية سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، ويتم ذلك بطريقة سهلة، حيث يقوم صاحب البطاقة بإدخال بطاقته في الجهاز المخصص، ثم يطلب منه إدخال رقمه السري وتحديد المبلغ المرغوب من خلال لوحة المفاتيح، وبعد استلام المبلغ يسترد العميل بطاقته تلقائياً، ويسجل هذا المبلغ في الجانب المدين من حساب العميل مباشرة.

يتم التعامل وفقاً لهذا النوع من البطاقات بدون منح ائتمان، حيث يفرض الجهاز الآلي السحب إذا كان هناك رصيد غير كاف في حساب العميل لدى المصرف، ويقوم البنك بتنفيذ التزاماته برد المبالغ المودعة لديه إلى العميل، ولكن يتم ذلك بطريقة صرف آلي لتجنب الازدحام وتسهيل الوصول للعملاء، يصدر معظم هذه البطاقات من قبل البنوك أو المؤسسات المالية للموظفين لسحب رواتبهم (القضاة، 2000، صفحة 07).

5- بطاقات حَسَبِ شَكْلِهَا وَالتَّقْنِيَةِ المُسْتخدَمة في صُنْعِهَا

اشتهرت بطاقات الدفع الإلكتروني بالتطور التقني الكبير الذي شهدته، حيث انعكس هذا التطور التكنولوجي الكبير في وسائل الاتصال ونقل المعلومات على تصميم البطاقات نفسها وعلى المعلومات التي تحتويها، من كونها مجرد مستطيل بسيط من البلاستيك إلى سند يحتوي على عدد البيانات المرقمة والمشفرة على ظهره من خلال أشرطة ممغنطة، أتاحت البطاقات الفرصة لإجراء العديد من الخدمات، وصولاً إلى سند إيجابي للمعلومات، حيث يحمل في ذاته وسائل حمايته من خلال تكنولوجيا الدوائر الإلكترونية.

تقوم هذه التكنولوجيا بتشفير البيانات وحمايتها، ويعود الفضل في اكتشافها إلى المهندس الفرنسي (رونالد مورينو) في عام 1974، وأثبتت هذه التكنولوجيا فعاليتها منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا*.

* يتطلب تحقيق هدف البطاقات كوسيلة حديثة للوفاء بالقبول العام تبني مجموعة من الإجراءات، أولاً: ينبغي توحيد القواعد التي تطبق على هذه البطاقات داخل كل شبكة، وكذلك بين الشبكات الوطنية والشبكات الدولية، حيث يعمل ذلك على تقليل تكاليف إنتاج المعدات المستخدمة في البطاقات وتحسين استخدام تلك المعدات، وتقتصر المنافسة فيما بعد على مستوى الخدمات، مما يؤدي إلى خفض التكاليف الفنية لتشغيل النظام وتحقيق الهدف الذي وضعت له اللجنة المشتركة للجماعة الأوروبية. يجدر أيضاً بالإشارة إلى أن توحيد قواعد البطاقات يتضمن السند نفسه والمعلومات المدونة عليه، حيث يتم تحقيق هذا التوحيد للسند والمعلومات من خلال المنظمة الدولية لتوحيد القواعد (ISO)، وكذلك المنظمة الأوروبية (C.E.N-CENELE)، أو الجمعية الفرنسية لتوحيد

تتنوع البطاقات حسب هذا المعيار من حيث التصميم والتكنولوجيا المستخدمة، حيث يُمكن تصنيفها إلى أربعة أنواع رئيسية، البطاقة البلاستيكية البسيطة (تشمل هذه البطاقة التصميم الأساسي، حيث تكون عادةً مستطيل بسيط من البلاستيك)، البطاقة ذات الأشرطة الممغنطة (تتميز بوجود أشرطة ممغنطة على ظهرها، تحمل معلومات تشفيرية يُمكن قراءتها باستخدام أجهزة ممغنطة)، البطاقة ذات الدوائر الإلكترونية (تحتوي على دوائر إلكترونية مصغرة تمكّن قراءة وكتابة المعلومات بشكل أكثر تعقيداً وأماناً)، البطاقات الرقائقية (تتضمن رقاقة إلكترونية توفر مستوى عالٍ من الأمان، وتستفيد من تقنيات متقدمة للحماية).

أ- بطاقات الدفع الإلكتروني البلاستيكية البسيطة

البطاقات البلاستيكية هي مستطيلات من البلاستيك تحتوي على معلومات تتعلق بشخصية الحامل لها، مثل الاسم، واللقب، وتاريخ انتهاء الصلاحية، ورقم البطاقة، يُشترط أيضاً أن يكون البلاستيك المستخدم في صناعة البطاقة قابلاً للاستجابة لمتطلبات فنية معينة، ويُمكن أن يتم صناعة البطاقة من مادة (P.V.C) أو (P.V.C. A)، أو أن تُغلف بها وتُعتبر لدائن (البولي فيلين كولوريد) المادة الأكثر شيوعاً في تصنيع البطاقات البلاستيكية، وغالباً ما تُضاف مواد إضافية كالملونات والملدنات لتعديل خواصها الميكانيكية والكيميائية (المضحى، 2012، صفحة 40).

يُشترط من البطاقة أن تكون قادرة على تحمل التغيرات الطبيعية خلال الاستخدام اليومي دون التأثير على نظامها الداخلي، يُشدد على عدم جعل البطاقة مفرطة المرونة، حتى لا تفقد ملاءمتها للاستعمال العادي، وقد تم توحيد مقاسات البطاقات دولياً وفقاً للقاعدة (ISO.2894)، ويتم تحديد خصائص أخرى مثل عدم قابلية البطاقة للاشتعال ومقاومة المواد السامة والمنتجات الكيميائية، فضلاً عن ثبات البطاقة تحت تأثير الظروف الجوية كالرطوبة والضوء.

ب- بطاقات الدفع الإلكتروني الحاملة للشريط المغناطيسي

البطاقات ذات الأشرطة الممغنطة هي عبارة عن بطاقات بلاستيكية تمتاز بتوفر شريط ممغنط يحمل بيانات على شكل مسارات أفقية ثلاثة، يتم قراءة وتحليل البيانات المخزنة على هذا الشريط بواسطة أجهزة القراءة المتخصصة، ويتم تنفيذ العمليات المتعلقة بالبطاقة، مثل الدفع، بناءً على المعلومات المحملة على الشريط الممغنط (السقا، 2007، صفحة 28).

الشريط الممغنط عادةً ما يكون مصنوع من مادة (البوليستر) ويُغطى ببطاقة رقيقة جداً من مادة (أكسيد الحديد جاما)، يُشكل هذا الشريط الدعامة المادية التي يتم من خلالها تثبيت البيانات أو المعلومات غير المادية لبطاقة الائتمان، ويتم تشفير البيانات على الشريط الممغنط في مساحات أفقية ثلاثة، مع إمكانية إعادة التشفير، تُسجل البيانات الخاصة بالعمل على هذا الشريط مثل رقم البطاقة وسقف الائتمان وتواريخ ورموز المعاملات التجارية، حيث يكون الشريط الممغنط غير قابل للرؤية بالعين المجردة، كون البيانات مسجلة في شكل تغيرات مغناطيسية.

وتحت الشريط الممغنط يتواجد عادةً شريط آخر مخصص للتوقيع، حيث يقوم حامل البطاقة بتوقيعه المعتمد لدى مصدر البطاقة، ويتيح هذا التوقيع تسهيل عملية التحقق للتاجر، حيث يتحقق من أن مستخدم البطاقة هو

القواعد (AFNOR)، أو الاتحاد الدولي لتوحيد قواعد البطاقة ذات الدوائر الإلكترونية المرموز لها بـ (INTAMIC Card) / الجمعية الدولية للدوائر الإلكترونية، التي تأسست في 15 جوان 1981 (عثمان، 2007، الصفحات 180-181).

الحامل الشرعي لها، ويتم تثبيت هذا الشريط بطريقة خاصة تجعل أي محاولة للتلاعب به واضحة، كما يثبت رقم حماية البطاقة في الجهة الخلفية لتعزيز الأمان.

ومع ذلك يُعاب على هذا النوع من البطاقات القدرة المحدودة للأشرطة المغناطيسية، حيث يُعتبر عدد البيانات الذي يُمكن تدوينه على هذه الأشرطة محدوداً جداً، فأقصى عدد من الحروف الذي يُمكن تدوينه هو (108) حرف على شريط بطول (1503) (المضحكى، 2012، صفحة 200).

والجدير بالذكر أن هذه البطاقات توفر مستوى ضعيف ومتواضع من الأمان، حيث تظهر حساسيتها للاستخدام المشروع والاستخدام غير المشروع، ففي حالة الاستخدام المشروع، تكون الأشرطة المغناطيسية حساسية وتتأثر بالعوامل البيئية، مما قد يؤدي إلى فقدانها لتركيبية المغناطيسية بسبب الحرارة الشديدة أو تعرض لمجال مغناطيسي، مما يستلزم استبدال الأشرطة أو إعادة طباعة البيانات المحذوفة عليها، وفي حالة الاستخدام المتكرر يُمكن أن يؤدي تكرار الاستخدام إلى تقصير عمر هذه البطاقات وتعرضها للتلف.

وفيما يتعلق بالاستخدام غير المشروع لبطاقات الأشرطة المغنطة، يظهر أن هذا النوع من البطاقات عرضة للتزوير والتقليد، ويُعزى ذلك إلى أن الأشرطة كدعامة للمعلومات يُمكن نسخها وتحريفها بسهولة بدون وجود حماية ذاتية من الداخل، حيث يُمكن لأي قارئ الوصول إلى الأشرطة بحرية للقراءة وإعادة الكتابة عليها.

ويلاحظ أيضاً أن الأشرطة المغنطة تعتبر سلبياً للمعلومات، حيث لا تحتوي على آلية حماية ذاتية، لكون هذه البطاقات قابلة للنسخ وعاجزة عن إجراء أي حسابات، ولا يُمكن للبطاقة الرقابة على صحة تركيب الرقم السري بواسطة الحامل، بل تقوم الآلة بذلك بنفسها، كما أنها غير قادرة على الاحتفاظ بسجل للمعلومات التي تمت بها نظراً لعدم قدرتها على تخزين المعلومات.

كما يُعتبر عدم استجابة هذا النوع من البطاقات للتطور التكنولوجي في وسائل الوفاء عن بعد مسألة ملحة، فالتقدم التقني لوظائف البطاقة يعتمد على الذكاء وقدرة البطاقات على استيعاب هذا التطور، مما يؤدي إلى استبعاد بطاقات الأشرطة المغنطة من مجال الوفاء عن بعد، كما يُعتبر هذا النوع من البطاقات الحاملة للأشرطة المغناطيسية كسند سلبي للمعلومات وعدم القدرة على توفير الأمان في التواصل بين الآلة المستخدمة والآلة المستقبلية، كما أنه لا يُسمح بإجراءات التحقق الشخصية للشخص القائم بالعملية مما يجعلها عاجزة عن مواكبة التطور الحادث في وظائف البطاقات.

ج- البطاقة ذات الدوائر الإلكترونية

هذا النوع من البطاقات يُعتبر بطاقات تحتوي على ذاكرة تقليدية بسيطة دون أي ذكاء، ومع ذلك يُمكن أن تتسع لآلاف البيانات والمعلومات التي يُمكن تخزينها فيها، عكس البطاقة السابقة الحاملة للشريط المغناطيسي التي كما ذكرنا سابقاً نجد فيها محدودية التخزين، ويُشير هذا النوع من البطاقات إلى أن هذه الذاكرة لا يُمكن الوصول إليها بدون وجود رمز مميز معين والذي يعرف عادةً بالمفتاح الخاص.

تُعتبر البطاقات البنكية ذات الدوائر الإلكترونية فئة فريدة من البطاقات حيث يتم دمج الذاكرة والمنفذ في موضوع واحد، ويتميز هذا النوع من البطاقات بوظيفة مزدوجة تتيح لها تخزين ومعالجة المعلومات في وقت واحد.

يُشير ذلك إلى وجود عدة أنواع من الذاكرة، ومن أهم هذه الأنواع نذكر (عثمان، 2007، صفحة 206):

- ذاكرة للبرنامج (R.O.M)*: يتم في هذا النوع من البطاقات تخزين البرنامج الذي يُنفَّذ على مستوى الوحدة المعالجة الحسابية، وبعد هذا النوع من البطاقات ذو ذاكرة ميتة (R.O.M)، حيث يُفهم من خلالها سبب صنع المنفذ وكيف يتفاعل في مواجهة المعلومات التي ترسل إليه.
- ذاكرة للبرنامج (P.R.O.M)**: تتم برمجة هذه الذاكرة إلكترونياً بعد تصنيعها، ويكون من المستحيل محو المعلومات التي تم تخزينها فيها بعد برمجتها، وتعتبر آمنة وفعالة في تخزين البرنامج والمعلومات التي يتعامل معها المنفذ، مما يسهم في تحقيق أداء سريع وفعال في التعامل مع المعلومات المخزنة.
- ذاكرة العمل (R.A.M)***: هذه الذاكرة تسمح للوحدة المركزية بتنفيذ وإدارة المعلومات والتفاعل مع البيئة الخارجية، حيث تكون محتوياتها مؤقتة وتختفي بمجرد قطع التيار الكهربائي، مما يسهم في تأمين سرية وحماية المعلومات المؤقتة.
- ذاكرة للمعلومات (E.P.R.O.M)****: تستخدم هذه الذاكرة لتسجيل البيانات والمعلومات التي يتم توليدها أثناء استخدام البطاقة، وتظل هذه البيانات غير قابلة للمحو بعد انتهاء عملية استخدام البطاقة، يُرمز هذا النوع من الذاكرة أثناء استخدام البطاقة فهي ذاكرة للمعلومات، وهو المقصود عن قدرة البطاقة على تخزين المعلومات.
- ذاكرة للمعلومات (E.E.P.R.O.M)*****: هي ذاكرة ذات قوة يُمكن محوها إلكترونياً وإعادة برمجتها، ولديها القدرة على الاحتفاظ بمحتوياتها حتى بدون تيار إلكتروني، تتضمن العديد من البيانات السرية العامة، مثل بيانات التصنيع التي يتم الرجوع إليها في حالة حدوث قصور في التشغيل، ومفاتيح أساسية تُعتبر سرية مثل رقم العميل السري ومفتاح البنك، تملك أيضاً ذاكرة للرقابة تسجل محاولات تركيب الرقم السري، وتقوم بإغلاق الدوائر الإلكترونية بعد المحاولة الثالثة الخاطئة، مما يؤدي إلى توقف البطاقة عن العمل، تحتوي أيضاً على معلومات حول الحد الأقصى المسموح به ومقدمي الخدمات.

* (R.O.M): اختصار لذاكرة القراءة فقط (Read-Only Memory) في الحاسوب، هي نوع من أنواع الذاكرة التي تحتفظ بالمعلومات المخزنة فيها بشكل دائم ولا يمكن تعديلها أو محوها بسهولة بواسطة المستخدم العادي، وتستخدم لتخزين البيانات التي لا تتغير أو التي يجب أن تظل متاحة حتى في حالة إيقاف تشغيل الجهاز.

** (P.R.O.M): اختصار لذاكرة القراءة فقط القابلة للبرمجة (Programmable Read-Only Memory)، هي نوع من أنواع خاص من ذاكرة القراءة فقط (R.O.M) التي يمكن للمستخدم برمجتها بعد تصنيعها، ولكن بمجرد برمجتها، لا يمكن تعديل البيانات المخزنة فيها أو مسحها

*** (R.A.M): اختصار لذاكرة الوصول العشوائي (Random Access Memory) في الحاسوب، وهي نوع من أنواع الذاكرة المؤقتة، مما يعني أنَّ البيانات المخزنة فيها تُفقد عند إيقاف تشغيل الجهاز، عكس ذاكرة (R.O.M).

**** (E.P.R.O.M): اختصار لذاكرة القراءة فقط القابلة للمسح والبرمجة (Erasable Programmable Read-Only Memory)، وهي تعتبر نموذج مطور للذاكرة (P.R.O.M)، حيث تتميز بإمكانية مسح البيانات المخزنة فيها وإعادة برمجتها، يستخدم هذا النوع من الذاكرة في الأجهزة التي قد تحتاج إلى تحديث البرامج المخزنة.

***** (E.E.P.R.O.M): اختصار لذاكرة القراءة فقط القابلة للمسح والبرمجة كهربائياً (Electrically Erasable Programmable Read-Only Memory)، وهي تعتبر نموذج مطور للذاكرة (E.P.R.O.M)، حيث تتميز بإمكانية مسح البيانات المخزنة فيها وإعادة برمجتها كهربائياً، دون الحاجة إلى استخدام الأشعة فوق البنفسجية أو إزالة الشريحة من الجهاز.

د- بطاقات الدفع الإلكتروني الحاملة للرقاقة الإلكترونية

تم تقديم أول بطاقة رقائقية في اليابان عام 1970، وانتقلت الفكرة إلى أوروبا في عام 1974 بعد مواجهة صعوبات كبيرة في مجال التكنولوجيا، ونتيجة ذلك تم إطلاق أول بطاقة ائتمانية بهذه التقنية في عام 1996.

يحتوي هذا النوع من البطاقات على بطاقة بيانات رقائقية مدمجة في تكوين البطاقة البنكية، وتتضمن شريحة ذاكرة مزروعة في جسم البطاقة، وتقوم هذه الأخيرة بتسجيل كمية من النقود في حساب المستخدم وهي مبرمجة لإضافة أو خصم قيمة المعاملات.

يمكن التفريق في هذا السياق بين عدة أنواع من البطاقات الرقائقية:

- **البطاقة الذكية - SMART CARD:** يتضمن هذا النوع من البطاقات معالجا للبيانات، تتميز بمواصفات أمان عالية لتجنب استغلالها من قبل الأشخاص الغير مخولين، ولا تحتوي على أي بيانات واضحة أو مطبوعة على ظهرها، بل هي عبارة عن إلكترونية صغيرة على جانب البطاقة، التي تتوفر على بيانات رقمية لحامل البطاقة وبيانات حول حساباته المالية (مطرع، 2009، صفحة 88).

لقد عرفت البطاقة الذكية انتشاراً واسعاً وإقبالاً كبيراً من قبل العملاء، نظراً لصعوبة تزويرها والتلاعب بها، وشهدت هذه البطاقات اهتماماً وتطوراً على مدى أكثر من عشرين (20) عاماً، ومع التطور في تكنولوجيا الحواسيب، أصبحت البطاقات الذكية حقيقة عملية، وأصبحت تتنافس بفضل وجود معالج دقيق وذاكرة مصاحبة له، وتتميز بنظام أمان وحماية تتميز لحمايتها ضد أي استخدام غير مصرح به (حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية، 2003، صفحة 417).

ظهرت هذه البطاقة نتيجة للتلاعب الذي ظهر على الإنترنت، حيث يتعين على الأفراد إدخال رقمهم السري الخاص بالبطاقة للوصول إلى بعض المواقع، بعد ذلك يقوم مديرو الموقع بسحب مبالغ أكبر بكثير من المبلغ المتفق عليه، ولتجنب المخاطر المتعلقة بالمبالغ الكبيرة، قامت البنوك بإصدار هذا النوع من البطاقات التي تكون محددة بمبالغ بسيطة تجنباً للمخاطرة بالمبالغ الكبيرة، وبفضل القدرة الاتصالية للبطاقة الذكية فإنها تتمتع بالتفوق على الشريط المغناطيسي لبطاقات القيمة المخزنة التي يتم تمريرها عبر قارئ البطاقات*.

- **بطاقة فائقة الذكاء - SUPER SMART CARD:** تعرف هذه الفئة من البطاقات أيضاً بتسميات مثل "البطاقات الحاسوبية" أو "البطاقات المفردة الذكاء"، وحتى الآن لم تصبح هذه البطاقات شائعة الاستخدام، إذ لا تزال تتبع عمليات التطوير والتحسين (المضحكى، 2012، صفحة 25)، حيث تحمل هذه البطاقات معالجا دقيقاً أو رقاقة تحكم دقيقة تدير عمليات تخصيص الذاكرة والوصول إلى الملفات، يشبه هذا النوع من البطاقات الشرائح الموجودة في معظم أجهزة الحواسيب الشخصية.

* نسبة الخطأ في الشريط المغناطيسي قد تصل إلى (250) لكل مليون معاملة، وهي قيمة تعكس التحديات التي قد تواجه الاستخدام اليومي لهذا النوع من البطاقات، وفي المقابل تتفوق البطاقات الذكية بنسبة الخطأ حيث يمكن أن تصل إلى (100) لكل مليون معاملة، مما يعكس الدقة والأمان الأعلى المتوفرين في هذه التقنية المتقدمة (برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، 2009).

عند زرعها في البطاقة الذكية، تدير هذه البطاقة بياناتها في هياكل ملفات منظمة باستخدام نظام تشغيل مخصص، كما تقدم هذه البطاقات وسيلة للدفع المسبق تشبه إلى حد كبير آلية التخزين أو كيس النقود الذي يحتفظ فيه بالنقود حتى وقت الحاجة إليه (السقا، 2007، صفحة 30).

تتضمن البطاقات المتقدمة ذات الذكاء الفائق معالجاً صغيراً لمعالجة البيانات، وذاكرة، وشريطاً مغنطاً، وشاشة عرض صغيرة، ومفتاح إدخال بيانات، وبناءً على هذا يكون إصدارها مكلفاً للغاية، حيث يتوقع أن تكون مثل هذه البطاقات قيد التداول من قبل المؤسسات المالية فقط في حال انخفاض تكلفة إنتاجها (المضحكي، 2012، صفحة 26).

- **بطاقة الذاكرة - MEMORY CHIP CARD:** هي بطاقات مجهزة بشريحة ذاكرة لتخزين البيانات، حيث تقتصر وظيفة الشريحة المدمجة فيها على قدرة تخزين واسترجاع البيانات فقط، وتشبه هذه الشريحة بشكل كبير القرص الصلب لجهاز الحاسوب في شكل مصغر، كما تحتوي على سمات أمان اختيارية، لكن يكون مستوى الحماية المتاح لإدارة البيانات أقل بشكل عام.

- **البطاقة البصرية - OPTICAL CARD:** يُعرف البعض هذا النوع من البطاقات باسم "البطاقة التي توضع بها المعلومات الخاصة بقيم الدفع والبيانات المتغيرة"، وتحتوي على عنصر تأمين يظهر بشكل بصري، مثل الصورة المجسمة ثلاثية الأبعاد لحامل البطاقة، وتعمل هذه البطاقة على تخزين البيانات بشكل رقمي وتم قراءتها فقط باستخدام ضوء الليزر، مما يجعلها غير قابلة للقراءة بواسطة وسائل أخرى (حوالف، 2016، صفحة 158).

- **البطاقة الرقائقية - CHIP CARDS:** وتحتوي هذه البطاقة على شريحة من السيلكون "ذاكرة" تتضمن قيد قيمة النقود في الحساب المصرفي لحاملها، وتقوم بعمليات التحويل المصرفي من خصم وإضافة من حسابات العميل بقيمة معاملاته (الكيلاني، التشريعات التجارية والالكترونية دراسة مقارنة، 2009، صفحة 465).

الفرع الثاني: النقود الإلكترونية - E-CACH

تأثرت صور النقود وطرق التعامل المالي بشكل كبير جراء التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات وتطور الصناعة البنكية، فضلاً عن ظهور التجارة الإلكترونية، الأمر الذي أثار صعوبات في استخدام النقود الورقية والمعدنية الحالية لإتمام المعاملات الإلكترونية، هذا الوضع ساهم بشكل كبير في ظهور مفهوم النقود الإلكترونية.

لقد أدى هذا التقدم إلى استحداث مصطلحات متعددة للإشارة إلى النقود الإلكترونية، حيث استُخدم البعض مصطلح "العملة الرقمية Digital Currency"، فيما استخدم البعض الآخر "النقود الرقمية Digital-Cach"، وهناك من يفضل تسميتها بـ "النقود الإلكترونية E-Cach" (القحطاني، 2008، صفحة 49)، وفي خضم هذا كله يتطلب منا الحديث بشكل يسمح في الأخير فهم كل هذه الاختلافات في التسمية المتعلقة بمصطلح النقود الإلكترونية التي يتبعها بالتأكيد اختلاف في التعريفات، كما سنبحث في العديد من النقاط التي من شأنها رفع الاختلاف وإرساء وجهات النظر، حيث ستكون لنا وقفة عند تاريخ نشأة النقود الإلكترونية (أولاً)، وفهم مفهومها (ثانياً)، وتحديد أنواعها (ثالثاً).

أولاً: تاريخ نشأة النقود الإلكترونية

إذا كانت النقود في بدايتها وسيلة تبادل نشأت بسبب الحاجة الإلزامية نتيجة لصعوبات التقيض التي واجهها النظام البشري، فإن نشأة النقود الإلكترونية تُعد أيضاً وليدة لهذه الحاجة، يأتي ذلك نتيجة للتقدم التكنولوجي الذي أثر بشكل

كبير على عمليات التبادل التجاري والمعاملات المصرفية، لذلك كانت نشأة النقود الإلكترونية تُعتبر ردة فعل طبيعية على هذا التطور.

نظراً لأنَّ النقود الإلكترونية تتجلى في سلسلة من الأرقام التي تُعبر عن قيم محددة، تُصدرها بنوك تقليدية أو افتراضية لعملائها، والتي يتم الحصول عليها من خلال ترميز نبضات كهرومغناطيسية على بطاقة ذكية أو في البيئة الرقمية، ترتبط نشأتها بشكل لا بُدَّ فيه بتطوير وتقديم وسائل الاتصال وأنظمة الدفع، عبر الأدبيات الاقتصادية، حيث تباينت وجهات النظر بشكل كبير في تحديد مصدر نشأة النقود الإلكترونية.

أ- الاتجاه الأول: النقود الإلكترونية مُرتبطة بظهور الإنترنت

تم ابتكار النقود الإلكترونية كحل ملائم لتلبية احتياجات المتعاملين عبر الإنترنت، وذلك كوسيلة فعالة لتسوية المدفوعات صغيرة القيمة، حيث يصبح التعامل ببطاقات الائتمان غير عملي بسبب التكاليف والإجراءات المصاحبة، لهذا السبب ظهرت النقود الإلكترونية في مفهوم "النقود الشبكية"، وكانت تعتبر حل مناسب لمثل هذه التعاملات.

تاريخ ظهور هذا النوع من النقود (حسب هذا الاتجاه)، يعود إلى شهر أكتوبر من عام 1995 عندما قامت شركة هولندية تُدعى (DIGI-CACHE) بإطلاقها للمرة الأولى، وقد أطلقت على هذه النقود اسماً يحمل نفس اسم الشركة، ومن ثم بدأت تسميتها بأسماء مُتعددة تعكس تطورها واستخداماتها المتزايدة (الحملوي، 2003، صفحة 246).

ب- الاتجاه الثاني: النقود الإلكترونية مُرتبطة بظهور البطاقة البلاستيكية الإلكترونية

تعود نشأة النقود الإلكترونية حسب رواد هذا الاتجاه، إلى فترة ظهور البطاقات البلاستيكية، حيث يُعتبر الياباني (Kunitaka Arimura)، من رواد تلك الفترة بفضل تطويره للشريحة الإلكترونية المثبتة على البطاقة البلاستيكية عام 1970م، والتي تحتوي على المخزون النقدي وبيانات أخرى، غير أنه لم يكن هناك اهتمام كبير من قبله في تلك الفترة بنوعية الاستخدام الذي ستقوم به هذه البطاقات مستقبلاً، وفي عام 1974م، قام الفرنسي (Roland Morens)، بتطوير هذا الاختراع وتوسيع استخدام البطاقات الإلكترونية، وفي فترة لاحقة وبصورة أكثر فعالية قام العالم (Honeywell Bull)، بابتكار البطاقة الذكية كواحدة من أشكال النقود الإلكترونية في عام 1979م، ولكن تصميم تلك البطاقات الأولية كان بسيطاً، واستجابةً لهذا قررت شركة (French Bank Card Association)، استخدام تكنولوجيا متقدمة أكثر لإنتاج البطاقات الذكية.

وفي عام 1976م، ظهرت أول بطاقة ذكية تقليدية، وكانت من أبرز البطاقات التي توزع النقد الإلكتروني بطاقة (موندكس)، حيث تابعت هذه البطاقة التي تنتمي للمؤسسة العالمية "ماستر كارد" تطورها، واكتسبت شهرة واسعة على شبكة الإنترنت، حيث ظهرت في الأسواق العالمية في عام 1990م بشكل واسع (حامد، 2003، صفحة 124).

ج- الاتجاه الثالث: النقود الإلكترونية مُرتبطة بأول بداية حقيقية لاستخدام المدفوعات الإلكترونية

تُعتبر بعض التفسيرات أن نشأة النقود الإلكترونية يرتبط بظهور أولى مظاهر استخدام المدفوعات الإلكترونية في السبعينيات، ويتعلق هذا بتبني نظام المقاصة الإلكترونية بين البنوك وتبادل النقود إلكترونياً، وذلك بتأسيس دار المقاصة الآلية (Automated Clearing house) عام 1972م، حيث قامت هذه المؤسسة بتزويد خزانات الولايات المتحدة الأمريكية،

والبنوك التجارية، بديل الكتروني لإصدار الشيكات، هذه النظم تفاعلت بشكل مشابه في أوروبا، مما أدى إلى انتشار استخدام النقود الإلكترونية على نطاق واسع في جميع انحاء العالم.

الاتجاه الرابع: النقود الإلكترونية مرتبطة بظهور الدفع عن طريق التليغراف (Telegraph) (القحطاني، 2008، الصفحات 106-109)

وفقاً لهذا التفسير، يتجه البعض إلى أبعد من ذلك، حيث يرجح ارتباط نشأة النقود الإلكترونية بنظام الدفع الإلكتروني الذي يرجع ظهوره إلى عام 1918م، عندما أصدر البنك الفيدرالي الأمريكي نظام الدفع عن طريق التلغراف. وهناك من يرد أصل النقود الإلكترونية إلى اختراع الكاتبة المشفرة، الذي كان يستخدم لأغراض عسكرية، فقد استخدم العسكريون وسائل الاتصال المشفرة لنقل أسرار الأعداء، حيث يهدف التشفير إلى إيجاد وسيلة للحفاظ على سرية البيانات وتأمينها من خلال برامج تحول المعلومات إلى أرقام ورموز وحروف، مما يمنع أي فرد من الوصول أو الاستخدام إلا لأولئك الذين يحق لهم قانونياً.

وفيما يتعلق بالنقود الإلكترونية، يستخدم التشفير كوسيلة لإتمام التعاقد الإلكتروني، بهدف منع أي فرد غير مخول قانونياً من نقل أو استلام النقود الإلكترونية، في حين يتم تخزين هذه النقود في شكلها الإلكتروني بصيغ مشفرة لضمان حماية وسرية بيانات كل من المتعاقدين، ممن لهم الصلاحيات القانونية في هذا السياق.

بشكل عام، يتضح لنا أن الاتجاهات الأربعة لها أدوار مرتبطة ومتكاملة في تطوير النقود الإلكترونية على مر الزمن، حيث أسهمت كل واحدة في تشكيل وتحسين الفهم والاستخدام العام لهذا النوع من العملات. ورغم وجود اختلاف في الآراء حول أصل نشأة النقود الإلكترونية، يبرز النظر في الأدبيات الاقتصادية بعض الحقائق الهامة:

- يظهر أن بعض الآراء قد تشوشت في تحديد أصل نشأة النقود الإلكترونية، نتيجة للالتباس بين وسائل الدفع بشكل عام والوسائل الإلكترونية بشكل خاص، مع تبني مفهوم محدد للنقود الإلكترونية.
- يتضح أن الاختلاف في تعريف مفهوم النقود، سواء في مفهومه الضيق أو الواسع، وتعريف النقود الإلكترونية، قد أثر على تحديد نشأتها.

وبغض النظر عن الاختلاف في رؤية نشأة النقود الإلكترونية، هناك عوامل ذات أهمية لتكون مساهمة في نشوء وتطور هذا النوع من العملات، وتظل هذه العوامل ثابتة ومؤثرة بشكل عام، وتتنوع في تفاصيلها وتتميز بالتحديد، وتشمل هذه العوامل:

- التطور التقني في عالم الاتصالات والإنترنت؛
- انتشار التجارة الإلكترونية رغبة في خفض تكاليف المعاملات؛
- تطور السلطة النقدية العامة المتمثلة في الدولة، والخاصة المتمثلة بالبنوك والمؤسسات المصرفية، بخدماتها عبر الإنترنت؛

تظل هذه العوامل ذات أهمية مركبة ومحددة، حيث تشكل جوانب أساسية لتطور النقود الإلكترونية في السياق الاقتصادي والتكنولوجي الحديث.

ثانياً: مفهوم النقود الإلكترونية

في الفترة الأخيرة، ظهرت وسائل دفع حديثة تستهدف في المقام الأول تخفيف تكاليف المعالجة، ومن بين هذه الوسائل نجد النقود الإلكترونية، حيث يشمل مصطلح النقود الإلكترونية مجموعة متنوعة من المنتجات التي صممت لتوفير بدائل لطرق الدفع التقليدية، نظراً لتنوع هذه المنتجات والتطور المتلاحق فيها، وهنا يصبح من الصعب وضع تعريف دقيق يشمل جميع أنظمة النقود الإلكترونية بدقة من حيث الجوانب القانونية والتقنية والاقتصادية، وعلى الرغم من اتفاق الخبراء الاقتصاديين على عدم جدوى تقديم تعريف دقيق للنقود الإلكترونية في المرحلة الحالية من تطورها، إلا أن هذا لا يمنعنا من استكشاف المعاني المقصودة بهذا المصطلح الحديث، والتعرض للجهات التي تتولى إصدارها.

1- تعريف النقود الإلكترونية

أ- تعريف النقود الإلكترونية من المنظور التشريعي

اختلف الخبراء حول مصطلح النقود الإلكترونية، وكذلك حول وضع تعريف دقيق لها، وقد تباينت تعريفاتهم على النحو التالي:

- المفوضية الأوروبية عام 1998: عرفت النقود الإلكترونية كقيمة نقدية مخزنة إلكترونياً على وسيلة إلكترونية، مقبولة كوسيلة للدفع من قبل الأطراف غير المؤسسة التي أصدرتها، ويمكن استخدامها كبديل للعملة الورقية والمعدنية لتحقيق تحويلات إلكترونية مدفوعات محددة (European Commission, 1998, p. 72).
- القرار الأوروبي رقم 2000/46 الصادر في 18 سبتمبر 2000: عرّف النقد الإلكتروني كقيمة نقدية مخلوقة من المصدر، مخزنة على وسيط إلكتروني وتمثل إيداعاً مالياً، وتكون مقبولة كوسيلة دفع من قبل الشركات المالية باستثناء الشركة المصدرة.
- اللجنة الأوروبية: حاولت وضع مشروع توجيه أوروبي يتعلق بالنقود الإلكترونية، وعرفت فيها من خلال هذا المشروع في نص المادة الأولى (1) الفقرة الثانية (2)، كقيمة مالية مخزنة على دعامة إلكترونية مثل البطاقة ذات الذاكرة أو على ذاكرة الكمبيوتر، وتكون مقبولة كوسيلة دفع من جانب المشروعات والتجار، ويتم إصدارها لتكون في مكان المستهلك وتحل إلكترونياً محل النقود الورقية والنقود المكتوبة (غانم، 2007، صفحة 33).
- البنك المركزي الأوروبي: عرّف النقود الإلكترونية كمخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يتم استخدامها على نطاق واسع لإجراء مدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى حساب بنكي أثناء إجراء الصفقة، وتستخدم كأداة محمولة مقدماً (European Central Bank, 1998, p. 7).
- قانون النقد والمال الفرنسي: عرفت المادة (L/315-1) من قانون النقد والمال -تم التطرق إليها سابقاً- النقود الإلكترونية على أنها قيم نقدية مخزنة في شكل الكتروني بما فيها المغنطة، وتمثل دين على "المصدر" الذي يصدرها مقابل تخفيض الأموال لتنفيذ عملية الدفع المقبولة من طرف الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الآخرين كمصدر النقود الإلكترونية*.

* ART L 315-1 CMF. « La monnaie électronique est une valeur monétaire qui est stockée sous une forme électronique, y compris magnétique, représentant une créance sur l'émetteur, qui est émise contre la remise de fonds aux fins d'opérations

- البنك الدولي (WORLD BANK): عرّفها على أنها "وسيلة دفع مُقَوِّمة بالعملة القانونية" (World Bank Group, 2017).
- بنك التسويات الدولية (BANK FOR INTERNATIONAL SETTLEMENTS): عرّفها على أنها "قيمة نقدية على شكل وحدات ائتمانية يتم تخزينها على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك، حيث يقوم بدفع ثمن هذه القيمة التي تتناقص أو تزايد كلما تم استعمالها للقيام بعمليات الشراء، أو في حالة إعادة تخزين قيمة جديدة عليها" (Bank for International settlements, 1996, p. 13).
- مجموعة العمل المالي (FINANCIAL ACT TASK FORCE): عرّفها على أنها "تمثيل رقمي للعملة القانونية تستخدم لتبادل القيمة المرتبطة بالعملة القانونية إلكترونياً" (Financial Act Task Force, 2014, p. 4).

من خلال التعريفات السابقة للنقود الإلكترونية، يُمكن القول أن النقود الإلكترونية تتمتع بالصفة النقدية المنقولة لها من النقود الورقية القانونية الصادرة عن المؤسسات والبنوك المركزية الناطمة بالخصوص، فهي ليست نقداً قائماً بذاتها بقدر ما هي تمثيل غير مادي للنقود القانونية، حيث أن إصدارها يتمثل في تحويل شكل النقود من الصفة المادية إلى الصفة الرقمية لاستخدامها كأداة للمدفوعات والتحويلات المالية فيما بين العملاء والمؤسسات المالية التي تصدرها بالاعتماد على الوسيلة الإلكترونية، وهي شكل من أشكال الأموال المدفوعة مسبقاً تمثل التزام على مصدرها تجاه الغير.

ب- تعريف النقود الإلكترونية من المنظور الاصطلاحي

كما أشرنا في البداية، فإنّ الباحثين والخبراء قد اختلفوا حول الاصطلاح، حيث استخدم البعض مصطلح "النقود الرقمية"، بينما اعتمد الآخرون على تسميتها "النقود الإلكترونية"، وتم استخدام مصطلح "النقود الرقمية" لوصف العملة الافتراضية، على الرغم من أنّ الاصطلاح الأكثر شيوعاً يظل "النقود الإلكترونية"، نظراً لكونه يعكس بشكل أكبر المفهوم الفعلي لهذه التكنولوجيا.

وعرف البعض الآخر النقود الإلكترونية على أنها: "عمليات الدفع أو التحويل الإلكتروني للودائع التي يتم معالجتها ضمن أنظمة البنوك الإلكترونية"، بينما رأى آخرون أن النقود الإلكترونية تتجلى في بطاقات تحتوي على رصيد إلكتروني أو قيمة نقدية محملة إلكترونياً على بطاقة تخزين القيمة (لموشي، 2019، صفحة 627).

أما في منظور أنصار الاتجاه الواسع لمفهوم النقود الإلكترونية، والتي تتعدد من خلاله مدلولات النقود الإلكترونية لتشمل كافة أنظمة الدفع الإلكتروني، والتي يعتبر فيها البعض أنها نوع جديد من البطاقات البنوك، ظهرت لتجنب المعاملات غير المصرح بها عند فقدان أو سرقة البطاقة البنكية التقليدية، حيث ووفقاً لتعريف مفوضية الاتحاد الأوروبي، تعرف النقود الإلكترونية على أنها: "قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً على وسيلة إلكترونية، كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع من قبل الأطراف غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم توفيرها للمستخدمين لاستعمالها كبديل للعملات النقدية أو الأوراق النقدية، بهدف تحقيق تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة" (حوالف، 2016، صفحة 176).

ج- العناصر المحددة لمفهوم النقود الإلكترونية

تتميز النقود الإلكترونية بمجموعة من العناصر والخصائص تتمثل فيما يلي (Financial Act Task Force, 2014, p. 9):

- **النقود الإلكترونية تمثل قيمة نقدية:** تعتبر النقود الإلكترونية لقيمة نقدية، حيث يتم تعريف قيمة العملة برمز محدد يحدده القانون، يتجلى هذا الرمز في شكل قطعة معدنية أو ورقة نقدية، ولكن يمكن أيضاً أن يكون تمثيلاً إلكترونياً لمجموعة من البيانات، حيث يقوم الأفراد في هذا السياق بفتح حسابين في المصارف التي تتيح لهم التحويل بين حساب نقدي وحساب الكتروني، حيث تنتج النقود الإلكترونية عبر برامج توليد بيانات فريدة يتم إرسالها للبنك للتحقق وإضافة معلومات إضافية قبل إعادتها للعميل كوحدات دفع إلكترونية.
- يُطرح هنا سؤال مهم حول ما إذا كانت بطاقة الهاتف تُعتبر نقوداً إلكترونية أم مجرد وسيلة دفع، على الرغم من أنها لا تستخدم للدفع المباشر، إلا أنها تظهر كوسيلة تواصل إلكترونية وتخضع لتنظيمات الاستهلاك بدلاً من قوانين النقد والمال، وبطبيعة الحال لا تعد بطاقات الهاتف نقوداً إلكترونية، حيث تتمثل قيمتها في وحدات اتصال بدلاً من كونها قيمة نقدية.

يثار سؤال آخر حول مدى صحة اعتبار كل دفع مسبق نقوداً إلكترونية، حيث يظهر أن كل دفع مسبق لا يعتبر بالضرورة نقوداً إلكترونية، وهنا يشير قانون النقد والمال الفرنسي إلى أن النقد الإلكتروني يعد وسيلة دفع "وسيلة للنقود القيدية"، ويؤكد على أن القواعد المطبقة في إصدار وتسيير وسائل الدفع الإلكتروني تنطبق على إصدار وتسيير النقود الإلكترونية حسب المادة 1-IV-133L، يتطلب الأمر الحصول على موافقة بنك فرنسا قبل إصدار أي وسيلة دفع إلكترونية، مما يُظهر أهمية الدفع المسبق على شكل إلكتروني كمعيار للتصنيف، يشدد على أن النقود الإلكترونية هي وحدات قيمة نقدية تُنشأ وتُدير من قبل البنك المركزي، وتؤدي وظائف مماثلة للنقود القانونية.

- **مخزنة على وسيلة إلكترونية:** التخزين الإلكتروني يعني تخزين القيمة النقدية على وسيلة إلكترونية، حيث يتم شحن القيمة بشكل إلكتروني إما على بطاقة بلاستيكية أو على القرص الصلب للحاسوب الشخصي، يتميز هذا النوع من التخزين عن النقود القانونية والائتمانية التي تكون عادةً عبارة عن وحدات نقدية معدنية أو مطبوعة.
- **غير مرتبطة بحساب بنكي:** تظهر أهمية هذا الجانب بوضوح عند التمييز بين النقود الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية الأخرى، ومع ذلك يعتبر البعض أن هذا النوع من النقود يختلف عن المفهوم القانوني للنقود، حيث تتميز النقود بمعناها القانوني بكونها تصدر من الدولة وتحمل صلاحية قانونية فورية، وهو ما يتضح من خلال عدم ارتباطها بحساب بنكي، واستخدامها بشكل مدفوع مقدماً دون الحاجة إلى إدخال معلومات بنكية أثناء التعامل، إذ تقوم المصادر بتأكيد صحة وأصالة وحدات النقد الإلكتروني المستخدمة في الدفع، دون الحاجة إلى التحقق من هوية صاحب الحساب، وهذا ما يميزها عن وسائل الدفع الأخرى مثل التحويل المصرفي والبطاقات التي تتطلب تدخل المصارف لإتمام العملية.

يتميز استخدام النقود الإلكترونية بنقص في الشفافية، حيث لا يوجد شكل محدد لفتح محفظة نقود افتراضية أو حساب نقدي افتراضي، وإضافة إلى هذا لا يتحمل مقدمو خدمات الدفع التزاماً قانونياً، مما يجعل التحويلات غير

* ART IV133-1-L. « Sans préjudice de l'application de la section 12, le présent chapitre s'applique à l'émission et la gestion de monnaie électronique ».

محددة وتسمح لمستخدمي الإنترنت الذين لا يملكون بطاقات بنكية أو لا يرغبون في استخدامها بفعل ذلك، وهذا يعتبر ميزة غير ملزمة للجرائم السيبرانية.

- تحظى بقبول واسع من غير من أصدرها: يجب أن يكون استخدام النقود الإلكترونية غير مقيد إلى المصدر الذي أصدرها أو إلى أفراد أو مناطق محددة أو حتى إلى فترة زمنية محددة، وتجدر الإشارة إلى أن معظم أنظمة النقد الإلكتروني لم تحظ بالقبول العام الذي تحظى به وسائل الدفع الأخرى حتى الآن، ومع ذلك لا يمكن تجاهل الحقيقة التي يؤكدتها الواقع، وهي أن استخدام النقود الإلكترونية يشهد نمواً وتزايداً.
- وسيلة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة: أي صالحة لشراء السلع والخدمات والقيام بمختلف الالتزامات.

2- الجهات المخولة بإصدار هذا النوع من النقود

أثيرت تساؤلات حول الجهة المخولة بإصدار النقود الإلكترونية، وهل يجب أن تكون مؤسسة مصرفية تجارية مُعترف بها؟، أم يكفي أن تكون جهة مختصة قادرة على الإصدار ويتم قبولها من قبل المتعاملين دون أن تكون مؤسسة مصرفية؟ أظهرت الحقيقة أنه لا توجد جهة واحدة مسؤولة عن إصدار النقود الإلكترونية، حيث وكما ذكرنا سابقاً وحسب المادة (L133-1-IV)، من قانون النقد والمال الفرنسي أنه: "... يتطلب الأمر الحصول على موافقة بنك فرنسا قبل إصدار أي وسيلة دفع إلكترونية..."، أي يمكن أن يُكلف البنك المركزي بهذه المهمة أو البنوك التجارية والمؤسسات المالية الأخرى، ومع ذلك إذا تولى البنك المركزي هذه المهمة، يُمكن أن يتم حل معظم المشكلات القانونية والاقتصادية المحتملة، مثل تجنب الدولة للخسائر الناتجة عن تداول العملة وتعزيز سيطرتها على حجم النقود لتمكينها من التحكم في السياسات النقدية والاقتصادية، وتقليل التهرب الضريبي وغسيل الأموال* (الشافعي، 2003، صفحة 169).

ويظهر من الخبرات الدولية في هذا المجال أن العديد من الدول يميلون إلى منح حق إصدار النقود الإلكترونية للمؤسسات المصرفية، حيث يتم ذلك عبر فرض قيود تمنع إصدار النقود الإلكترونية أو أي وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني إلا عن طريق المؤسسات المالية الائتمانية أو بموجب إشرافها، وعلى سبيل المثال قام البنك المركزي المصري بمنح هذا الحق للبنوك المسجلة في مصر، شريطة أن يتم التزامها بالتوجيهات الصادرة عن البنك المركزي في هذا السياق، كما اتجهت ألمانيا في نفس الاتجاه، حيث قامت بتعديل قانون البنوك في عام 1998 لدعم هذا المنهج، وقد اعتمد البرلمان الأوروبي والمجلس الأوروبي نفس السياق أيضاً (الجنوبي والجنوبي، 2006، صفحة 223).

وعلى الرغم من أن الاتجاه السائد في دول الاتحاد الأوروبي يفرض قصر مهمة إصدار النقود الإلكترونية على المصارف فقط، إلا أن التقرير الصادر عن المعهد النقدي الأوروبي يوصي بذلك، وعلى الجانب الآخر تتخذ الولايات المتحدة موقفاً

* غسيل الأموال: تُعرف هذه الجريمة أيضاً بمصطلح "تبييض الأموال"، وفي السياق القانوني، يقصد بها "كل استثمار أو تحويل يقوم به الأفراد لتوجيه تدفق الأموال من مصادر غير قانونية نحو قنوات شرعية، بحيث يصعب تحديد مصدرها الأصلي"، ويشمل هذا المصطلح صفقات المخدرات، واحتجاز الرهائن، والقمار، والاتجار بالبشر، وتهريب الكحول والأدوية والتبغ والأسلحة، وكذلك التهرب الضريبي، وأنشطة أخرى غير قانونية، وقد أدى ذلك إلى ازدياد أسواق التهريب للعمالة غير الشرعية، وكذلك زيادة حالات القرصنة الإلكترونية، وتداول الأعضاء البشرية، والأعمال الفنية، والآثار، والمواد السامة، واليورانيوم (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019، صفحة 341).

متحفظاً اتجاه أي محاولة لتقييد إصدار النقود الإلكترونية للمؤسسات المصرفية فقط، وترفض وضع أسس قانونية لتنظيم إصدار وتداول النقود الإلكترونية في الوقت الحالي.

يُشير بعض الاقتصاديين إلى أنَّ نظم الدفع الإلكترونية لا تتطلب بالضرورة تدخل مصرفي لإصدار أو تحويل النقود الإلكترونية، إنما يمكن أداء هذه المهمة من قبل شركات الاتصال وشركات الأنظمة الإلكترونية والشركات التجارية، وهو ما قد يزيد من التنافس بين المؤسسات المصرفية وغير المصرفية لتقديم هذه الخدمات المالية، ومع ذلك يظهر أنَّ هذا النهج غير مقبول خارج الولايات المتحدة الأمريكية بسبب المخاطر المحتملة المرتبطة بترك مسؤولية إصدار النقود الإلكترونية لجهات غير خاضعة لتنظيم قانوني محدد أو لرقابة المصرف المركزي.

أما بالنسبة للمشرع الفرنسي، فقد حدد مهمة إصدار العملات الورقية على البنك الفرنسي وحده، وفقاً للقانون رقم 93-980 الصادر في 04 أوت 1993، جاء ذلك بناءً على ما ورد في نص المادة الخامسة من القانون المذكور، حيث نصت على أن: "يختص البنك الفرنسي وحده بإصدار عملات إلكترونية تكون مقبولة كنقود قانونية ذات قوة إبراء مطلقة".*

بالإضافة إلى ذلك يقوم قانون العقوبات الفرنسي بتوفير حماية خاصة لإصدار النقود، كما جاء في المادة (4-442) منه أنه: "يعاقب كل من طرح أي رمز من الرموز النقدية في دائرة التداول بغرض استبدالها بالعملات الورقية أو المعدنية التي تمثل النقود الرسمية في فرنسا، بالسجن خمس سنوات وغرامة 75 ألف يورو".

من النّصين المقدمين أعلاه يمكن استخلاص أنَّ إصدار النقود الإلكترونية لا يخضع للحظر الذي يطبق على النقود الرسمية، حيث أنَّ النقود الإلكترونية لا تُعتبر من الوسائل المالية الورقية التي يقتصر إصدارها على البنك المركزي وحده، ويجدر بالذكر أن النقود الإلكترونية لا يمكن لها أن تحل محل النقود الرسمية، حيث تفتقد لقوة إبراء قانونية تميز النقود الرسمية والتي تستمد من القانون، وبدلاً من ذلك تعتمد النقود الإلكترونية على قوة إبراء اتفاقية تستند إلى موافقة الأطراف المتعاملة بها، وتعتمد بشكل أساسي على الثقة التي يمنحها المتعاملون لمؤسسات الإصدار، ويجدر بالإشارة إلى أن مؤسسات إصدار النقود الإلكترونية في فرنسا، وفقاً للتشريع النقدي والمالي الفرنسي، تختلف عن مؤسسات القروض البنكية**.

تم تشريع عملية إصدار وتداول النقود الإلكترونية في فرنسا خاصة بعد إصدار التوجه الأوروبي رقم CE/46/2000 في 18 سبتمبر 2000م، الذي يتناول ممارسة إصدار مؤسسات النقود الإلكترونية وأنشطتها، بالإضافة إلى رقابة المخاطر المترتبة على هذه المؤسسات، حيث يهدف هذا التوجه والصادر لأول مرة، إلى تنظيم عملية إصدار وتداول النقود

* Loi N°93-980 du 04 aout 1993 relative au statut de la banque de France et à l'activité et au contrôle des établissements de crédit.

** Les établissements de monnaie électronique sont définis à l'article L.526-1 du code monétaire et financier comme étant des personnes morales autres que les établissements de crédit qui « émettent et gèrent à titre de profession habituelle de la monnaie électronique ». Initialement, les établissements de monnaie électronique étaient une catégorie particulière d'établissement de crédit (Capdeville, et al., droit bancaire, 2017, p. 98).

الإلكترونية، بهدف جعلها بديلة عن النقود الائتمانية، وأُعيد بشكل رسمي في التشريع الفرنسي بموجب التنظيم رقم 13-2002، في 21 نوفمبر 2002*.

اعتبر هذا التنظيم أن مؤسسات النقود الإلكترونية تُعتبر فرعاً من مؤسسات القرض والائتمان، وأُلقي بالمسؤولية على هذه المؤسسات في عملية إصدار النقود الإلكترونية، وبموجب هذا التنظيم كانت مهمة مؤسسات النقود الإلكترونية تقتصر على إصدار وطرح النقود الإلكترونية في التعامل، وأيضاً على عمليات حفظ البيانات عبر وسيط الكتروني لحساب أفراد وكيانات أخرى، وبذلك لم يخلق هذا التنظيم مؤسسات ائتمانية، إنما اعتبرت مؤسسات إصدار النقود الإلكترونية مؤسسات مالية تخضع لنظام رقابي خاص.

على الرغم من التقدم الذي شهدته سوق النقود الإلكترونية في أوروبا، خاصة بعد صدور التوجه الأوروبي رقم CE/46/2000 – سبق ذكره – والذي أضفى عليها توجّهات صارمة، تبين أن هذا التوجه في الواقع قد أثر بشكل سلبي على تطور السوق، إذ منع إصدار النقود الإلكترونية من مزاولة أنشطة تجارية إضافية إلى نشاطها الأساسي في إصدار النقود الإلكترونية، كما فرض قيوداً صارمة وقواعد رقابية تجعل من الصعب على هذه المؤسسات تحقيق تطور أو استكشاف فرص جديدة في سوق الخدمات المالية الرقمية (Capdeville, et al., droit bancaire, 2017, p. 99).

هذا أدى إلى إصدار توجه جديد في سنة 2009م، وهو التوجه الأوروبي رقم CE/110/2009 والصادر في 16 سبتمبر 2009م، والذي يرتبط بممارسة إصدار مؤسسات النقود الإلكترونية وأنشطتها، وكذلك الرقابة على المخاطر المترتبة على هذه المؤسسات**، وفي الفقرة الأولى من المادة الأولى لهذا التوجه الأوروبي المذكور، تم تحديد المؤسسات التي تحمل لإصدار النقود الإلكترونية***.

* La directive 2000/46/CE a été transposée en droit français par le règlement du comité de la réglementation bancaire et financière n °2002-13 du 21 novembre 2002 relatif à la monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique, homologué par un arrêté du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 10 janvier 2003.

** La directive 2009/110/CE du 16 septembre 2009, concernant l'accès à l'activité des établissements de monnaie électronique et son exercice ainsi que la surveillance prudentielle de ces établissements.

*** La directive 2009/110/CE dispose par son art 01, alinéa 01, que sont autorisés à émettre de la monnaie électronique :

- les établissements de crédits ;
- les établissements de monnaie électronique ;
- les offices des chèques postaux habilités en droit national à émettre de la monnaie électronique ;
- la banque centrale européenne et les banques centrales nationales lorsqu'elles n'agissent pas en qualité d'autorités monétaires ou autres autorités publiques ;
- ou enfin les états membres eux-mêmes ou leurs autorités régionales ou locales lorsqu'ils agissent en qualité d'autorités publiques.

توسّع التوجه الأوروبي الجديد رقم CE/110/2009 – سابق الذكر – في نطاق العمليات التي يمكن لمؤسسات النقود الإلكترونية القيام بها، مع تعزيز صلاحيتها في مجال إصدار النقود الإلكترونية*، رغم أنّ هذا التوجه الأوروبي الجديد صدر، إلا أنه لم يُدرج في التشريع الفرنسي إلا في سنة 2013، عندما صدر القانون رقم 100-2013 في 28 جانفي 2013، ويتناول هذا القانون الإجراءات التي تُتخذ لتبني تشريع الاتحاد الأوروبي في المجال الاقتصادي والمالي**.

أما عن المشرع الجزائري فقد أسند مهمة إصدار النقود وتحديد فئاتها ومواصفاتها لبنك الجزائر فقط (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، 2003، صفحة المادة 02)، حيث حظر على أي شخص إصدار أو وضع أي وسيلة محررة بالدينار الجزائري للاستخدام كوسيلة دفع بدلاً من العملة الوطنية (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، 2003، صفحة المادة 07)، وبالنسبة لإصدار النقود الإلكترونية وتداولها، فإنّه يدخل ضمن الحضر الوارد في قانون النقد والقرض، ويستدعي الرجوع إلى المادة 69 من الامر نفسه، والتي جاء في نصها "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ويجب الرجوع أيضاً إلى المادة (12) في فقرتها الثانية من النظام 05-07 المتضمن أمن أنظمة الدفع (الجريدة الرسمية الجزائرية، النظام 05-07 المتضمن أمن أنظمة الدفع، 2005)، والتي تنص على أنه: "في حالة ما إذا اعتبر بنك الجزائر بأنه لا يتوفر في إحدى وسائل الدفع الضمانات الكافية، يُمكنه أن يطلب من الجهة التي تصدر اتخاذ إجراءات ملائمة لمعالجة الأمر، وفي حال عدم تطبيق هذه التوصيات، يُمكنه بعد استشارة السلطة المكلفة بالمراقبة اتخاذ قرار توقيف إدخال وسيلة الدفع المعنية في هذا النظام". ومن خلال ما جاء في كلا النصين، نستخلص أنه عندما يتم احترام شروط الأمان التي حددها النظام القانوني الجزائري، يصبح إصدار وتداول النقود مشروعاً قانوناً، وبموجب هذه الشروط يُمكن للأطراف المعنية بالتداول الإلكترونية للنقود في الجزائر أن يتضمن استمرارية عملياتها وامثالها للقوانين والتشريعات المعمول بها.

* Les opérations que les établissements de monnaie électronique sont habilités à exercer sont détaillées à l'article 06 de la directive 2009/110/CE. Leur compétence est très nettement élargie. Outre l'émission de la monnaie électronique, ils sont autorisés :

- à effectuer les services de paiement énumérés par la directive n°2007/64/CE ;
- à consentir des crédits liés aux services de paiement définis par la même directive, à la condition que ces crédits ne sont pas octroyés sur la base des fonds reçus en contrepartie de la monnaie électronique émise ;
- à gérer des services de paiement ;
- enfin, à effectuer des opérations commerciales autres que l'émission de monnaie électronique dans le respect du droit de l'union européenne et du droit national.

Ainsi, la directive 2009/110/CE élargit substantiellement le champ des activités autorisées pour les établissements de monnaie électronique. (Capdeville, et al., droit bancaire, 2017, p. 101)

** La loi n°2013-100 du 28 janvier 2013 portant diverses dispositions d'adaptation de la législation au droit de l'union européenne en matière économique et financière a créé pour les établissements de monnaie électronique un statut distinct de celui des établissements de crédit. Dans le titre II du livre V du code monétaire et financier deux chapitres sont ainsi consacrés, respectivement, aux émetteurs de monnaie électronique. (Capdeville, et al., droit bancaire, 2017, p. 101)

غير أنه وفي سنة 2018 قررت الحكومة الجزائرية منع تداول النقود الافتراضية (البتكوين) وكل عملية افتراضية ليس لها تغطية نقدية ولا تمر عبر البنوك وذلك حسب المادة (117) من قانون المالية لسنة 2018 إذ تمنع أي استعمال أو حيازة أو شراء أو بيع للعملات الافتراضية، حيث جاء نص المادة كالتالي: "يمنع شراء العملة الافتراضية وبيعها واستعمالها وحيازتها. العملة الافتراضية هي تلك التي يستعملها مستخدمو الإنترنت عبر شبكة الإنترنت، وهي تتميز بغياب الدعامة المادية كالقطع والأوراق النقدية وعمليات الدفع بالصك أو بالبطاقة البنكية... يعاقب على كل مخالفة لهذا الحكم، طبقاً للقوانين والتنظيمات المعمول بها" (الجريدة الرسمية الجزائرية، قانون المالية، 2017، صفحة المادة 117)

ثالثاً: أنواع النقود الإلكترونية.

تعتبر التقسيمات المتعددة للنقود الإلكترونية موضوعاً يحظى بتفاوت في الآراء، حيث يمكن تصنيفها بأساليب متنوعة تعتمد على الرؤى المختلفة لاختيار أساس التقسيم، من حيث طبيعة المادة المستخدمة في صناعة النقود الإلكترونية إلى فئتين: النقود السلعية والنقود الائتمانية، كما يمكن أيضاً تصنيف النقود بناءً على مدى قابليتها للتحويل، للتحويل، حيث تصنف بين نقود قابلة للتحويل ونقود نهائية.

ومن الجوانب الأخرى يمكن تقسيم النقود حسب السلطات التي تدير عملية إصدارها، حيث تتمثل هذه التقسيمات في النقود الأولية التي يتم إصدارها من قبل السلطات النقدية، والنقود المشتقة التي يتم إصدارها عن طريق مؤسسات أدنى مستوى (حوالف، 2016، صفحة 182).

كما يوجد تصنيف آخر للنقود الإلكترونية، يستند إلى إمكانية تتبعها ورصدها، حيث يتم تقسيمها إلى نقود إلكترونية محددة، ونقود إلكترونية غير مُعرّفة أو غير إسمية (مغلقة الهوية)، فالنوع الأول يمكن من خلاله تحديد الأفراد الذين قاموا بسحب النقود من البنك، ويتم تتبعهم عبر أنظمة إلكترونية خاصة، أما بالنسبة للنوع الثاني فإنها تشبه التعامل مع النقود الورقية، حيث يتم التعامل بها دون معرفة هوية الفرد المتعامل، ولا يمكن التعرف على هوية المستخدمين، سواء كانوا يستخدمون تلك النقود أو ينقلوها.

1- النقود الإلكترونية حسب طبيعة الرقابة عليها

بناءً على اختلاف الأهداف المتعلقة بتصنيف النقود الإلكترونية، يمكن التفريق بين حالتين محددتين عند النظر إليها من منظور يركز على إمكانية متابعتها وفرض الرقابة عليها (حوالف، 2016، صفحة 182):

أ- النقود الإلكترونية الإسمية (مُعرّفة) - Electronique Identifié Monnaie

حسب هذا التقسيم، نجد أن النقود الإلكترونية قابلة للتعرف عليها، أي يمكن تمييزها بسهولة من خلال عمليات تحديد هوية طرفي العلاقة، أي المشتري والبائع عند إجراء عمليات مالية، ويتم ذلك بشكل خاص في البيئة الإلكترونية، حيث تكون القدرة على تحديد الهوية بوضوح، يمكن التركيز هنا على مشتري النقود الإلكترونية الذي قد حصل هذه النقود من مصدر معين، ويتم تسجيل هذه العملية بشكل إلكتروني.

ب- النقود الإلكترونية غير الإسمية (مُغلقة الهوية) - Electronique Anonyme monnaie

في هذا التقسيم، نجد أن هناك نقود إلكترونية غير اسمية أو مغلقة الهوية، حيث في هذه الحالة لا تظهر هوية المتعامل الذي يستخدم هذه النقود، مما يجعلها تشبه في استخدامها النقود الورقية التقليدية، في هذا السيناريو لا يتم

ربط هذه النقود بشخص معين أو مؤسسة، ويتم استخدامها بطريقة تشابه استخدام النقود النقدية التقليدية، حيث لا يرتبط بها بشكل محدد بالشخص الذي نقلها أو استخدمها.

2- النقود الإلكترونية حسب أسلوب التعامل بها

وتقسم النقود الإلكترونية حسب هذا المعيار إلى نقود إلكترونية داخل الشبكة ونقود إلكترونية خارج الشبكة، وفي هذا السياق يشمل مصطلح النقود الإلكترونية وفق هذا التقسيم صورتين رئيسيتين، الأولى تتمثل في البطاقة المدفوعة مسبقاً، التي يمكن استخدامها لمجموعة متنوعة من الأغراض، وتعرف أحياناً بالبطاقة المخزنة للقيمة أو محفظة النقود الإلكترونية، أما الصورة الثانية فتتمثل في آليات الدفع التي يتم تخزين قيمتها مسبقاً والتي تسمح بالدفع عبر الشبكة الحاسوبية، أو ما يعرف أحياناً بنقود الشبكة (Net Money) أو النقود الرقمية السائلة (Digital-cash) (بوعافية، 2014، الصفحات 112-113).

أ- النقود الإلكترونية الشبكية - Online e-money

تتمثل هذه النقود الإلكترونية في تخزين القيمة المالية على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي للمستهلك، وتلقب في بعض الأحيان بتسمية النقود الرقمية.

يستخدم هذا النوع من النقود عبْر شبكة الإنترنت، حيث يتم خصم تكاليف السلع والخدمات من القيمة المخزنة فيها، حيث يستدعي استخدام هذه الوسيلة التواصل مع المصدر الذي يقدم السلع أو الخدمات للتحقق من سلامة عملية الدفع.

ب- النقود الإلكترونية خارج الشبكة - Offline e-money

تطلق على هذه الوسيلة أيضاً تسمية "محفظة النقود الإلكترونية" أو "البطاقة مسبقة الدفع"، حيث يتم تخزين القيمة النقدية على بطاقات مزودة برقاقة أو شريحة إلكترونية تحتوي على مؤشر يعرض القيمة المتبقية في البطاقة بعد كل عملية تعامل، يجري المستهلك عمليات الشراء باستخدام هذه البطاقة دون الحاجة للاتصال بمصدر النقود.

3- تصنيف النقود الإلكترونية كنوع من أنواع العملة الرقمية (البنك المركزي الأردني، 2020)

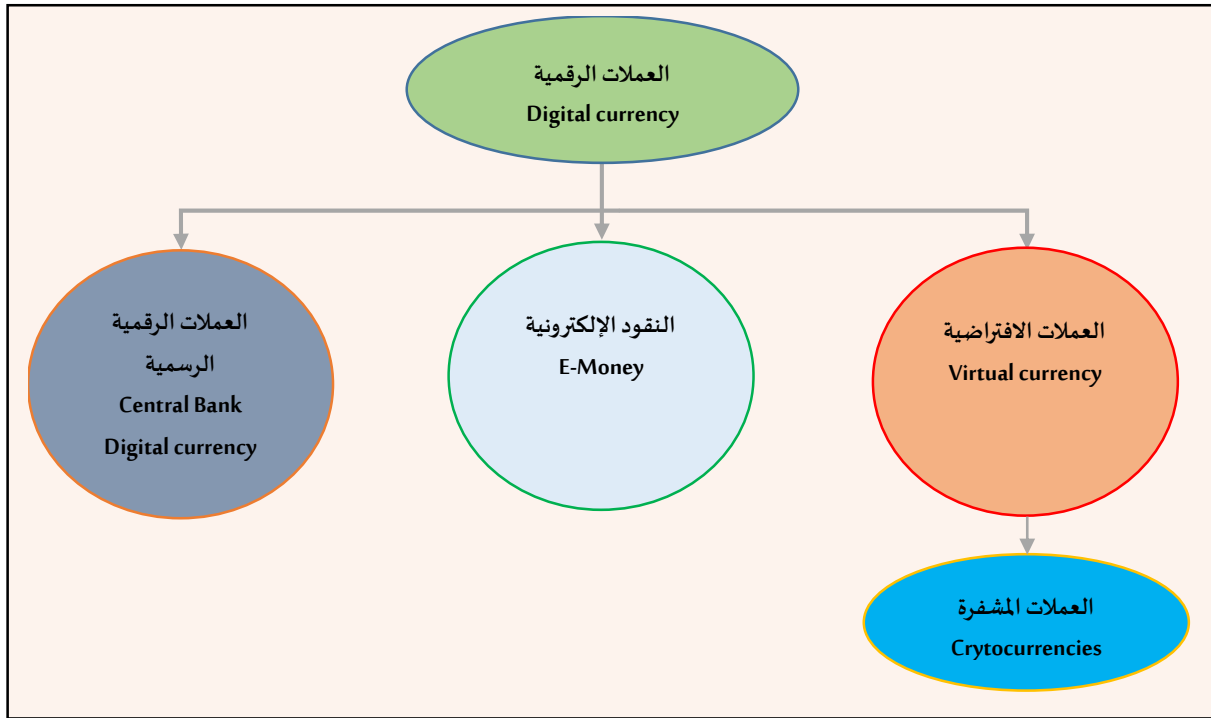
من خلال ما سبق وإعطاء نظرة شاملة عن هذه التقسيمات، وجب علينا في هذه المرحلة الفصل بين تداخل هذا الكم من المصطلحات حول هذا النوع من النقود، فكما ذكرنا سابقاً هناك من يُطلق عليها مصطلح "العملة الرقمية Digital currency"، فيما استخدم البعض الآخر "النقود الرقمية Digital-cash"، وهناك من يفضل تسميتها بـ "النقود الإلكترونية E-cash"، وبغض النظر عن هذه التسميات التي يمكن إطلاقها عليها يبقى الطابع الرئيسي لتلك العملات أنها متاحة بشكل رقمي وليس لها وجود مادي (فيزيائي) ملموس، بالرغم من أن لها بعض الخصائص المماثلة للعملات القانونية المادية، وانطلاقاً من هذا السياق تُعتبر "العملة الرقمية Digital currency" المظلة الرئيسية التي تضم جميع أشكال العملات الأخرى سواء الإلكترونية أو الافتراضية أو الرقمية القانونية، مستقرة، أو مشفرة.

فمثلاً، ينظر البنك الدولي (World Bank) إلى العملية الرقمية بأنها "تمثيلات رقمية ذات قيمة محددة في وحدة الحساب الخاصة بها، وتختلف العملات الرقمية عن النقود الإلكترونية الممثلة للعملات القانونية (Fiat Currencies)

والتي تستخدم كوسيلة للدفع الرقمي" (Bank for international Settlement BIS, 2018) ، في حين تعتبرها مجموعة العمل المالي (Financial Act Task Force) "تمثيل رقمي إما للعملة الافتراضية (غير القانونية) أو النقود الإلكترونية (القانونية) ويتم غالباً إطلاق مصطلح (العملة الافتراضية) عليها (Brainard, 2018).

بعد أن تم توضيح مفهوم العملات الرقمية، يُمكن تقسيم العملات الرقمية إلى ثلاثة أشكال رئيسية: هي العملات الافتراضية، والعملات الإلكترونية، والعملات الرقمية القانونية التي تصدرها البنوك المركزية أو مؤسسات النقد.

الشكل رقم (08-01): أشكال العملات الرقمية



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (البنك المركزي الأردني، 2020، صفحة 8)

أ-العملات الافتراضية - Virtual currency

تمثل العملات الافتراضية إحدى أشكال العملات الرقمية كما تم الإشارة إليه سابقاً، وتكاد تكون الأكثر شهرة من حيث استخدام المصطلح في الوقت الحاضر أو من حيث الدراسات التي تبحث في ماهية هذه العملات، وبالرغم من عدم وجود تعريف موحد للعملات الافتراضية إلا أن العديد من المنظمات الدولية والبنوك المركزية قامت بتعريفها؛ ومنها نذكر ما يلي (البنك المركزي الأردني، 2020، صفحة 23):

- البنك المركزي الأوروبي (European Central Bank): عرفها على أنها: "نوع من العملات الرقمية غير المنظمة، والتي عادة ما يصدرها ويتحكم بها مطوروها، ويتم استخدامها وقبولها بين أعضاء مجتمع افتراضي محدد".
- سلطة البنوك الأوروبية (EBA): عرفتها على أنها: "تمثيل رقمي للقيمة والتي لا تصدر عن بنك مركزي أو سلطة عامة ولا ترتبط بالضرورة بعملة تقليدية، ولكن يتم قبولها من قبل الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين كوسيلة للتبادل ويمكن نقلها أو تخزينها أو الاتجار بها إلكترونياً".

• **مجموعة العمل المالي (Financial Act Task Force):** عرفت على أنها: "تمثيل رقمي للقيمة التي يمكن تداولها إلكترونياً أو رقمياً وتعمل كوسيلة للتبادل ووحدة للحساب ومخزن للقيمة ولا يوجد لها أساس قانوني في الدولة، ولا تصدر بضمانة أي دولة من الدول وتنفذ مهامها المذكورة أعلاه فقط بالاتفاق داخل مجتمع مستخدمي العملة الافتراضية، وتختلف عن العملة القانونية لبلد معين بعدم وجود الغطاء القانوني".

من خلال هذه التعريفات يمكننا أن نقدم تعريف اجرائي للعملة الافتراضية نستند فيه على ما تقدم، بأنها: نوع من العملات الرقمية غير المنظمة، يتم إصدارها والتحكم فيها بواسطة مطوريها، حيث تستخدم وتقبل للتداول بين أعضاء مجتمع افتراضي محدد، وتعتبر وحدة رقمية للقيمة تستند إلى التكنولوجيا الرقمية، ولا تتبع بالضرورة نموذج العملات التقليدية.

وبحسب تصنيف البنك المركزي الأوروبي (ECB) فإن العملات الافتراضية تنقسم إلى ثلاثة أنواع رئيسية وفقاً لاعتماديتها على العملات القانونية، وذلك على النحو التالي:

النوع الأول: العملات الافتراضية التي تستخدم على نطاق ضيق، ومثلها تلك التي تستخدم في الألعاب الإلكترونية.

النوع الثاني: العملات الافتراضية المرتبطة بالعملات القانونية أو الاقتصادية بشكل انفرادي، وهي العملات التي يوجد لها سعر صرف مقابل العملات القانونية ويمكن استخدامها كعملة لشراء السلع الإلكترونية.

النوع الثالث: العملات الافتراضية المرتبطة بالعملات القانونية أو الاقتصاد الحقيقي بشكل ثنائي، وهي العملات التي يوجد لها سعر صرف مقابل العملات القانونية ويمكن استخدامها كعملة لشراء السلع الإلكترونية أو السلع الحقيقية المادية.

كما ضببت مجموعة العمل المالي (FATF) تعريف العملة الافتراضية بشكل مغاير لما نظرت إليه المنظمات والمؤسسات الدولية الأخرى، من خلال قيامها بتقسيم العملة الافتراضية إلى نوعين رئيسيين هما:

النوع الأول: العملة الافتراضية القابلة للتحويل (Convertible or Open Virtual Currency): تتميز بأن لها قيمة مكافئة من العملة الحقيقية ومن الممكن تبادلها مع العملة القانونية وبالاتجاهين، ومن الأمثلة عليها عملة "البيتكوين" الشهيرة والذهب الإلكتروني/الرقمي (E-Gold).

النوع الثاني: العملة الافتراضية غير القابلة للتحويل (Non-Convertible or close Open Virtual Currency): تعد بمثابة عملة خاصة بنطاق معين حيث يمكن تبادلها ضمن هذا النطاق فقط، إلا أنه لا يمكن تبادلها مع العملة القانونية، ومثالها، تلك التي تستخدم في الألعاب الإلكترونية، وبالرغم من ذلك فإنه من الممكن القيام بتبادل هذا النوع من العملة مقابل العملة القانونية أو عملة افتراضية قابلة للتحويل عن طريق سوق سوداء ثانوية.

ب- العُمَلَات الإلكترونية/النُقُود الإلكترونية - E-MONEY

في خضم هذا الكم من المصطلحات ونتيجة للغلط الواسع والتداخل بين مفهوم كل من النقود الإلكترونية والعملات الافتراضية، كان لزاماً البيان بأن النقود الإلكترونية هي عبارة عن قيمة نقدية بعملة محددة، تصدر في صورة بيانات إلكترونية، مخزنة على وسائل إلكترونية، وتستعمل كأداة للدفع والتحويل لتحقيق أغراض مختلفة، وتحظى بالقبول الواسع.

ويتمثل اصدار النقود الإلكترونية في تحويل شكل النقود من الصورة التقليدية إلى الصورة الإلكترونية، فكل عملة قانونية يُمكن أن يتم التعبير عنها بعدة صور نقدية، بحيث ترمز كل صورة إلى قيمة معينة من تلك العملة، ويُمكن أن يكون هذا الرمز على صورة مسكوكة معدنية، أو ورقية نقدية، أو مجموعة من البيانات المخزنة إلكترونياً على وسيلة إلكترونية مثل البطاقات والمحفظة الإلكترونية وغيرها من الوسائل الحديثة للدفع.

إذا يُمكن القول إن النقود الإلكترونية لا تشكل عملة جديدة، إنما تمثل صورة جديدة من صور العملات القانونية، ويُمكن توضيح أبرز خصائص النقود الإلكترونية التي تميزها عن العملات الافتراضية المشفرة على النحو التالي (البنك المركزي الأردني، 2020، صفحة 13):

- النقود الإلكترونية لها قيمة نقدية محددة بعملة قانونية جديدة، غير أنها بألية حديثة في تخزين الأموال وتحويلها إلكترونياً، أما العملة الافتراضية المشفرة فهي عملة افتراضية جديدة تماماً، وليست صورة من صور النقد التابع للعملات القانونية المعروفة، ولا تملك أي غطاء من العملة القانونية ولا غيرها من الأصول.
- النقود الإلكترونية مركزية الإنتاج والمراقبة، وامتلاكها يكون بعد امتلاك النقود العادية، ثم بعد ذلك يتم استبدالها بالصورة المخزنة على وسيلة إلكترونية، حيث يتم شحن القيمة النقدية على وسيلة إلكترونية كالبطاقة، أو على محفظة إلكترونية ضمن تطبيقات الهاتف النقال، وهذا يختلف كلياً عن طرق التعدين* والخورزميات أو أي من الآليات التي يتم من خلالها انتاج وامتلاك العملة الافتراضية المشفرة كالببتكوين.
- النقود الإلكترونية يتم تبادلها عادة من خلال بنية تحتية تخضع لتنظيم ورقابة وإشراف سلطة تنظيمية، حيث تقوم جهة مركزية موثوقة بالتقاص والتسوية بين الأطراف، أما العملات الافتراضية المشفرة فيبرز الابتكار فيها من خلال استخدائها أي من التكنولوجيا الحديثة لتبادل القيمة الرقمية بين الأطراف مباشرة وعن بعد وفي غياب الثقة بين الطرفين ودون الحاجة للوسطاء.
- العلاقة بين المصدر للنقود الإلكترونية والمستهلك لها علاقة تعاقدية، يقوم المصدر من خلالها استبدال النقود المادية بالإلكترونية، وتنتهي دورة النقود الإلكترونية حينما يقوم المصدر بتسديدها لمالكها فهي التزام عليه ويجب الوفاء بتسديدها حال طلبها، بخلاف العملات الافتراضية المشفرة التي تقوم على المجهولية وعدم الوضوح؛ كونها إلكترونية بحث تنتجها البرمجة الرقمية دون وجود أي منظم لها أو غطاء قانوني يدعمها.
- النقود الإلكترونية وسيط مقبول للتبادل بشكل واسع وخارج الحدود، وهي إحدى وسائل الدفع الإلكتروني لتحقيق أغراض مختلفة، فهي صالحة للوفاء بالالتزامات ولشراء السلع والخدمات، أما العملات الافتراضية المشفرة فما زال

* تَعْدِينُ البِتْكَوِين « Bitcoin Mining »: "هو العملية التي يتم من خلالها إطلاق أو سك عملات الببتكوين – العملات المعدنية « Mined » – لدخولها في التداول، وهو عملية رياضية « Mathematical Process »، تتضمن حل لغزاً رياضياً « Mathematical Puzzle » بعدها يتم نشر "كتلة" « Block » تحتوي على إثبات بأن الحل قد تم تنفيذه، ولا تعد تلك المعاملة نهائية – أي لا يتم إضافة وحدات الببتكوين الجديدة – إلا إذا تم إضافتها إلى سلسلة الكتل، وذلك بعد التحقق من صحة المعاملات، بعدها يتلقى من قام بعملية التعدين مكافأة، وقد أطلقت على تلك العملية مصطلح "تعدين" وذلك على غرار استخراج المعادن النفيسة من باطن الأرض – كالذهب والفضة – لكن الفرق أن الببتكوين يستخرج عبر الوسائل الرقمية « Digital Means » للحصول على شيء غير ملموس" (شاهين، 2020، صفحة 63).

التعامل بها يقتصر على مجموعة معينة من الأفراد والمؤسسات، ولا تصلح للوفاء بكل الالتزامات، إنما تقتصر على شراء بعض السلع والخدمات، ولم تحصل على ثقة الأفراد ولا يُقبل التعامل بها لدى العديد من الدول والمؤسسات.

ج- العُمَلَات الرَقْمِيَّة الثَّابِتَة أَوْ الْمُسْتَقَرَّة - STABLECOIN

العملة الرقمية الثابتة أو المستقرة هي إحدى أشكال العملات الرقمية، إلا أنها تتميز بإمكانية إصدارها مقابل ضمانات تمثل قيمة أصول أساسية، ويختلف نوع هذه الأصول من عملة إلى عملة، وعادة ما تكون نسبة الربط في هذه العملات (1/1) مع بعض العملات القانونية كالดอลลาร์ الأمريكي أو اليورو، أو ربطها بأصول أخرى كالمعادن النفيسة مثل الذهب أو حتى بعملات مشفرة أخرى.

كما ينظر إلى العملة الرقمية المستقرة بأنها نوع من العملات المشفرة المصممة للحفاظ على سعر سوق مستقر، وعلى الرغم من أن الآليات تختلف من عملة إلى أخرى، إلا أنه من المفترض أن تكون العملات المستقرة مقاومة إلى حد ما لتقلبات السوق، بحيث لا تواجهها تغيرات أو تقلبات كبيرة في الأسعار، حيث أن العديد من العملات المستقرة لها قيمتها الثابتة نتيجة ربطها بسعر أصل آخر مثل الدولار الأمريكي أو الذهب.

د- العُمَلَات الرَقْمِيَّة القَانُونِيَّة - CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCIES

إنَّ غياب الغطاء القانوني للعملات المشفرة جعل العديد من البنوك المركزية تقف موقف المنتظر والمراقب لما سيؤول إليه مصير هذه العملات، وأن تحظر التعامل والتداول بها، وأن تعيد التفكير جلياً بإيجاد طريقة مناسبة للاستفادة من الفرص التي تطرحها هذه العملات؛ خصوصاً بعد انتشار العملات الافتراضية المشفرة وأشهرها "البتكوين" التي لاقت استحسان المستخدمين لها؛ لما توفره من مزايا عديدة مرتبطة بالدفع الفوري وإلغاء المركزية والوساطة بين الأطراف ضمن منظومة عمليات الدفع والتحويل المالي وغيرها من المزايا.

لذلك بدأت أنظار البنوك المركزية في العالم مؤخراً تتجه نحو دراسة إمكانية إصدار عملة رقمية قانونية، فالبرغم من غياب الشرعية القانونية وحظر التعامل بالعملات الافتراضية المشفرة، إلا أنَّ ذلك لم يمنع المؤسسات المالية ورواد التكنولوجيا من النظر في إمكانية الاستفادة من التكنولوجيا التي بنيت عليها العملات الافتراضية المشفرة، من خلال العمل على تطبيق هذه التكنولوجيا في عمليات الدفع الفوري والتحويل المالي عبر الحدود، بما في ذلك ما نشط مؤخراً من إمكانية إصدار عملات رقمية من قبل البنوك المركزية أو السلطات النقدية تتمتع بالشرعية القانونية وتدعم ثقة المستهلك المالي وتعتمد في تقديمها وتداولها على وسائل وأدوات الدفع الإلكتروني.

ففي المملكة المتحدة وكندا وروسيا وأستراليا والسويد والصين تقوم البنوك المركزية بتقييم مخاطر وفوائد إصدار العملات الرقمية الخاصة بها من خلال استخدام تقنية "البلوكتشين" ^{*}، والتحقق من أثارها المحتملة على الاقتصاد وعلى الاستقرار المالي.

^{*} البلوكتشين أو ما يعرف بتكنولوجيا دفاتر الحسابات الرقمية الموزعة (اللامركزية) والتي تخزن المعلومات بطريقة مشفرة في شكل كتل مترابطة من خلال شبكة معلوماتية، ولضمان عدم صرف العملة المشفرة مرتين يتحقق كل عضو في الشبكة من صحة المعاملات استناداً إلى التكنولوجيا، وبمجرد الحصول على موافقة لا مركزية من أعضاء الشبكة تضاف المعاملة إلى دفتر الذي تم التحقق من صحته.

وما تزال الأبحاث والدراسات من قبل البنوك المركزية بشأن إصدار عملة رقمية قانونية مستقرة، وما توصلت إليه الأبحاث والدراسات الأولية بخصوص إصدار العملات الرقمية القانونية يتمحور حول وجود تحديات قانونية وفنية وتشغيلية تواجه البنوك المركزية والسلطات النقدية أخذاً بالاعتبار نطاق استخدام هذه العملة إذا ما تم إصدارها، فعلى صعيد الاعتبارات القانونية وهي أحد أهم التحديات تجد البنوك المركزية أن الأطر القانونية لديها لا تسمح لها بإصدار نقود رقمية كعملة رسمية للدولة واستخدامها لتغطية التزاماتها الرسمية.

د- العملات المشفرة - CRYPTOCURRENCIES

بعد أن تم توضيح مفهوم العملات الرقمية وأشكالها، لا بُدَّ من التأكيد على أنَّ أشكال العملات الرقمية قد تعتمد على عملية إصدارها وتداولها على علم التشفير، الأمر الذي يجعل من تلك الأشكال بالإضافة إلى كونها عملات رقمية افتراضية أو إلكترونية أو قانونية أن تكون كذلك عملات مشفرة (Cryptocurrencies)، وهو ما تقوم عليه العملات الافتراضية من تشفير في الوقت الحالي ومثالها عملة "البيتكوين".

ولقد تعددت التعريفات المرتبطة بالعملات المشفرة من وجهة نظر المؤسسات والمنظمات الدولية والبنوك المركزية، وبالرغم من ذلك التعدد إلا أنَّ جميع الجهات تتفق على أن العملات المشفرة هي بمثابة تفرع للعملات الرقمية ومنها الافتراضية، وندرج فيما يلي أهم التعريفات التي تم إيرادها للعملات المشفرة:

- البنك المركزي الأوروبي (ECB): صنفها بأنها مجموعة فرعية من العملات الافتراضية وذلك ضمن تقريره حول العملات الافتراضية لعام 2012 (European parliament, 2018, p. 20)، وبالتالي فإنَّ العملات المشفرة مثل "البيتكوين" تعتبر عملة افتراضية مرتبطة بالعملات القانونية أو الاقتصاد الحقيقي بشكل ثنائي، ويمكن شراؤها وبيعها مقابل العملات القانونية، كما أنه يمكن استخدامها لشراء البضائع الإلكترونية والحقيقية أو المادية. ويقدم البنك المركزي الأوروبي في تقرير آخر له حول العملات الرقمية لعام 2015 تعريفاً للعملات الافتراضية وذلك بوصفها أنها: "تمثيل رقمي للقيمة، لا تصدر من قبل البنوك المركزية أو مؤسسات الإقراض أو مصدري النقود الإلكترونية والتي يمكن في بعض الظروف استخدامها كبديل عن النقد" (European Central Bank, Virtual currency schemes-a further analysis, 2015).

- على صعيد صندوق النقد الدولي (IMF): في عام 2016 توافق الصندوق من حيث تصنيف العملات المشفرة مع البنك المركزي الأوروبي وذلك باعتبار أن العملة المشفرة "مجموعة فرعية من العملات الافتراضية"، ومن حيث التعريف فينظر الصندوق إلى العملات المشفرة على أنها "تمثيل رقمي للقيمة، صادرة عن مطورين خاصين ومقومة في وحدة الحساب الخاصة بهم"، وقد غطى هذا التعريف مجموعة واسعة من العملات الافتراضية، حيث من الممكن أن يشمل هذا التعريف سندات الدين البسيطة التي يتم إصدارها من قبل جهات غير رسمية، بالإضافة إلى العملات الافتراضية المدعومة بالأصول مثل الذهب، والعملات المشفرة مثل "البيتكوين" (International Monetary Fund, "البيتكوين", 2016).

- **بنك التسويات الدولية (BIS):** عرف بنك التسويات الدولية من خلال لجنة المدفوعات والبنى التحتية لأسواق المال (SPMI) المنبثقة عنه، العملات المشفرة على أنها عملات رقمية تحمل الصفات التالية:
 - أصول يتم تحديد قيمتها من خلال مبدأ الطلب والعرض، وهي مماثلة في مفهومها للسلع مثل الذهب، ولكن مع قيمة جوهرية حقيقية (Intrinsic Value) صفرية، وبالعكس النقود الإلكترونية فهي لا تشكل التزاماً على أي من الأفراد أو المؤسسات وغير مدعومة من أي جهة تنظيمية.
 - يتم تناقل قيمتها من شخص إلى آخر إلكترونياً مع غياب الثقة بين جميع الأطراف وبدون وجود وسطاء يستخدم بعضها تكنولوجيا "السجلات الموزعة" لهذه الغاية.
 - لا يتم إدارتها من قبل جهة أو شخص معين.
- **البنك الدولي (World Bank):** صنفها على أنها "مجموعة فرعية من العملات الرقمية"، كما عرفها على أنها "تمثيل رقمي للقيمة، ومقومة في وحدتهم الخاصة من الحساب حيث أنها تختلف عن النقود الإلكترونية التي تعتبر وسيلة دفع رقمية مقومة بالعملات التقليدية"، كما صنف العملات المشفرة مرة أخرى على أنها عملة رقمية تعتمد على تقنيات علم التشفير (World Bank Group, 2017).

في ضوء ما تقدم، من الممكن تعريف العملات المشفرة على أنها "تمثيل رقمي للقيمة يتم تداولها إلكترونياً في مجتمع افتراضي محدد، تعتمد في مبدأ إصدارها وتداولها على تقنيات علم التشفير، ولا تصدر عن بنك مركزي أو سلطة رقابية أو تنظيمية وإنما يصدرها ويراقبها مطورها، ولا تشكل التزام على أي جهة بما في ذلك مطورها".

4- أمثلة على أشهر العملات المشفرة

هناك العديد من العملات الافتراضية المشفرة التي ظهرت وذاع صيتها في فضاء شبكة الإنترنت خلال السنوات القليلة الماضية، ومن أبرز الأمثلة على تلك العملات ما يلي (البنك المركزي الأردني، 2020):

أ- عملة البيتكوين - BITCOIN

تُعرف عملة البيتكوين على أنها عملة افتراضية قائمة على علم التشفير في إصدارها وتداولها، لا مركزية، وغير مدعومة من الحكومة أو من أي كيان قانوني آخر، ولا يُمكن استبدالها بالذهب أو أي سلعة أخرى وفق تنظيم محدد، وتعتمد عملة البيتكوين في تصميمها على نظام نقد إلكتروني يعمل وفق مبدأ الند إلى الند (P2P).

ويعود ظهور عملة البيتكوين إلى عام 2008 عندما أطلق "ساتوشي ناكاموتو" ورقته البحثية "A Peer To Peer Electronic cash System" التي دعا فيها إلى إنشاء عملة لا مركزية يتم تبادلها بين النظراء دون الحاجة إلى وسيط للتبادل. ويتم إنشاء هذه العملة من خلال عملية تسمى التعدين "Mining"، حيث يقوم المعدّنون باستخدام تجهيزاتهم الحاسوبية للتحقق من المعاملات (من خلال حل معادلات وخوارزميات رياضية معقدة) ويتم مكافأتهم من خلال عدد محدد من قطع "البيتكوين" (بشكر، 2021، صفحة 163).

* SPMI: Committee on Payments and Market Infrastructures.

** P2P : Peer-to-Peer.

والعدد الإجمالي الذي يُمكن انتاجه من قطع هذه العملة محدد منذ بداية إطلاقها، فقد تم تحديده بـ (21) مليون قطعة ولا يُمكن إنتاج أكثر من ذلك، أي أنه في فترة معينة من الزمن ستتوقف عملية انتاج (إصدار) عملة "البيتكوين" وسيتم الاقتصار على تبادلها فقط.

ومن الجدير بالذكر أنَّ فكرة أتمتة إنشاء قطع "البيتكوين" محددة من نظام محدد قائم بذاته؛ مما يلغي ذلك الحاجة إلى وجود جهة مركزية تدير انشاؤها أو عملية إصدارها.

ب- عُملة لايْتِكُوين - LITECOIN

هي ثاني العملات الافتراضية المشفرة ظهوراً بعد "البيتكوين"، تم إطلاقها في تشرين الأول من عام 2011، وبرنامجهما كبرنامج "البيتكوين" مفتوح المصدر (Open Source)، إلا أنَّ هناك اختلافين رئيسيين بين كلتا العمليتين؛ الأول يتمثل في سرعة المعاملات، كون أن المعاملات في "اللايتكوين" تتم بشكل أسرع من المعاملات في "البيتكوين"، حيث يستغرق الوقت اللازم لإنشاء كتلة في "البيتكوين" حوالي عشر دقائق، بينما يبلغ متوسط وقت إنشاء الكتلة في عملة "اللايتكوين" ما يقارب الدقيقة الواحدة.

ويتمثل الاختلاف الثاني بالحد الأقصى لعرض العملة، حيث يبلغ عدد القطع الكلي الذي سيتم إصداره من "اللايتكوين" بـ (84) مليون قطعة، وهو أعلى بكثير من الحد الأقصى المحدد في "البيتكوين" والبالغ (21) مليون قطعة.

ج- عُملة الريبل - RIPPLE

يطلق هذا الاسم على منصة (نظام) تسوية الدفوعات الذي أطلقته شركة "Ripple" الخاصة في عام 2012، ويطلق على العملة المستخدمة ضمن هذه المنصة عملة "الريبل-XRP"، وبالرغم من أنَّ هذه العملة لم يتم تصميمها ابتداءً ليتم استخدامها من قبل الأفراد للدفع مقابل الخدمات، لكنها استهدفت البنوك والمؤسسات المالية التي يُمكنها استخدام هذه المنصة لتسوية المدفوعات فيما بينها، حيث كان هدف منشئ عملة "الريبل" هو أن تحل محل "شبكة سويفت العالمية"* كمزود خدمات تراسل مالية آمنة.

المختلف في هذه العملة أنها لا تستخدم تقنية "البلوكتشين" إنما تستخدم آلية خاصة بها تعتمد على مجموعة محددة من الخوادم الموزعة المستخدمة للتحقق من الحركات، بالتالي لا يتم تعدين "الريبل - XRP"، بل تم إنشاء (100) مليار قطعة عند إطلاقها أول مرة، وتم وضع (55) مليار قطعة منها في حساب أمانات بحيث يتم إصدار الوحدات منها بطريقة منظمة يتم التحكم بها من خلال ما يسمى بالعقود الذكية (Smart Contract).

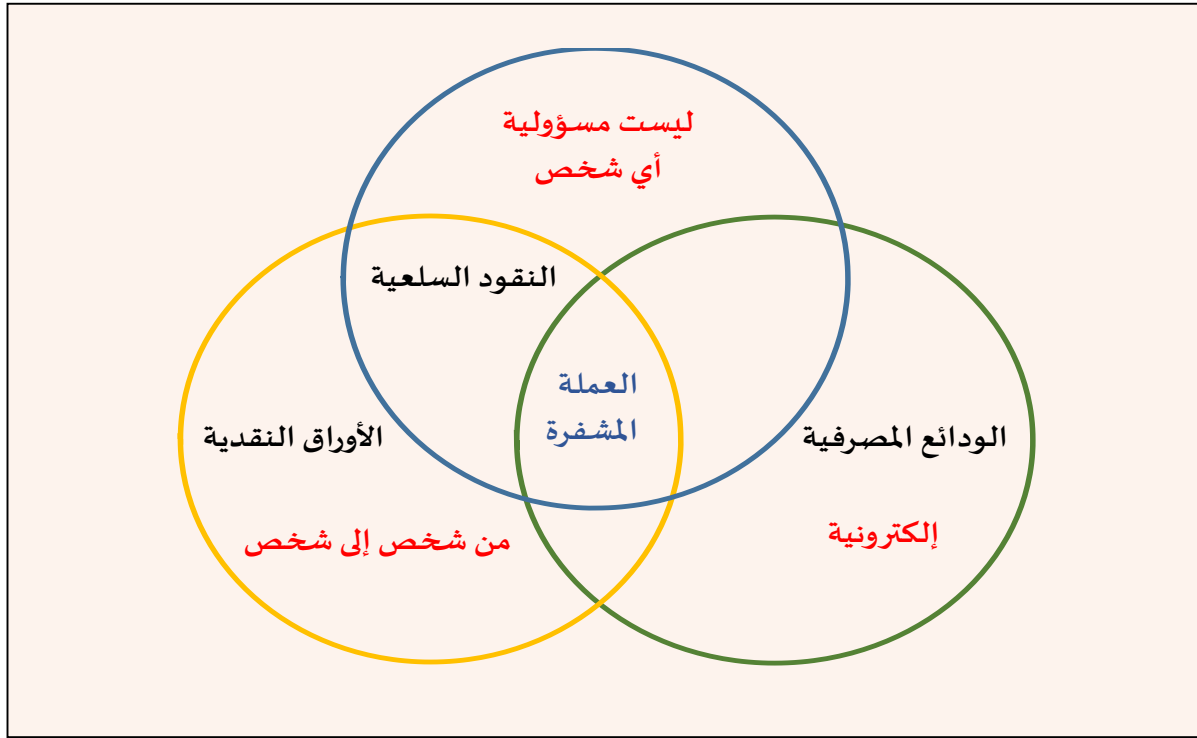
* شبكة سويفت العالمية (SWIFT): هي اختصار لـ Society for Worldwide Interbank Financial Télécommunication ، وهي جمعية تعاونية غير ربحية تأسست عام 1973 وتعد النظام المالي العالمي الأساسي لتبادل الرسائل والمعاملات المالية بين المؤسسات المالية حول العالم، حيث توفر منصة آمنة وموحدة لتبادل المعلومات المالية، مثل التحويلات البنكية، وأوامر الدفع، والتسويات بين البنوك.

د- عملة الإيثريوم - ETHEREUM

تقوم عملة "الإيثريوم" على منصة لا مركزية تم إطلاقها عام 2015، تستخدم تقنية "البلوكتشين" لمعالجة حركاتها، ومن الناحية الفنية فإنَّ منصة "الإيثريوم" بذاتها ليست عملة مشفرة ولكنها تستخدم لتشغيل ما يعرف بالعقود الذكية* (Smart Contract)، ويتطلب التبادل على هذه المنصة دفع حوافز، وهنا يأتي "الأثير - Ether" وهو العملة المتداولة ضمن هذه المنصة، ويستخدم "الإيثريوم" مفهوم إثبات العمل (PoW)**، كما في عملية البيتكوين لإثبات المعاملات.

وتختلف عملة "الأثير" عن "البيتكوين" من عدة نواحي منها؛ أنَّ زمن إنشاء الكتلة في "الإيثريوم" أقل منه في "البيتكوين" حيث يتراوح بين (14-15) ثانية مقارنة بعشر دقائق في "البيتكوين"، كما أنَّ عدد وحدات "البيتكوين" المنتجة يتناقص مع مرور الزمن في حين يبقى عدد وحدات "الأثير" المصدرة ثابتاً طيلة سنة.

شكل (01-09): الصفات العامة للعملات المشفرة



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Gaweesh, Bassiony, & Hanfy Abdallah, 2023, p. 696)

* العقود الذكية (Smart Contract): هي عقود أو تطبيقات ذاتية التشغيل تعمل كما تم برمجتها دون أي احتمالية لتوقفها أو تعرضها للاحتيال أو التدخل من الغير (European parliament, 2018).

** في الأنظمة المعتمدة على إثبات العمل كطريقة للتأكد من المعاملات والتحقق منها؛ يتوجب على المشاركين حل لغز مبني باستخدام مبادئ التشفير للسماح بإضافة أي كتلة جديدة على سلسلة الكتل (البلوكتشين)، ويطلق عليها بعملية التعدين – تم الإشارة إليها في الصفحة 121 – حيث تتطلب هذه العملية كم كبير من الموارد الحاسوبية والتي بدورها تستهلك مقدار هائل من الطاقة الكهربائية (البنك المركزي الأردني، 2020، صفحة 24).

5- توجهات المصارف المركزية العربية نحو إصدار عملات رقمية

في إطار اهتمام العديد من البنوك المركزية ومؤسسات النقد العربية بفرص الاستفادة من إصدار عملات رقمية، أشارت دراسة أصدرها صندوق النقد العربي لاستشراف توجهات البنوك المركزية نحو إصدار مثل هذه العملات في الدول العربية، وذلك استناداً إلى استبيان تم استيفائه من قبل 17 بنكاً مركزياً عربياً الذي يتطرق إلى العديد من الجوانب ذات العلاقة بهذه العملات.

أشارت الدراسة إلى أن البنوك المركزية العربية كغيرها من البنوك المركزية العالمية، تهتم باستكشاف فرص الاستفادة من قيامها بإصدار عملات رقمية، حيث تدرس حالياً (76) في المائة من البنوك المركزية العربية فرص إصدار عملات رقمية، من بينها ثلاث البنوك مشاركة في تجارب قائمة لإصدار هذه العملات، فيما يتوقع (60) في المائة من البنوك المركزية العربية أن تتمكن خلال فترة تتراوح ما بين أربع إلى ست سنوات من إصدار عملة رقمية، بينما يمتد الأجل المتوقع لإصدار مثل هذه العملات في (29) في المائة من هذه البنوك إلى فترة تتراوح ما بين سبعة (07) إلى عشرة سنوات، أما من حيث نوع العملات الرقمية التي تهتم البنوك المركزية العربية في إصدارها، فلا تزال (69) في المائة من هذه البنوك في طور تحديد نوع العملة المزمع إصدارها، في حين ينخرط (25) في المائة منها بين مشروعات/دراسات لإصدار أكثر من نوع من أنواع العملات الرقمية (صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2022، صفحة 172).

لا يزال الطريق نحو إصدار عملات رقمية طويلاً بالنسبة لغالبية البنوك المركزية العربية، حيث تواجه العديد من التحديات في هذا الإطار، يأتي على رأسها طبيعة الأطر القانونية والتنظيمية القائمة، واعتبارات حوكمة إصدار العملات الرقمية، وتوفير الموارد البشرية المؤهلة، إضافة إلى بعض التحديات التقنية بما يشمل توفير بعض المتطلبات الرئيسية لإنجاح مثل هذا الإصدار، وطبيعة البنية الأساسية التشاركية اللازمة لإصدار مثل هذه العملات، إضافة إلى اعتبارات القدرة على ضمان قابلية التشغيل البيئي ما بين أنظمة المدفوعات القائمة، وتحديد أدوار كل من المصارف المركزية والقطاع الخاص عبر كامل حلقات إصدار وتوزيع العملات الرقمية (صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2022، صفحة 172).

المبحث الثالث: مخاطر الدفع الإلكتروني وإجراءات الحماية المتعلقة به

من بين الآثار الرئيسية لتطور المعاملات المصرفية الحديثة واستخدامها لنظام الدفع الإلكتروني أنه يظهر تحدياً كبيراً في مواجهة التحديات التشريعية والتنظيمية المحيطة بأداء الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت، ويتجلى هذا التحدي في تعقيدات التكامل بين المعاملات المصرفية الإلكترونية والأطر القانونية القائمة، حيث يصبح من الصعب ضبط التوازن بين التقنيات المتقدمة المستخدمة في العمليات المصرفية والتشريعات القديمة غير المناسبة مع هذا التقدم.

تُعتبر وسائل الدفع الحديثة كمصدر رئيسي للتعاملات المالية اليوم، غير أنه يُصاحبها مخاطر اقتصادية هامة تُحيط بالبنوك الإلكترونية والمؤسسات المالية الافتراضية، ويظهر أن استخدام هذه الوسائل يؤدي إلى تباطؤ نسبي في معدل النمو المتوقع، مما يضعف الثقة فيها، بالإضافة إلى ذلك تشير التحديات والمخاطر إلى تأثيرها على مستخدمي وسائل الدفع وعلى المؤسسات المالية نفسها.

تُظهر مخاطر اقتصادية أخرى، مثل تأثيرها على استقرار النظام النقدي ونظام المدفوعات والأسواق المالية، وتأثيرها أيضاً على أهداف السياسة النقدية، حيث يُمكن أن تؤدي هذه المخاطر إلى تأثير سلبي على سياسات المدخزين وتحرك رؤوس الأموال، كما تؤثر على حقوق الخزينة العامة وأنشطة غسيل الأموال، كاستخدامات غير المشروعة لنظم الدفع في مجال الاحتيال والنصب الإلكتروني، كما يبرز ضعف الأمان في هذه الوسائل ويجعلها عرضة للاختراق وسرقة الأموال.

تتطلب هذه النتائج الخطيرة لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التفكير في البحث عن المخاطر المسجلة ووضع آليات قانونية وتقنية فعالة لمواجهتها، فقد أظهر نظام الوفاء الإلكتروني مجموعة من المشاكل والمخاطر التي لم يكن لها وجود في سياق الوفاء التقليدي ونظام البنوك التقليدية، لذلك يتعين علينا العمل على تطوير وسائل للتصدي لهذه المخاطر بشكل فعال، سواء من خلال التدابير القانونية أو الحلول التكنولوجية، وهذا يتطلب التركيز على إيجاد إطار قانوني يتسم بالمرونة والقدرة على التكيف مع التقنيات الحديثة، مع مراعاة حماية المستهلكين وتحقيق الأمان المالي، بالإضافة إلى تعزيز التكنولوجيا لضمان أمان العمليات المالية الإلكترونية وحماية البيانات الشخصية، وهذا يساعد في تعزيز الثقة في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وتحقيق توازن بين الابتكار التقني وضمان الأمان المالي.

على هذا الأساس، سنركز في هذا المبحث على مخاطر الدفع الإلكتروني، والإجراءات التقنية والتشريعية المعتمدة لضمان حماية فعالة لعمليات الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: مخاطر الدفع الإلكتروني

نتيجة البيئة اللامادية والاقتصادية التي نشأت تحت تأثيرها الممارسات المالية الإلكترونية، والتي تعتمد أساساً على استخدام وسائط إلكترونية حديثة، ظهرت مجموعة من المخاطر المتعددة، تتمثل بشكل عام في انتشار سريع لهذه الوسائط دون وجود تنظيم يتناسب مع تحدياتها وطبيعتها الخاصة، وفي سياق بعض التشريعات لا تزال هذه الوسائط خارج نطاق التنظيم القانوني الذي يوحد أحكام وسائل الدفع التقليدية، مما يجعلها عرضة للعديد من المشاكل والنزاعات التي تحتاج إلى حل فوري.

بالإضافة إلى ذلك شهدت هذه الوسائط ارتفاعاً في جرائم الاحتيال الإلكتروني التي جذبت المجرمين والقراصنة، وتعتبر هذه الجرائم نتاج ممارسات غير قانونية عن أطراف متعددة، وأخطرها تلك التي يقوم بها قراصنة الحواسيب المعروفين بـ "الهكرز"، ويسعى هؤلاء إلى اختراق الخصوصية وسرية البيانات أو الوصول إلى المعلومات المالية والشخصية التي تنتقل عبر شبكة الإنترنت.

الفرع الأول: مفهوم مخاطر الدفع الإلكتروني

يُعد التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني أمراً محفوفاً بالمخاطر، حيث تحيط عملية الوفاء الإلكتروني بالعديد من المخاطر الجديدة التي تختلف عن نظام الوفاء التقليدي، كما يتسم هذا الأسلوب المتقدم والحديث في عمليات الدفع بتعقيدات ومخاطر يجب أن يكون المتعاملون بها على دراية كافية حولها، ويظهر بوضوح أن هذا التقدم في وسائل الدفع ليس دائماً إيجابياً وإنما تشوبه بعض المخاطر، لذا يتعين علينا الانتباه إلى المخاطر التي قد يُثيرها هذا النظام الإلكتروني للدفع.

أولاً: المقصود بالمخاطر المرتبطة بالدفع الإلكتروني

تبادل المعلومات إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت، بما في ذلك جميع المعلومات المتوفرة سواء شخصية، تجارية، أو حتى اعلانية منها، يُشكل أمراً يحمل خطر التعرض للقرصنة من قبل المحتالين والجناة، هذا ما يستدعي توخي الحذر والسعي إلى وضع نصوص قانونية مختلفة لتنظيم الممارسات المصرفية الإلكترونية وجعلها جريمة يُعاقب عليها بشدة عند انتهاك سرية هذه المعلومات.

تزيد هذه التحديات في مجال العمل البنكي الإلكتروني واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة من أهمية إجراء تعديلات على القوانين الوطنية، حيث اضطرت مختلف الدول إلى تحديث تشريعاتها لمواجهة هذه المخاطر المترتبة على تطور التكنولوجيا المالية، كما يتعلق الأمر أيضاً بتسيير تنفيذ التزامات العقود للعملاء من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية في عمليات الدفع (الشورة، 2008، صفحة 36).

إن استخدام الإنترنت في أنشطة البنوك وأنظمة الدفع الإلكتروني بين التجار قد جلب العديد من المزايا، ولكن مع هذه المزايا ظهرت مجموعة من المخاطر والتحديات والعقبات التي أعاقَت تبني البنوك الإلكترونية للاعتماد على شبكة الإنترنت.

وقد أظهرت التجارب الفعلية أن المؤسسات المالية والمؤسسات غير المالية، وغيرها من الأطراف المشاركة في أنظمة الدفع الإلكتروني، قد تتعرض لمجموعة من المخاطر المترتبة على الأعمال المصرفية الإلكترونية، إما فيما يتعلق بتقديم

البنوك لخدماتها عبر الإنترنت أو فيما يتعلق بإصدار النقود الإلكترونية بأشكالها المتنوعة، أو حتى فيما يتعلق باستخدام العملاء لوسائل الدفع الإلكتروني، وتشمل هذه المخاطر إمكانية فقدان المستخدمين لثقتهم في حيازة وسائل الدفع الإلكتروني أو امتناعهم عن التعامل بها (اسماعيل محمد، 2009، صفحة 83).

تبنى الدول العربية التي شهدت نمواً ملحوظاً في أنشطة الدفع الإلكتروني إطاراً رقابياً ينظم عمل شركات الدفع الإلكتروني وفقاً لما تنص عليه الأطر القانونية المنظمة لعمل هذه الشركات سواء كانت بنوك أو مؤسسات مالية، حيث تتمثل أهم عناصر الإطار الرقابي في الحرص على توافق عمليات الدفع الإلكتروني مع أفضل المعايير والممارسات الدولية وكذلك مع الأطر المُنظمة لمكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب، وحوكمة الشركات ومتطلبات الأمن السيبراني، وغيرها من الأنظمة والضوابط التي تنص عليها السلطات الإشرافية، وذلك للتأكد من اتساق عمليات الدفع الإلكتروني مع هذه الضوابط والمعايير، أيضاً تقوم السلطات الإشرافية بعمليات رقابة مكتبية، إضافة إلى رقابة ميدانية على مزاولة النشاط ووكلائهم، على أساس تقييم النشاط وفق منهجية قياس درجة ومستوى المخاطر (Risk-based approach) (صندوق النقد العربي، 2020، صفحة 7).

ومن الأمثلة على القوانين والتشريعات التي جاءت للحد من مخاطر الدفع الإلكتروني نجد، قانون الجرائم الإلكترونية الأردني رقم (27) الصادر سنة 2015، حيث جاء في نص المادة (6) من هذا القانون ما يلي: "يعاقب كل من حصل قصداً دون تصريح عن طريق الشبكة المعلوماتية أو أي نظام معلومات على بيانات أو معلومات تتعلق ببطاقة الائتمان أو بالبيانات والمعلومات التي تستخدم في تنفيذ المعاملات المالية أو المصرفية الإلكترونية بالحبس مدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على ثلاثة سنوات وبغرامة مالية لا تقل عن (500) خمسمائة دينار ولا تزيد على (2000) ألفي دينار". وجاء أيضاً في المادة (7) من ذات القانون ما يلي: "يعاقب كل من قام بأحد الأفعال المنصوص عليها في المواد (3) و(4) و(5) و(6) من هذا القانون إذا وقعت على نظام معلومات أو موقع الكتروني أو شبكة معلوماتية تتعلق بتحويل الأموال، أو بتقديم خدمات الدفع أو التقاص أو التسويات أو بأي من الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك والشركات المالية بالأشغال الشاقة المؤقتة مدة لا تقل عن خمس سنوات وبغرامة مالية لا تقل عن (5000) خمسة آلاف دينار ولا تزيد عن (15000) خمسة عشر ألف دينار" (الجريدة الرسمية الأردنية، 2015، صفحة 5633).

أما في التشريع الجزائري فيعتبر القانون 15/03 -سابق الذكر- المتضمن الموافقة في الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، كما تم إصدار قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية في 5 أوت 2009 - سابق الذكر- المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها، 2009)، ويأتي هذا القانون لتعزيز نفس هذه القواعد من خلال وضع إطار قانوني أكثر ملائمة مع خصوصية الجريمة الإلكترونية.

كل هذا يستدعي منا تحديد صور هذه المخاطر وإيضاح المقصود بكل منها، ويمكن تصنيف هذه المخاطر إلى نوعين، إثنين، يُحدّد النوع الأول تلك المخاطر التي يرجع أساسها للاستخدام غير المشروع لوسائل الدفع الإلكتروني، ويحدد النوع الثاني تلك المخاطر في شقيها الفني والقانوني لوسائل الدفع الإلكتروني.

أ- المخاطر المرتبطة بالاستخدام غير المشروع لوسائل الدفع الإلكتروني

تُشير التقارير الدولية إلى أنَّ تركيز المستثمرين قد انصب مؤخراً على بعض التقنيات المالية الناشئة القابلة للاستدامة ومن بينها تقنيات الدفع الإلكتروني (E-Payments)، والبلوك تشين (Block Chain)، حيث ارتفع إجمالي الاستثمارات في التقنيات المالية بما فيها وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة، على مستوى العالم من (19) مليار دولار عام 2013، إلى ما يقارب من (130) مليار دولار خلال النصف الأول من عام 2019 (صندوق النقد العربي، 2020، صفحة 5)، وهذه الزيادة الكبيرة أدت إلى ظهور بعض السلبيات، حيث قام البعض باللجوء إلى الغش واستغلال هذه الوسائل بطرق غير قانونية، بهدف تحقيق مكاسب مالية.

يجدر بالذكر أنَّ هذا الاستخدام غير القانوني يُمكن أن يكون من قبل حامل البطاقة الإلكترونية ذاتها، أو من قبل التاجر المتعامل بها، أو حتى من قبل موظفي البنك المصدر للبطاقة، أو حتى أفراد آخرين.

تسبب هذه السلبيات في تقويض* سمعة وفعالية وسائل الدفع الإلكتروني، وهو ما يدفعنا للنظر في سبل تعزيز الأمان وتقنيات التحقق للتصدي لهذه الممارسات غير القانونية، وسنتطرق إلى هذه الموضوع بمزيد من التفصيل لمحاولة فهم جذور هذه المشكلة في قادم عناصر الدراسة.

ب- المخاطر القانونية والفنية للدفع الإلكتروني

نتيجة لاستخدام نظام الدفع الإلكتروني، تنشأ مخاطر قانونية وفنية، حيث يتسبب هذا الاستخدام لوسائل الدفع الإلكتروني في تحديات تقنية تتعلق بالأمان والحماية الرقمية، ويثير أيضاً قضايا قانونية تتعلق بالمسؤولية والامتثال للقوانين المتعلقة بالمعاملات المالية عبر الإنترنت.

1- مخاطر لها ارتباط بالسند القانوني

الوفاء الإلكتروني يثير تحديات قانونية بسبب طبيعته الفريدة، حيث يتم تنفيذه في بيئة إلكترونية على مستوى عالمي، كل هذا يطرح تساؤلات حول مدى فعالية الأطر القانونية الحالية في تنظيم هذه العمليات الحديثة، وإشكاليات الحاجة إلى قوانين خاصة لتوجيهها، فعلى سبيل المثال لا الحصر، بطاقات الدفع الإلكتروني تثير قضايا قانونية متنوعة من حماية البيانات الشخصية إلى تنظيم مختلف أوجه الاستخدام، وهذا يفرض حاجة ملحة لتعزيز حماية حملة البطاقات ووضع قوانين تضمن سلامة استخدام هذه الوسائل بشكل أفضل (HUET & MAISL, 1995, p. 760). تقع هذه المخاطر في حال انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسيل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية ومن ذلك عدم وضوح مدى توفر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية (Validity) لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية (وسيم، محمود، شقيري، وصالح، 2012، صفحة 201).

* كلمة "تقويض": هي كلمة عربية تُستخدم للدلالة على عملية التآكل أو التخريب أو التضعيف. من الناحية اللغوية، يُفهم معنى "تقويض" كتأثير سلبي يؤدي إلى التناقص أو الإضعاف في القيمة أو الفعالية أو الجودة.

كما تعتبر مشكلة فقدان العميل للمفتاح الخاص الضروري لإتمام توقيع الدفع الإلكتروني على عمليات الوفاء من بين التحديات الملموسة، حيث يُمكن أن يتسبب سرقة الحاسوب الشخصي للعميل في سرقة هذا المفتاح، خاصة إذا كان المفتاح الخاص غير مدمج في بطاقة ولكنه مثبت على الحاسوب من خلال البرنامج، مما يتيح للمتسللين الوصول إليه بدون علم العميل.

بالإضافة إلى ذلك تطرح قضايا أخرى مثل كيفية مواجهة جرائم غسيل الأموال، وكيفية حماية سرية المستهلك الإلكتروني وتجنب انتهاك الخصوصية، وتعد قضايا حماية المستهلك وإمكانية حدوث تهرب ضريبي مسائل حساسة من الناحية القانونية، حيث يبقى ربط الضرائب بالصفقات عبر الإنترنت تحدي كبير.

وفي هذا الإطار سعت بعض الدول العربية مثل البحرين، الجزائر، مصر ولبنان إلى سن قوانين لدعم حلول التقنيات المالية في مجال الدفع الإلكتروني، وفي المقابل، ورغم عدم توفر قوانين خاصة لمنظمة للدفع الإلكتروني في بعض الدول العربية الأخرى إلا أنها سعت إلى سن بعض الأطر التنظيمية الداعمة والمنظمة لنشاط الشركات العاملة في هذا المجال، وفيما يلي بعض الجهود المبذولة من قبل بعض الدول العربية (صندوق النقد العربي، 2020، الصفحات 16-18):

• **البحرين:** تتخذ مملكة البحرين سلسلة من السياسات الرامية إلى تعزيز قطاع التجزئة من خلال تعزيز عمليات الدفع الإلكتروني، وذلك وفقاً للأطر القانونية والرؤى الاستراتيجية المتبناة لتحقيق رؤية المملكة لعام 2030، ويأتي هذا في إطار استراتيجية التنمية الوطنية لمجلس التنمية الاقتصادية ورؤية ورسالة مصرف البحرين المركزي، بالإضافة إلى التشريعات التي وضعها المصرف، وفي هذا السياق، تم إصدار توجيهات رقابية خاصة تتعلق بمقدمي خدمات الدفع، والتي تمكنهم من تقديم مجموعة من الخدمات، بما في ذلك خدمة محفظة الدفع الإلكترونية، بهدف دعم الشمول المالي، وضمن إطار مشروع حماية الأجور، وبالتعاون مع وزارة العمل والتنمية الاجتماعية، تم إلزام أصحاب العمل بسداد الأجور عبر التحويلات الرقمية، وفقاً لقرار وزير العمل والتنمية الاجتماعية رقم (68) لعام 2019، ويتم تنظيم عمليات الدفع الإلكتروني من خلال عدة قوانين، منها قانون رقم (55) لسنة 2018 المتعلق بالسجلات الإلكترونية القابلة للتداول، وكذلك قانون رقم (54) لسنة 2018 المتعلق بالخطابات والمعاملات الإلكترونية، بالإضافة إلى ذلك ينظم القانون رقم (28) لسنة 2002 المعاملات الإلكترونية، والذي يلعب دوراً أساسياً في تنظيم وتسهيل عمليات الدفع الإلكتروني.

• **الجزائر:** في الجزائر أنشئ الإطار القانوني الداعم لتقنيات التمويل في مجال الدفع الإلكتروني من خلال عدة أدوات قانونية، من بينها "قانون المالية لسنة 2020" الذي ينص على ضرورة أن يقوم التاجر بتوفير أدوات الدفع الإلكتروني ووضعها تحت تصرف المستهلكين، كذلك هناك نظام النقد الآلي (الإلكتروني) الذي يتضمن إجراءات تنظيم نشاط الفاعلين في مجال النقد الإلكتروني، إضافة إلى ذلك تشير المادة (28) من قانون التجارة الإلكترونية الصادر عام 2018، على وجوب تأمين موقع الإنترنت الخاص بالمورد الإلكتروني بمنصة الدفع بواسطة نظام التصديق الإلكتروني، كما تنص المادة (29) على خضوع منصات الدفع الإلكتروني لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيني وسرية البيانات وسلامتها وأمن وتبادل المعلومات طبقاً للأحكام.

- الكويت: تم إصدار قانون المعاملات الإلكترونية رقم (20) لسنة 2014، الذي ينظم إجراءات الحصول على التوقيع الإلكتروني ويعتمد استخدام المستندات الرقمية، يُكلف هذا القانون بنك الكويت المركزي بمهمة الاشراف والرقابة على أعمال الدفع الإلكتروني للأموال، بالإضافة إلى إصدار التعليمات الضرورية في هذا السياق، كما أصدر بنك الكويت المركزي تعليمات لتنظيم أعمال الدفع الإلكتروني للأموال في سبتمبر من عام 2018، هذه التعليمات فتحت المجال أمام شركات التقنيات المالية المتخصصة في مجال الدفع الإلكتروني لممارسة أنشطتها تحت إشراف بنك الكويت المركزي، شريطة استيفاء المتطلبات الرقابية والحصول على التراخيص الضرورية.
- لبنان: قام مصرف لبنان بإصدار تعميم للبنوك التجارية في عام 2013 ينظم عمليات الدفع الإلكتروني (BDL-CLEAR)، وتعميم آخر يسمح بالقيام بالعمليات المصرفية أو المالية بواسطة الأجهزة الإلكترونية الجوالة أو الثابتة، وتعميم ثالث موجه أيضاً إلى المؤسسات المالية والمؤسسات التي تقدم العمليات المالية والمصرفية بالوسائل الإلكترونية، حيث تساهم هذه الإجراءات التنظيمية من تخفيف استعمال الأوراق النقدية في ظل وجود وسائل دفع إلكترونية سريعة وأمنة وتستوفي المعايير اللازمة.
- مصر: تم تعديل قانون البنك المركزي والبُنوك رقم (88) لعام 2003 ليتضمن فصلاً خاصاً يخص نظم الدفع، مما يتيح للبنك المركزي توسيع نطاق رقابته على شركات الدفع الإلكتروني والكيانات غير المصرفية التي تقدم خدمات الدفع، كما تم وضع إطار قانوني لاستخدام التقنيات المالية المبتكرة، مثل العملات الرقمية أو المشفرة، مما يعزز قدرة البنك المركزي على مراقبة وتنظيم هذه الأدوات، كل هذه التعديلات تمكن البنك المركزي من توسيع نطاق رقابته التنظيمية وزيادة فعاليته في التعامل مع هذه التقنيات المالية المتقدمة في الدفع الإلكتروني.

2- مَخَاطِرُ مُرتَبِطَةٌ بِالْأَخْطَاءِ الفَنِيَّةِ

تتم عملية الوفاء الإلكتروني عبر الأجهزة الحاسوبية المتصلة بين المستهلك، التاجر، والبُنوك الإلكترونية، تقوم هذه البُنوك بالتواصل مع بعضها البعض لإتمام عملية الوفاء، والتي تشمل إجراءات المقاصة والإضافة، وأي خلل يكون في النظام المعلوماتي لهذه الأجهزة يشكل خطراً على سلامة المعاملات المصرفية الإلكترونية.

حيث أن وجود أي اضطراب أو خلل في النظام المعلوماتي للأجهزة المتصلة يُمكن أن يتسبب في تعطيل سلامة عمليات المقاصة والإضافة الإلكترونية، وأي انقطاع أو فشل في هذا التبادل قد يؤدي إلى تأخير أو فشل في إتمام العمليات المالية، كما يُمكن أن يؤدي الخلل في النظام إلى مخاطر الأمان، حيث يُمكن للهجمات الإلكترونية الاستفادة من الثغرات للوصول إلى المعلومات المالية أو التلاعب بالعمليات (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019، صفحة 296).

وقد أصدرت السلطات الرقابية في الدول العربية تشريعات تتعلق بحوكمة إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي، وتم إعداد هذه التشريعات بالاستناد إلى المبادئ التوجيهية المتعلقة بإدارة مخاطر تكنولوجيا

* الهجمات "Attques": هو اصطلاح لوصف الاعتداءات بنتائجها أو بموضوع الاستهداف، فنقول هجمات انكار الخدمة، أو هجمات إرهابية، أو هجمات البرمجيات الالكترونية، أو هجمات الموظفين الحاقدة أو الهجمات المازحة. ويستخدم كمفرد للهجمات اصطلاح الاختراقات، وهو اصطلاح توصف به مختلف أنماط الاعتداءات التقنية، وبالتالي يكون مرادفاً أيضاً للاعتداءات (نوفيل وكريبط، أمن المعلومات ودوره في مواجهة الاعتداءات الالكترونية على نظام معلومات المؤسسة، 2014).

المعلومات والأمان السيبراني، ووفقاً لهذه التوجهات يجرى اختبار لأنظمة الدفع الإلكتروني وأنظمة الرقابة المتعلقة بقواعد البيانات بهدف ضمان سرية المعلومات وسد أي من الثغرات على المستوى التقني التي قد تظهر.

كما أن بعض الدول العربية تعمل على إنشاء مركز "الاستجابة لطوارئ الحاسب الآلي للقطاع المصرفي" من خلال التنسيق والتعاون مع البنوك والمؤسسات المالية لضمان توفير الحماية الاستباقية والتفاعلية لأي هجمات سيبرانية، وفيما يلي عرض لتجارب بعض الدول العربية في هذا الصدد (صندوق النقد العربي، التقنيات المالية في مجال الدفع الإلكتروني في قطاع التجزئة، 2020، الصفحات 34-35):

- الأردن: أصدرت السلطات تعليمات تتعلق بالمطلبات الفنية والتقنية لشركات خدمات الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال، وضمن هذه التعليمات، تم تحديد الحد الأدنى للمطلبات الفنية والتقنية التي يجب على الشركات توفيرها لضمان حماية الشركة من أي مخاطر تقنية قد تواجهها، كما تم وضع آلية معتمدة لربط أنظمة الدفع الإلكتروني ضمن البنية التحتية على مستوى الوطن، وتشمل هذه التعليمات أيضاً وجود التوقيع الإلكتروني على المعاملات المتداولة بين أنظمة الدفع الإلكتروني على مستوى الوطن، بالإضافة إلى تشفير البيانات على مستوى قنوات الاتصال المستخدمة للربط في أنظمة الدفع الإلكتروني.
- الإمارات: يجرى في الإمارات اختبار دوري لأنظمة الدفع، ويتم تطبيق نظم مراقبة على قواعد البيانات، بالإضافة إلى تصنيف المعلومات المالية والحساسة، حيث يعمل البنك المركزي بانتظام على زيادة الوعي لدى موظفي البنوك والعاملين في أنظمة الدفع، من خلال توجيههم بشكل دوري حول طرق الحماية والكشف عن محاولات الاختراق للمعلومات، ويؤكد البنك المركزي الإماراتي على أهمية الحفاظ على سرية معلومات العملاء من خلال تدعيم أنظمة الدفع وحمايتها من أي مخاطر على المستوى الفني والتقني لتجنب أي اختراق أو فشل.
- الجزائر: في الجزائر تقوم سلطة ضبط النقد الآلي الإلكتروني، في إطار النظم الحالية المعتمدة في بنك الجزائر، بتنفيذ آليات فعالة لضمان سرية البيانات ومراقبتها بشكل دوري، تم أيضاً إصدار القانون رقم 07-18 في سنة 2018، الذي يحدد كيفية الحفاظ على أمان المعلومات الشخصية وسبل استخدامها، يتضمن هذا القانون عقوبات جزائية، حيث يمكن فرض عقوبات الحبس لفترة تتراوح بين سنتين (02)، وخمس (05) سنوات، بالإضافة إلى فرض غرامات على كل عمل ينتهك القانون في حالة استخدام البيانات الشخصية بشكل غير قانوني.
- السعودية: تعمل مؤسسة النقد العربي السعودي على التحقق من الامتثال لسياسات أمان المعلومات وسرية البيانات من قبل شركات الدفع الإلكتروني، وتضمن هذه المؤسسة أن تقوم تلك الشركات بتقييم مخاطر أمان المعلومات وصياغة استراتيجيات أمان، بالإضافة إلى إنشاء آليات لتنفيذ هذه الاستراتيجيات، وتتابع المؤسسة العمليات المستمرة للتأكد من تحقيق المبادئ التالية:

- قصر الوصول للمعلومات والبيانات على المخولين للوصول لها فقط؛
- ضمان تجانس وموثوقية المعلومات والبيانات وسلامتها من التحريف؛
- حماية المعلومات والبيانات من التلف والفقدان جراء أي خلل فني أو تقني، والتأكد من توفرها عند الطلب.

الفرع الثاني: نماذج إدارة المخاطر المرتبطة بالدفع الإلكتروني

أحدث أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية تقدماً نوعياً في مجال التكنولوجيا، مؤثراً بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة، رغم العديد من التحديات القانونية والاقتصادية، والتي تنطوي أساساً على مجال المعلوماتية ووسائل الاتصال الحديثة كبيئة تنتشر فيها خدمات المصرفية الإلكترونية الحديثة، وبالرغم من التقدم والخبرة التي حققها الإنسان، يواجه كل عمل أو ابتكار حديث مجموعة من المخاطر التي تعوق تقدمه، ونظام الدفع الإلكتروني يُعدّ مجالاً يحمل العديد من هذه المخاطر، مما دفع المشرعين والخبراء في مجال التعاملات البنكية الإلكترونية إلى ضرورة تحديد إدارة هذه المخاطر والرقابة عليها بشكل فعال.

تستلزم كل هذه المخاطر والتحديات التي نشأت نتيجة للمعاملات المصرفية الحديثة والتجارة الإلكترونية إلى إيجاد خطط وحلول لمعالجتها، وإدارة المخاطر المتعلقة بالدفع الإلكتروني تشمل تقييماً ورقابة ومتابعة، حيث توجد عدة نماذج عالمية لإدارة هذه المخاطر.

وبناءً على ذلك سنركز في هذه الدراسة على بعض النماذج العالمية المستخدمة في إدارة المخاطر المصرفية، والتي تشمل تلك التي وضعتها لجنة بازل للرقابة المصرفية، والنماذج التي أصدرها الاتحاد الأوروبي، بالإضافة إلى النماذج التي وضعتها هونغ كونغ.

أولاً: نموذج لجنة بازل لإدارة المخاطر

وفقاً لتقرير قدمته لجنة بازل، فإن حماية الأموال الإلكترونية تتطلب إجراء تدقيق مستمر ودوري للحسابات، بالإضافة إلى تفعيل المراقبة الداخلية بشكل دائم وتوضيح الفواصل بين المسؤوليات والمعلومات التي يتلقاها موظفو البنك، يتعين العمل على تطوير هذه الفواصل وتحسين الأنظمة المستخدمة، مع استحداث طرق لسحب المعلومات الإلكترونية بشكل محسن لتكون ذات طابع مادي، إلى جانب الاحتفاظ بالمعلومات الإلكترونية (الشورة، 2008، صفحة 110).

تقسم الإجراءات المتخذة في هذا السياق إلى ثلاث أقسام رئيسية، حيث يتعلق القسم الأول بإجراءات تقدير المخاطر، والقسم الثاني يرتبط بالسيطرة والحد من التعرض للخطر، في حين يخصص القسم الثالث والأخير لإدارة المخاطر.

1- إجراءات تقدير الخطر

إدارة المخاطر المتعلقة بالتعامل بوسائل الدفع الإلكتروني وفي ميدان تقديم الخدمات البنكية الإلكترونية بشكل عام تتطلب تقييماً دقيقاً لتلك المخاطر وتحديد الإجراءات اللازمة للرقابة عليها، وهو ما أشارت إليه لجنة بازل للرقابة البنكية.

لتقدير الخطر، يتعين على البنك القيام بسلسلة من الإجراءات التتابعية، حيث يبدأ بتحليل المخاطر الممكنة التي قد يتعرض لها، وذلك من خلال فهم الأثر المالي المحتمل لهذه المخاطر، بعد ذلك يقوم مجلس إدارة البنك بتحديد الخسائر المالية التي يمكن أن يتحملها البنك في حالة تعرضه لمثل هذه المخاطر، وعملية تقييم المخاطر الناجمة عن استخدام نظام الدفع الإلكتروني تتطلب التركيز على تحديد المخاطر المحتملة التي قد يتعرض لها البنك وفهم تأثيرها

على أدائه، كما ينبغي على البنك وضع حد للخسائر التي يُمكن أن يتحملها جهاز التعامل مع هذه المخاطر (الجنبية و الجنبية، 2006، صفحة 46).

2- الحد من التعرض للخطر

اقترحت لجنة بازل سلسلة من الخطوات التي يجب على البنك اتخاذها كوسيلة لتقليل تعرضه للمخاطر، ويُمكن تحقيق هذا الهدف من خلال وضع سياسات وإجراءات تعزز الحماية، مع تنظيم التواصل الداخلي داخل البنك، والتحديث المنتظم للمتطلبات الإلكترونية، وكذلك إنشاء خطة استجابة للتعامل مع حالات الأعطال الإلكترونية.

أ- وضع سياسات وإجراءات تُعزز الحماية

يحتاج البنك إلى تقليل المخاطر عبر استخدام نظام حماية تقني عالي لضمان أداء مهامه بكفاءة، ويتعين أن يكون هذا النظام يعمل بشكل رقابي مستمر ودقيق مع التحقق من سلامته وضمان استخدامه السليم داخل البنك، والحفاظ على قدرته للقيام بواجباته بشكل فعال وضمان سرية المعلومات التي يتم تزيده بها.

أيضاً تقدم لجنة بازل اقتراحات تشمل استخدام مجموعة متنوعة من الوسائل لحماية النظام الإلكتروني، يشمل ذلك استخدام كلمات المرور، وتشفير البيانات، وتنفيذ رقابة على الفيروسات* لمنع دخولها، بالإضافة إلى تنظيف أي من المحاولات غير المشروعة للوصول إلى الأنظمة الإلكترونية المستخدمة في البنك، سواء كانت من الداخل أو من الخارج (متري، 2002، صفحة 272).

ب- تنظيم التواصل الداخلي داخل البنك

في سياق إدارة المخاطر، يتوجب على البنك تنظيم وتنسيق عمليات الاتصال والتواصل والحوار بين فريق الإدارة والمسؤولين في البنك، بما في ذلك الفرق القيادية وأصحاب القرارات الرئيسية، يجب أيضاً وضع سياسة جماعية متكاملة لتفادي أي خطر قد يطرأ، مع ضرورة الالتزام الجماعي بالخطط والسياسات المحددة لهذا الغرض.

يتعين على البنك تعزيز عمليات التواصل والتنسيق لضمان تنافس وفعالية الجهود المبذولة في التصدي للمخاطر المحتملة، وينبغي أن يتحقق هذا من خلال إقامة هياكل تنظيمية فعالة وتحديد دور ومسؤوليات كل فرد داخل البنك، بالإضافة إلى ذلك يجب تطوير خطط استجابة شاملة وتحديثها بانتظام لضمان استعداد البنك لمواجهة أي تحديات قد تظهر في سياق إدارة المخاطر (فالتة وحايك سي حايك، 2020، صفحة 15).

ج- التحديث المنتظم للمتطلبات الإلكترونية

تستدعي طبيعة البنك القيام بفحص دوري ومستمر لأنظمتها وأجهزته، مع التأكيد على فهم عميق لعمل هذه الأجهزة وكيفية تفاعلها، ويعتبر تحديث وتطوير هذه الأجهزة من الأمور الحيوية التي يجب على البنك الالتفات إليها بانتظام.

* الفيروس "Virus": الفيروس المعلوماتي هو عبارة عن برنامج خبيث يتضمن أهدافاً تدميرية للحسابات المصابة ولكل محتوياتها، يتميز بقدرته على نسخ نفسه في البرنامج الذي يصيبه، وبالتحكم به وتعديله، وبقدرته على الانتقال من برنامج إلى آخر بداخل نفس الحاسب المصاب وعلى تمييز البرامج المصابة بالعدوى وعدم تكرار إصابتها بالفيروس مرة أخرى، استعمل هذا اللفظ "فيروس معلوماتي" لأول مرة عام 1989 (نوفيل وكريبط، أمن المعلومات ودوره في مواجهة الاعتداءات الإلكترونية على نظام معلومات المؤسسة، 2014، الصفحات 186-207).

لضمان نجاح هذه الجهود الوقائية، ينبغي للبنك أن يعتمد نظاماً محورياً أساسياً يُمكنه من تطوير وتحسين الأجهزة والأنظمة بفعالية، وهذا النهج يستند إلى فهم دقيق لمدى تأثير هذه الأجهزة على سير العمل اليومي للبنك. تبرز هذه السياسة الشديدة التحليلية للبنك كاستراتيجية هامة للحد من المخاطر وتعزيز كفاءته، مما يساهم في المحافظة على سمعته وقوته في السوق المالية (الشورة، 2008، صفحة 113).

د- حُطّة استجابة للتعامل مع حالات الأعطال الإلكترونية

ينبغي للبنك أن يظهر حرصاً فائقاً في التفاعل مع متطلبات مزودي أجهزة الكمبيوتر ونظم المعلومات، فضلاً عن مقدمي خدمات الإنترنت وشركات الاتصالات، حيث يتعين عليه أن يطلب منهم توفير برامج فعّالة ضد الأعطال الإلكترونية، مع الحرص على أن يكون لديها قدرة على استعادة البيانات المفقودة أو إصلاح المعلومات المعرضة للمخاطر، وبالتالي يتوجب عليهم أن يكونوا على استعداد دائم لتقديم خدمات الدعم المطلوبة بشكل فوري للعملاء. تُظهر هذه الإجراءات الاحترازية التي يتخذها البنك حرصه الفعال على ضمان سلامة المعلومات واستقرار الأنظمة الإلكترونية، حيث أن الطلب من مزودي الخدمات توفير برامج متقدمة تعكس التزام البنك بتعزيز الأمان الرقمي والاستعداد للتعامل مع أي تحدي يُمكن أن يعترض البيئة الإلكترونية (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019، صفحة 360).

تحديد الحاجة إلى قدرة استعادة البيانات وإصلاح المعلومات يعكس التركيز على استمرارية الخدمة وتقديم تجربة سلسة للعملاء، يُظهر أيضاً هذا النهج تكامل واضح بين البنك وشركائه التقنيين للتأكد من استعدادهم للتحديات الإلكترونية وتوفير الخدمات بكفاءة وفعالية.

وقد يقوم البنك في بعض الأحيان بإبرام اتفاقية مع مزود خدمة احتياطي، بعقد قد يكون محدد المدة، إلى جانب تعاقد مع مزود الخدمة الأساسي، لضمان أداء الوظائف المحددة في حال حدوث أي انقطاع لدى مزود الخدمة الأساسي، هذا يهدف إلى حفظ رضا العملاء وتجنب فقدانهم نتيجة للمشاكل الإلكترونية التي قد تحدث (متري، 2002، صفحة 273).

يضمن هذا التعاقد الاحتياطي استمرارية الخدمات المصرفية ويحقق الاستعداد لمواجهة أي طارئ، وعلى البنك تحديد المهام التي يُمكن أن يقوم بها مزود الخدمة الاحتياطي، مع تأكيد توفر القدرة على استعادة البيانات المفقودة وإصلاح المعلومات المتأثرة بالمخاطر.

3- إدارة المخاطر

لفهم وإدارة المخاطر التي تنشأ نتيجة استخدام الإنترنت في مجال الصيرفة والأموال الإلكترونية، يجب بالضرورة فرض رقابة دقيقة على هذه المخاطر، وتتكون إدارة المخاطر من قسمين أساسيين (وسيم، محمود، شقيري، وصالح، 2012، الصفحات 5-2):

أ- تَقْيِيمُ الْمَخَاطِر - ASSESSING RISKS

- يتضمن هذا القسم تحليل الأمور المالية لتحديد المخاطر المحتملة وتقدير مدى تأثيرها، حيث يتيح هذا التقييم للبنك التحضير للتعامل مع المواقف غير المتوقعة، ويشمل التقييم ما يلي:
- تحديد المخاطر التي قد يتعرض لها البنك، ومعرفة مدى تأثيرها عليه.
 - وضع حدود قصوى لما يُمكن للبنك أن يتحمّله من خسائر نتيجة التعامل مع هذه المخاطر.

ب- الرقابة على التَعَرُّضُ لِلْمَخَاطِر - RISKS EXPOSURES CONTROLLING

تشمل هذه الرقابة على عدة مجالات نذكر منها على النحو التالي:

• المجال الأول: تنفيذ سياسات وإجراءات التأمين - Implementing security policies and measures:

تستهدف سياسات وإجراءات التأمين ما يلي:

- تحديد شخصية المتعامل مع النظم/التصديق (Identification/authentication).
- ضمان عدم إجراء تعديلات على رسائل العملاء أثناء انتقالها عبر القنوات.
- ضمان عدم انكار مرسل الرسالة لها Non-repudiation.

ويراعى في هذا المجال ما يلي:

- اتباع سياسات وإجراءات تحقق تأمين الاتصالات من وإلى النظم لمنع أو الحد من اختراق غير المرخص لهم للنظم أو إساءة استخدامها.
- الرقابة على دخول النظم وتحديد شخصية المستخدمين.
- حماية النظم من احتمالات القيام بممارسات غير مرخص بها من قبل العاملين بالبنك السابقين أو الجدد أو المؤقتين.

يتطلب الأمر بالنسبة لإصدار وسائل دفع إلكترونية اتخاذ إجراءات إضافية للتأمين، ويشمل ذلك:

- الاتصال المباشر مع مصدر البطاقات أو المشغل المركزي للحماية من التزيف.
- متابعة العمليات الفردية.
- الاحتفاظ بقاعدة بيانات مركزية لتتبع عمليات غسيل الأموال.
- توفير شروط الأمان في البطاقات الذكية، أو غيرها، مع مراعاة وضع حد أقصى لما يخزن على البطاقة.
- تدعيم الاتصالات بين المستويات المختلفة بالبنك من مجلس إدارة وإدارة عليا، وبين العاملين بشأن سلامة أداة النظم وتوفير التدريب المستمر للعاملين.
- استمرار تقديم وتطوير خدمات
- وضع ضوابط للحد من المخاطر في حالة الاعتماد على مصادر خارج البنك لتقديم الدعم الفني.

تشمل هذه الضوابط على ما يلي:

- التأكد من توفر اتفاقيات تعاقدية مع متابعة الأداء المالي والتشغيلي لمقدمي الدعم الفني وتحديد التزامات الأطراف تفصيلياً.

- التأكد من مقدرة مقدمي الدعم الفني على توفير التأمين بما يتفق والمتبع داخل البنك في حالة تعرفهم على بيانات ذات حساسية تخص البنك، وذلك من خلال مراجعة سياساتهم وإجراءاتهم في هذا المجال.
- توفير ترتيبات طوارئ لتغطية احتمالات حدوث تغيير مفاجئ في مقدمي الدعم الفني.
- احاطة العملاء عن العمليات المصرفية الإلكترونية وكيفية استخدامها.

• **المجال الثاني: إعداد خطة طوارئ - Contingency planning:** وذلك بإعداد خطط طوارئ بديلة في حالة

- إخفاق النظم عن أداء الخدمات وذلك كما يلي:
- إعادة البيانات إلى الوضع الذي كانت عليه قبل الإخفاق (Data recovery).
- توفير قدرات بديلة لتشغيل البيانات.
- توفير عاملين لمواجهة الظروف الطارئة.
- اختبار نظم التشغيل البديلة (Backup systems) بصفة دورية للتأكد من فعاليتها.
- توفير التأمين اللازم في حالة تنفيذ خطط الطوارئ وكذا توفير تعليمات لاستخدام هذه الخطط لدى مقدمي الدعم الفني.
- إبرام عقود بديلة مع مقدمي دعم فني آخرين تنفذ في حالة إخفاق المقدمين الأساسيين.

• **المجال الثالث: متابعة المخاطر - Monitoring risks:** تتمثل متابعة المخاطر في اختبار النظم وإجراء المراجعة

- الداخلية والخارجية وذلك على النحو التالي:
- إجراء اختبارات دورية للنظم، والتي يكون من ضمنها: إجراء اختبار إمكان الاختراق (penetration testing) الذي يهدف إلى تحديد وعزل وتعزيز تدفق البيانات من خلال نظم واتباع إجراءات لحماية النظم من المحاولات غير العادية للاختراق.
- إجراء مراجعة دورية من خلال النظم للتأكد من فاعلية إجراءات التأمين والوقوف على مدى اتساقها مع سياسات وإجراءات التأمين المقررة.
- إجراءات المراجعة الداخلية والخارجية: تسهم المراجعة الداخلية والخارجية في تتبع الثغرات وحالات عدم الكفاءة وتخفيض حجم المخاطر بهدف التحقق من توافر سياسات وإجراءات مطورة والتزام البنك.

ثانياً: نموذج الاتحاد الأوروبي

في إطار جهود الاتحاد الأوروبي لتطوير القطاع الرقمي وتعزيز التبادل التجاري الإلكتروني، قام الاتحاد من خلال لجنته الاقتصادية والاجتماعية في عام 1997 بتقديم وثيقة رئيسية تستهدف تنظيم وتشجيع التجارة الإلكترونية، يتضمن هذا النموذج نظاماً قانونياً يهدف إلى تنظيم أنشطة القائمين بالخدمات الإلكترونية وتحديد أهمية حمايتها بشكل شامل.

تلك المخاطر والتحديات التي تعترض لجان الاتحاد الأوروبي تُبرز أهمية تحديد مكان إقامة مقدم الخدمات الإلكترونية، ففي سياق النظام الإلكتروني للدفع، يصبح تحديد مكان إقامة مقدم الخدمة أمراً حيوياً لتحديد الاختصاص القانوني وتطبيق اللوائح بشكل فعال، وتعلق المشكلة الثانية بشروط صحة العقود الإلكترونية، حيث

يجب وضع إطار قانوني يكفل أن تتم المعاملات الإلكترونية وفقاً للمعايير القانونية السارية وشروط صحيحة وقانونية.

من خلال معالجة هذه التحديات بشكل فعال، يُمكن للاتحاد الأوروبي أن يسهم بشكل كبير في تعزيز البيئة التجارية الإلكترونية وتعزيز الثقة في نظام الدفع الإلكتروني، مما يدعم التطور المستدام للاقتصاد الرقمي.

1- مشكلة تحديد مكان إقامة مقدم الخدمات الإلكترونية

تثير هذه التساؤلات تحديات أمام السلطات القانونية، حيث يتعين التفكير في تصوّر مفهوم مكان إقامة مقدم الخدمات الإلكترونية في سياق تطور التكنولوجيا، وهل يجب أن يتم تحديده بناءً على المكان الجغرافي لأماكن الأنشطة العملية؟ أم يجب أن يعتمد على موقع الوصول الرقمي، حيث يُمكن للأفراد الوصول إلى خدماته عبر الإنترنت في أي مكان؟ أم هل يُمكن اعتباره عنوان إلكتروني دون تحديد جغرافي؟

تلك التفاصيل تُظهر أهمية تطوير إطار قانوني يتيح التوازن بين تسهيل الأعمال الإلكترونية وتوفير حماية قانونية فعّالة، فالتقدم التكنولوجي يفرض التفكير في تحديد مكان إقامة مقدم الخدمات الإلكترونية بطرق تلي متطلبات العصر الرقمي، دون المساس بالحقوق والتوجيهات القانونية.

إنّ موضوع تحديد مكان إقامة مقدم الخدمات في إطار نموذج الاتحاد الأوروبي يُعرض لتحديات قانونية، حيث يُظهر أنه لا يتصل بالتشريعات المحلية بشكل مباشر، وحتى النظام القضائي الذي سيتولى فحص أي نزاع ينشأ عن العقود الإلكترونية لا يُظهر تورطاً مباشراً، يعزى ذلك جزئياً إلى حقيقة أنّ أغلب الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي تتبع اتفاقية روما للقانون الدولي الخاص* (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019، صفحة 363).

وفي إطار مقترح التوجيهات الأوروبية، يُشدّد على أنه يتعين على الدول الأعضاء أن تحدد ما إذا كان يعتبر مكان إقامة مقدم الخدمات موقعاً لممارسة أعماله، وعلى هذا الأساس يُطبق قانون الدولة المتعلقة لتحديد قواعد الإسناد في مثل هذه الحالة، حيث يُمكن للدولة ذات الصلة أن تُحيل هذا الاختصاص إما إلى نفسها أو إلى دولة أخرى، وفقاً للترتيبات الواردة في الاتفاقيات الدولية**.

2- شروطُ صحة العقود الإلكترونية

انتشار العقود الإلكترونية تفرض بشكل ضروري على الدول إعادة النظر في تشريعاتها، وفي هذا السياق قامت المفوضية الأوروبية بتقديم توجيهات وإرشادات يتعين على الدول الأعضاء اتباعها.

* يشير نص المادة (1/4) من اتفاقية روما للقانون الدولي الخاص إلى الإجراءات المتعلقة بتحديد القانون الذي يخضع له العقد، ويُشير إلى أن العقد يكون تحت سيطرة القانون الذي يتم الاتفاق عليه بين الأطراف، إذ لم يكن هناك اتفاق مسبق، ينص مقترح اتفاقية روما للقانون الدولي الخاص على أنه يُمكن للأطراف تحديد القانون المطبق، وفي حالة عدم التوصل إلى اتفاق، يطبق قانون الدولة ذات العلاقة بالعقد (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019، صفحة 363).

** ينشأ هنا تساؤل حول مدى تأثير تسجيل المؤسسة أو المحل التجاري أو السجل التجاري لمقدم الخدمات الإلكترونية في تحديد مكان عمله وإقامته، يأتي الجواب على هذا التساؤل من خلال نص المادة الثانية من مشروع التوجيهات، حيث يُحدد مقدم الخدمات كشخص يُدير بشكل فعلي نشاطه الإلكتروني، متخذاً مكاناً معيناً لفترة غير محددة، وهنا يظهر بوضوح أنّ المفوضية الأوروبية تُعطي أهمية كبيرة لتسجيل المكان (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019، صفحة 363).

تتناول هذه التوجهات بشكل أساسي (متري، 2002، صفحة 122):

- إلغاء أي نص قانوني يحتوي على بنود تحد من أو تمنع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية.
 - السماح بجميع أنواع وسائل الاتصال دون استثناء.
 - منح التجارة الإلكترونية قيمة قانونية لتسهيل استخدامها والتخلص من الأساليب التقليدية مثل استنساخ الوثائق الورقية.
 - تعديل القواعد العامة لتكون قابلة للتطبيق على الاتصالات الإلكترونية.
- بهذه الطريقة، تعكس هذه الاتجاهات رغبة المفوضية الأوروبية في تحديث التشريعات لتتناسب مع التطورات التكنولوجية، مما يعزز تقنياً يُساعد على تسهيل وتشجيع استخدام العقود الإلكترونية بشكل أوسع.

المطلب الثاني: الإجراءات التقنية والتشريعية المعتمدة لضمان حماية فعالة لعمليات الدفع الإلكتروني

تحقيق الأمان في مجال التجارة الإلكترونية لا يقتصر على توفير الحماية القانونية التقليدية، بل يمتد ليشمل حماية مدنية وجنائية في الوقت ذاته، ويتجاوز ذلك ليتضمن نوعاً جيداً من الحماية يُعرف بالحماية التقنية أو الفنية، والتي ترتبط بالأمان المعلوماتي واستخدام وسائل تكنولوجيا لضمان أمن وسرية المعلومات المتداولة إلكترونياً، ومنع أي اعتداء على نظم معالجة البيانات الخاصة بوسائل الدفع الإلكتروني.

الفرع الأول: إجراءات الحماية التقنية للدفع الإلكتروني

مع تزايد أهمية التحول إلى وسائل الدفع الإلكترونية، تبرز الحاجة الملحة لفهم التحديات الأمنية المرتبطة بها، فقد أصبح من الأمور الحيوية تبني استراتيجيات فعالة لمعالجة هذه التحديات وضمان سلامة وسرية المعاملات المالية، كما يتطلب التفاعل الفعال مع هذه القضايا النظر إلى الأمان كأحد الأولويات، حيث يساهم ذلك في تعزيز الثقة والاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية كوسيلة فعالة ومستدامة للتعامل المالي.

أولاً: مفهوم الحماية التقنية المتعلقة بالدفع الإلكتروني

تأتي أهمية الحماية التقنية للدفع الإلكتروني من الحاجة الملحة إلى مجابهة التحديات المتزايدة والمتطورة التي تواجه عمليات الدفع عبر الإنترنت، فالمعاملات الإلكترونية تجعل عملية الدفع عرضة لمخاطر الاحتيال وسرقة المعلومات الشخصية والمالية، وهذا يجعل الحماية التقنية أساسية لضمان سلامة وأمن عمليات الدفع.

تحقيق الحماية التقنية يشمل تبني التشفير الفعال، واستخدام تقنيات التوقيع الإلكتروني - تم تناول هذا في أجزاء سابقة من الدراسة - وتطوير آليات فعالة للكشف عن أي أنشطة غير مشروعة، كما ينطوي على تحسين أمان نقل البيانات الحساسة عبر الشبكة، وضمان توفر أعلى معايير الأمان في أنظمة الدفع.

حيث تعتبر الحماية التقنية للدفع الإلكتروني وسيلة فعالة لمواجهة المخاطر الأمنية المترتبة عن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، وذلك نظراً للتحديات والمخاطر المتعددة التي قد تنشأ من عمليات الدفع عبر الإنترنت، لهذا السبب يعتبر تأمين المعاملات الإلكترونية ضرورة حاسمة يسعى المتعاملون في مجال التجارة الإلكترونية إلى تحقيقها.

كلما كانت الإجراءات المتخذة توفر الثقة بين المتعاملين، زاد حجم المعاملات الإلكترونية ونمت التجارة الإلكترونية بشكل أكبر، ومن هنا تبرز أهمية البحث المستمر عن وسائل جديدة لضمان الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني، وجعلها غير قابلة للوصول غير المرخص إليها (فهبي، 2007، صفحة 100).

أمام التساؤلات المطروحة حول قضايا محددة، يتعين علينا توضيح المفهوم المراد إيصاله من خلال التطرق إلى معنى الحماية التقنية، ويأتي ذلك في سياق تفسير مفاهيم الأمان الرقمي وكيفية تحقيقها.

وبجانب ذلك يعد تسليط الضوء على الأدوات الرئيسية المستخدمة في الهجمات السيبرانية ضرورياً، ويشمل ذلك فحص الأمان وتحليل الثغرات وفحص الأرقام السرية، وهي أدوات قرصنة تشكل تهديداً للأمن المعلوماتي، ومن هنا

تكمن الأهمية في تبني أساليب الحماية التقنية لمواجهة والتصدي لهذه الأدوات والحفاظ على سلامة الأنظمة والبيانات.

1- المَقْصُودُ بِالحِمْيَةِ التِّقْنِيَّةِ

تتأتى ضرورة توفير الحماية التقنية لعمليات الدفع الإلكتروني نتيجة للتحديات المتعلقة بالأمان وحماية الخصوصية عبْر شبكة الإنترنت، خاصة في سياق نظام الدفع الإلكتروني. يُشير مصطلح الحماية التقنية أو الحماية الفنية للدفع الإلكتروني إلى الإجراءات الوقائية التي يتخذها مُصدر وسيلة الدفع الإلكتروني أو مُصنعها لتقديم وسيلة حماية فعّالة تقلل من خطر الاعتداءات الخارجية، حيث يتمثل دور الحماية التقنية في إنشاء أنظمة أمان متقدمة لحماية نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات المستخدمة في عمليات الدفع الإلكتروني التي تنتجها الشركات المُصنعة للبرمجيات (هداية ويوسف، 2018). وجاء في تعريف آخر للحماية التقنية للدفع الإلكتروني، على أنها "حماية جميع أنواع المعلومات ومصادر الأدوات التي يتعامل معها، من غرفة تشغيل الأجهزة، ووسطاء التخزين، والأفراد والسرقة والتزوير والتلف والضياع والاختراق (دبابش وذبيح، 2017، صفحة 104).

يرى البعض أن إنتاج قطاع التقنية العالية، على مدى السنوات العديدة الماضية، يتجه نحو زيادة في تطوير وسائل الحماية التقنية بشكل أكبر من إنتاج التقنية نفسها، حيث قام مجرمو التقنية بتجاوز أنظمة الحماية التي صممت لمنع الاعتداء على الأنظمة التقنية العالية (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019).

حماية الدفع الإلكتروني والبيانات تُعد أمراً ذا أهمية خاصة للبنوك والمؤسسات المالية المسؤولة عن تقديم هذه الوسيلة، ويظهر ذلك واقعياً من خلال الاستثمارات الضخمة التي تخصص لها في هذا المجال، على الجانب المالي، تُبدي البنوك والمؤسسات المالية اهتماماً كبيراً وتخصص مبالغ مالية هائلة لتطوير أنظمة الحماية الخاصة بها، على سبيل المثال لا الحصر، قام بنك "BNP Paribas" باستثمار ضخم قدره 2.8 مليار أورو بهدف تحسين وتعزيز أنظمة الحماية الخاصة به (هداية ويوسف، الحماية التقنية للمعلومات ودورها في تأمين نظام الدفع الإلكتروني، 2018).

وهذا يُظهر الالتزام الجاد من قبل المؤسسات المالية الكبيرة في مواجهة التحديات الأمنية المتزايدة في عالم الدفع الإلكتروني، ويفهم هذا الاهتمام من خلال الوعي بأن هذه الوسيلة ليست فقط حيوية للعمليات المالية اليومية ولكن أيضاً تُعتبر هدفاً رئيسياً للهجمات الإلكترونية.

بشكل عام، يمثل الاستثمار في الحماية التقنية للدفع الإلكتروني أساساً لضمان استمرارية وتطوير النظم المالية وتعزيز الثقة في بيئة الأعمال الرقمية.

2- أدوات القرصنة التي تُهدد الأمن المعلوماتي

شهدت الفترة الأخيرة تقدماً ملحوظاً وموازياً للتقدم التكنولوجي في التدابير الابتكارية لضمان أمان الأنظمة الحاسوبية، ورغم هذا التقدم يظل العديد من الأفراد مندهشين من عدم تأمين العديد من أنظمة الحواسيب التي تستخدم بشكل واسع في أنظمة الدفع الحديثة.

هجمات اختراق خصوصية البيانات تتسبب في تأثير كبير على حياتنا الشخصية وأعمالنا بأشكال لم نكن نتوقعها في السابق، ووفقاً لتقرير منظمة (Clearing house - PRC Privacy Rights) خلال الفترة من يناير 2005 إلى سبتمبر 2008، تم اختراق أمان أكثر من 230 مليون سجل يحتوي على معلومات شخصية حساسة في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، وهناك اتجاه متزايد في هذا العدد يوماً بعد يوم (الموسوي وفضل الله، 2013)، وعلاوة على ذلك في عام 2017، فقدت (Equifax)- وهي خدمة تقارير ائتمانية أمريكية - بيانات شخصية حساسة على (143) مليون أمريكي بسبب ثغرة أمنية في البرامج، كما تم استغلال هذه الثغرة الأمنية لمدة ثلاثة أشهر، حتى تم إصلاحها من طرف الخبراء (مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة، 2021).

من الأهمية التركيز على الأدوات الرئيسية للقرصنة، التي تشكل تهديداً لأمان المعاملات المصرفية الحديثة والتعاملات الإلكترونية عبر الحواسيب وشبكة الإنترنت بشكل عام.

أ- الفيروسات وديدان الشبكة العنكبوتية

تُعتبر كلمة "فيروس" في مجال المعلوماتية إشارة إلى جميع البرامج الخبيثة التي تسبب تلفاً لأنظمة معالجة المعلومات، حيث يتمثل هذا التلف في تدمير المكونات المنطقية للحاسوب أو تعطيل أجهزة الكمبيوتر والشبكات عن أداء وظائفها الطبيعية.

الفرق بين الفيروسات وديدان* الإنترنت تظهر في طريقة انتقالها، حيث يحتاج الفيروس إلى برنامج يستضيفه لينتقل وينمو، على عكس الديدان التي تحتاج إلى برنامج يحتضنها وتستطيع الانتشار بشكل مستقل، مثال على ذلك نجد فايروس "ميليسا"، وفايروس "الجب"، اللذان يحتاجان إلى برامج معينة لنقلهما، بينما نجد دودة "موريس" تعتبر دودة الإنترنت وتستطيع الانتشار بشكل ذاتي (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019).

ومن أجل تسليط الضوء على خطورة التأثيرات الناجمة عن الاعتداءات الإلكترونية، والتي تتمثل أساساً في البرمجيات الخبيثة، يُمكن ذكر الأرقام الإحصائية التالية عن بعض الهجمات:

- في عام 1999، أصابت الدودة (ILOVE you) أكثر من (45) مليون جهاز حاسوب حول العالم، بالإضافة إلى ذلك تسببت الدودة (Sapphire/Slammer) في إصابة (200) ألف خادم في مختلف أنحاء العالم، حيث أظهرت الإحصائيات أن (75) ألف خادم تعرضوا للإصابة في العشر دقائق بعد بداية الهجوم.
- أما الدودة (W32/Sobig.F) أصابت في أوت 2003، أكثر من (100) مليون مستعمل.
- الدودة (W32/Lousan) أصابت في أوت 2003 كل مشرقي إحدى أهم مزودي الإنترنت

* الدودة "Ver": هو برنامج خبيث مستقل قادر على التكاثر والتضاعف، دون تدخل المستعمل وينتقل من حاسب إلى حاسب آخر وهذا باستعمال إمكانات ومواطن ضعف الشبكة (الثغرات الأمنية)، تتمثل وظيفته الأساسية في التكاثر والاستنساخ وليس في تهديم الحواسيب وهو يستعمل عدة طرق للانتشار منها الانتشار عبر البريد الإلكتروني أو من خلال استعمال بروتوكولات الشبكة. تعمل الدودة على تغيير السلوك العادي للحاسب؛ نظراً لانتشارها الكثيف بطريقة آلية مما يؤدي إلى اكتظاظ الحاسب والمصاب وكذا تباطؤ سرعة الشبكة (نوفيل وكريبط، أمن المعلومات ودوره في مواجهة الاعتداءات الإلكترونية على نظام معلومات المؤسسة، 2014).

- الفيروس (CIH) المدعو (Chernobyl) قد أجبر الآلاف من مستعملي الحواسيب سنة 1998 بتغيير البطاقة الأم لحساباتهم بعدما دمر برنامج (Bios) وقد قدرت الخسائر الناجمة عن هذا الفيروس بـ (250) مليون أورو بالنسبة لكوريا الجنوبية.

- في جانفي 2004، قامت دودة البريد الإلكتروني المسماة (My Doom) باقتحام وإصابة أكثر من (100) مليون بريد في (36) ساعة الأولى من انطلاق الهجوم.

تتضح أهمية محاربة التهديدات الإلكترونية من خلال الأرقام والاحصائيات سابقة الذكر، ويزداد تعقيد هذا المشكل يوماً بعد يوم، حيث يستهدف التخريب دُون تمييز بين الحواسيب الشخصية وخوادم المؤسسات، مسبباً خسائر مالية جسيمة، وانتشار هذه البرامج الضارة في تسارع كبير، وكلما زادت كفاءتها في التسلل، زادت خطورتها خاصة في الفترة الحرجة التي يتم فيها اكتشافها.

ب- الحفلة التذكيرية

يتم استخدام هذا النوع من البرامج الخبيثة لخداع المستخدمين والحصول على معلوماتهم الشخصية وكلمات المرور، وبالنظر إلى التطور المستمر في مجال أمن المعلومات، أصبح من الضروري تعزيز الوعي حول هذه الهجمات الإلكترونية وتبني إجراءات أمن قوية لحماية البيانات الشخصية والمعلومات الحساسة.

تتمثل فكرة الحفلة التذكيرية "Honeypot"، في كتابة برنامج كمبيوتر يُفعل أو يُحفز البرنامج الفعلي، على سبيل المثال، يُمكن كتابة برنامج لتفعيل شاشة (log-in) والحوار المرتبط بها، وبمجرد أن يحاول المستخدم الدخول باسم (log-in)، يقوم الكمبيوتر بالتقاط رقم هويته وكلمة المرور، ثم يعرض رسالة خطأ، وهنا يعيد المستخدم المحاولة مرة أخرى وينجح في المرة الثانية، دُون أن يشعر بأن عملية الدخول الأولى كانت خدعة للحصول على المعلومات (حامد، 2003، صفحة 101).

ج- حصان طروادة

هو برنامج معلوماتي مستتر داخل برنامج آخر، يُنفذ عمليات خبيثة دُون علم المستخدم، عادةً ما يفتح أبواباً خلفية، مما يتيح الوصول غير المشروع به إلى المعلومات من خلال التحكم في الجهاز الذي يستضيفه، حيث يعمل هذا البرنامج الضار على سرقة كلمات المرور ونسخ المعلومات الحساسة، ويقوم بتنفيذ أفعال تضر النظام، وعند اختراق الشبكة، يتيح لأفراد خارجيين اختراق أمن المؤسسة (نوفيل وكريبط، أمن المعلومات ودوره في مواجهة الاعتداءات الإلكترونية على نظام معلومات المؤسسة، 2014).

يتسم حصان الطروادة بالقدرة على العمل بصمت، دُون أن يلاحظ المستخدم وجوده، حيث يُعد هذا النوع من البرمجيات غالباً وسيلة للهجمات الإلكترونية حيث يستخدم لسرقة المعلومات الحساسة والتلاعب بالنظام بشكل غير مشروع، وبمجرد أداء وظائفه المخبأة، يُمكن لحصان الطروادة أن يحذف نفسه أو يختبئ بشكل فعال داخل النظام لتجنب الكشف.

يُعد حصان الطروادة برنامجاً يُخفى داخل تطبيقات عادية لمؤسسة ما، حيث يظل الكمبيوتر يعمل بشكل طبيعي، في حين يقوم البرنامج الخفي بجمع البيانات وإجراء تعديلات سرية في البرنامج والملفات، ولديه القدرة على

محو أو تدمير البيانات، وحتى يُمكنه التسبب في إغلاق كامل النظام، مع قدرته الهائلة على التخفي أو تدمير جميع آثار وجوده بعد التنفيذ (حامد، 2003، صفحة 160).

في عملية الاختراق عن طريق حضان الطروادة يتم إرسال برامج التجسس عبر البريد الإلكتروني، حيث يقوم الضحية بفتح المرفقات في رسالة غير معروفة المصدر، فيجد به برنامج الباتش المُرسَل، وهنا يُمكن أن يفترض الضحية أنه برنامج مفيد ويقوم بفتح، أو يقوم بذلك بناءً على الفضول، وفي حال لم يعمل الملف بشكل صحيح بعد فتحه، قد يتجاهله الضحية معتبراً أنه تالف، أو قد يقوم بحذفه، ولكن في هذا الوقت قد يكون المخترق قد دخل بالفعل إلى النظام.

د- الباب الخلفي أو باب المصيدة

عندما يتم تطوير برنامج ما، يُدرج المبرمجون أحياناً كوداً إضافياً يسمح لهم بتجاوز الإجراءات الأمنية المعتادة، عند اكتمال عملية التطوير، يُمكن أن يبقى هذا الكود في البرنامج سواء كان هذا الأمر نتيجة صدفة أو قرار متعمد، حيث يعتمد المهاجمون على وجود هذا الكود الإضافي للقيام بعملية اختراق النظام (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019).

بمجرد أن يُدرك هاجر الكود الذي تم تركه في النظام، يُمكن استغلاله للوصول غير المصرح به إلى حسابات المستخدمين، وهذا ما يتيح له سرقة المعلومات الحساسة أو تحريك البيانات أو القيام بأنشطة غير مصرح بها، هذا النوع من الهجمات يُظهر أهمية فحص وتقييم البرمجة وضمان إزالة أي تكوينات غير ضرورية لتقليل فرص الاختراق. يجب التأكيد على أهمية حماية قواعد البيانات والبرامج وأنظمة المعلومات من خطر هجمات القرصنة والاختراق، خاصة عندما يتعلق الأمر بالدفع الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية عموماً، ولذلك خصصنا في دراستنا هذه الجزء التالي الذي ستوضح من خلاله آليات الحماية التقنية المخصصة لتلك الغايات.

وهناك أشكال كثيرة ومختلفة للاعتداءات الإلكترونية التي تمس نظم المعلومات، نذكر منها باختصار ما يلي (نوفيل وكريبط، أمن المعلومات ودوره في مواجهة الاعتداءات الإلكترونية على نظام معلومات المؤسسة، 2014):

- اعتداء باستخدام برامج الجوسسة (Spyware): هي برامج تعمل بشكل سري وغير ملحوظ على مستخدمي الأجهزة، حيث تقوم بجمع المعلومات حول نظام التشغيل والتطبيقات المثبتة، وتقوم بإرسالها إلى مصدر خارجي عبر شبكة الإنترنت، يتم تنفيذ هذه العمليات بدون تهديد لتكامل البيانات أو التطبيقات أو حتى للنظام نفسه، كما يُمكنها أن تستعمل برنامج (Keylogger) الذي من خلاله يُمكن استخدام برامج المفاتيح، بما في ذلك كلمة المرور والأنشطة الحساسة.
- الاعتداء عن طريق أسلوب اعتراض البيانات (Sniffing): تتيح هذه التقنية التجسس على البيانات المنتقلة في شبكة المؤسسة، حيث يتم اعتراض وتحليل البيانات أثناء تنقلها داخل الشبكة بهدف الاستفادة منها بطريقة غير قانونية، ببساطة يتم اعتراض البيانات بعد إرسالها من قبل المرسل وقبل وصولها إلى المستقبل.

- الاعتداء باستخدام أسلوب منع تقديم الخدمة (Déni de service): ويكون عن طريق إلحاق ضرر مادي بالخادم بهدف منع تقديم الخدمة، وغالباً ما يعتمد على برامج خاصة تعرف ببرامج (Flooders)، تعمل هذه البرامج على إرسال كميات هائلة من الإيعازات دفعة واحدة لإغراق خوادم الويب وتعطيلها، وكذلك إرسال مئات الآلاف من الرسائل الإلكترونية لخوادم البريد الإلكتروني دفعة واحدة لتعطيلها، ويتم تحقيق ذلك من خلال جهاز واحد فقط (نوفيل، تكنولوجيا الانترنت وتأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي-دراسة حالة المؤسسة الجزائرية، 2007، صفحة 173).
- الاعتداءات عن طريق البريد غير المرغوب فيه (Spamming): تُعرف رسائل البريد الإلكتروني غير المرغوب فيها بأنها استخدام مُسَيء لنظام الرسائل الإلكترونية، حيث يتم إرسال كميات ضخمة من الرسائل العشوائية وغير المطلوبة أو المتوقعة من قبل المستقبلين لهذه الرسائل، وعادةً ما يكون الهدف من هذه الرسائل هو الإعلان التجاري أو الاحتيال على صاحب البريد الإلكتروني (الغثروبن هيشة، 2009، صفحة 21).
- الاعتداء باستعمال أسلوب انتحال عنوان IP أو (IP spoofing): تعرف هذه التقنية بـ "انتحال عنوان IP" وتشير إلى استبدال عنوان * (IP) الذي يتبع للمرسل بعنوان حاسوب آخر، يسمح ذلك للمعتدي بتنفيذ هجمات والتخفي وراء عناوين أخرى، مما يجعل من الصعب التعرف عليه، عبر هذه التقنية يُمكن للمعتدي اختراق شبكة مؤسسة عند تزوير عنوان (IP) الخاص به واستعمال عنوان يتبع لشخص يعمل في المؤسسة، وبالتالي يُمكنه تجاوز جدار النار والبقاء مجهولاً.
- الاعتداء باستعمال أسلوب انتحال نظام أسماء النطاقات (DNS): تعني هذه الخدمة توجيه مستخدمي الإنترنت تلقائياً إلى مواقع تحتوي على "برامج الجوسسة" أو مواقع مقلدة لتصميم مواقع التجارة والبُنوك الحقيقية، والتي تنجز من قبل المهاجمين بهدف إيهامهم، يتم هذا التوجيه عادةً من خلال رسائل البريد الإلكتروني غير المرغوب فيها.
- الاعتداءات باستعمال أسلوب الاضطهاد الإلكتروني (Phishing): تستهدف هذه الطريقة سرقة البيانات الشخصية الحساسة من خلال إرسال رسائل بريد إلكتروني مزيفة، بهدف التكرار والاحتيال لشخصية مؤسسة معينة، مثل البُنوك، ويُعرف هذا الأسلوب باسم "رسائل الاضطهاد الإلكتروني"، حيث يقوم المُرسلون بالتلاعب بالبريد الإلكتروني لاضطهاد المعلومات الهامة، مثل الأرقام السرية وغيرها من البيانات، وذلك من خلال إيهام الضحايا بأهمية وجدية الطلب.

* عنوان (IP): هو اختصار لـ Internet Protocol Address، والذي يعني بالعربية "عنوان بروتوكول الإنترنت"، حيث تعتبر عناوين (IP) أساسية في عملية نقل البيانات عبر الشبكات، حيث تستخدم لتوجيه الحزم بين الأجهزة المختلفة، مما يضمن وصولها إلى وجهتها الصحيحة.

** النطاقات (DNS): هو اختصار لـ Domain Name System، والذي يعني بالعربية "نظام أسماء النطاقات"، حيث تعتبر هذه النطاقات (DNS) جزءاً أساسياً من البنية التحتية للإنترنت، وتسهل عملية الوصول إلى الموقع والخدمات عبر أسماء سهلة التذكر بدل من الأرقام الطويلة.

ثانياً: آليات الحماية التقنية للدفع الإلكتروني

تكمُن أهمية الحماية الإلكترونية في نظام الدفع عبر الإنترنت في القدرة على منع التأثير السلبي الذي يُمكن أن يحدث نتيجة لأي تهديدات أمان قد تتعرض لها عمليات الدفع والمعاملات الإلكترونية، فإن تأمين هذا النظام يُسهم في حماية السمعة المالية للعملاء ويقلل من خسائر البنك نفسه نتيجة الهجمات السلبية التي قد تستهدفه.

شهد التقدم الكبير في وسائل الدفع الإلكتروني تطوراً في مفهوم الدفع غير المادي، مما أدى إلى الحاجة الملحة لتطوير وسائل وتقنيات تعزز من مستوى الثقة والاطمئنان لدى المتعاملين، في حين يتوجب أن تكون هذه الوسائل والتقنيات متاحة وفعالة لضمان القدرة على الاعتماد الكامل عليها خلال إجراء المعاملات المالية والتجارية الإلكترونية.

تبرز تقنيات مثل التوقيع الإلكتروني والرقمي كوسيلة فعالة لتوثيق المعاملات ورفع مستوى الثقة بين الأطراف، بالإضافة إلى ذلك يلعب تشفير المعلومات والبيانات المرسلة عبر الشبكة دوراً حيوياً في حمايتها من الوصول غير المصرح به، مما يعزز من مستوى الأمان والحماية للأفراد المشاركين – تم تناول هذه التقنيات في أجزاء سابقة من الدراسة -، حيث تُسهم هذه التقنيات الحديثة في توفير مستوى عالٍ من الأمان خلال التفاعلات الإلكترونية (دبابش و ذبيح، 2017).

تطراً مخاطر كبيرة نتيجة استخدام الانترنت في القطاع المصرفي، حيث يُمكن حدوث تلاعب بالمعلومات الإلكترونية، تشمل هذه المخاطر انتحال الهوية الذي يحدث عبر سرقة كلمة المرور الخاصة بالعملاء، وكذلك اعتراض وإعادة ارسال الرسائل، بالإضافة إلى ذلك يُمكن اختراق المواقع وتلاعبها، واستخدامها بشكل غير قانوني، مما يعزز التحديات في مجال الأمان للبنوك وعملائها (هداية، النظام القانوني للدفع الالكتروني دراسة مقارنة، 2019).

1- تَقْنِيَّات تَحْدِيدُ هُويَةِ الشَّخْصِ وَالتَّحَقُّقُ مِنْهَا

عملية الدخول إلى موقع البنك عبر الإنترنت للاستفادة من الخدمات الإلكترونية تُظهر أن هناك إجراءات أمان تتطلب من العميل إدخال هويته وكلمة المرور، هذه العملية تعتبر وسيلة لتحقيق من هويته وتأكيد أنه صاحب الحساب، إذا كان الموقع يسمح بإجراء العمليات بعد الدخول باستخدام هذه المعلومات، فإن هذا يعني أن العميل ملتزم بالالتزام بالعمليات التي يقوم بها، مما يُظهر استعدادده للتفاعل بمزيد من الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل آمن.

وبالتالي يتجلى أهمية إجراءات الأمان في العمليات المصرفية عبر الإنترنت، حيث تساعد على حماية المعلومات الحساسة للعميل وتقديم بيئة آمنة للتعامل المالي الإلكتروني، فإدخال هوية المستخدم وكلمة المرور يُعتبران ضماناً لمصادقية العميل، والتأكيد على إرادته في إجراء العمليات المالية عبر الإنترنت، تحقيق هذا الاتجاه يسهم في تعزيز الثقة بين البنك والعميل وتعزيز سمعة البنك في تأمين الخدمات المصرفية الإلكترونية.

تتمثل أهمية كلمة المرور كخط دفاع رئيسي يعتمد عليه العديد من مستخدمي أجهزة الحاسوب، لذا تكون الخطوة الأولى التي يقوم بها القراصنة هي التعامل مع كلمة المرور، فيسعون إلى كسر حمايتها للدخول إلى أنظمة الحاسوب، مما يفتح الباب أمامهم لتنفيذ جرائمهم (Russel, 1991, p. 48).

بعض البنوك قامت بإصدار بطاقات تجمع بين وظائف السحب النقدي والدفع المباشر، مع تضمين رمز سري لضمان أمان العمليات، استخدام هذا الرمز قلل بشكل كبير من إساءة استخدام هذه البطاقات، حيث يعتبر الرمز معلومة سرية يعرفها فقط حامل البطاقة، ويتيح له سحب الأموال من الصراف الآلي بعد إدخال البطاقة، في حين يتحمل العميل المسؤولية في الحفاظ على سرية هذا الرمز لضمان سلامة استخدام بطاقته (برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، 2009).

يجب على العميل أخذ الاحتياطات اللازمة للحفاظ على سرية الرمز السري، حيث يعتبر هذا الرمز بوابة لإتمام العمليات المالية، وبالمحافظة على هذه المعلومات السرية يضمن العميل سلامة استخدام بطاقته ويقلل من فرص الاستخدام غير المصرح به، يتعين على العملاء أيضاً فهم أهمية حماية هذا الرمز والبطاقة والابتعاد عن مشاركته مع الآخرين، ويتجنب أيضاً جعل كل من الرمز السري والبطاقة في مكان واحد ليتفادى ضياعهم معاً.

بالرغم من كل هذه الاحتياطات التي يتخذها العميل للحفاظ على سرية كلمة المرور الخاصة به، نجد أنه يمكن لبعض الخبراء في مجال الاختراق عبر الإنترنت ابتكار طرق لاكتشافها والحصول عليها، ولتقوية الأمان وتقليل مخاطر الوصول غير المصرح به، اتخذت البنوك إجراءات إضافية، مثل استخدام كلمات المرور تتميز بقدرتها على عدم التكرار.

2- كلمة السر التي لا تتكرر

يطلق على هذه الطريقة اسم "كلمة السر التي لا تتكرر" لأن كلمة المرور المستخرجة من جهاز التوثيق تكون فعالة فقط في سياق عملية واحدة، وتنتهي صلاحيتها خلال دقيقة معينة، تُعتبر هذه التقنية تقيعاً إلكترونياً يعزز من أمان العمليات الإلكترونية ويقلل من فرص الاستخدام غير المصرح به.

فيما يتعلق بعمل هذا النظام يُمكن التفريق بين طريقتين (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019):

- **الطريقة الأولى:** تُعرف بـ "نظام S/Key" حيث يشترك العميل والبنك في إنشاء كلمة مرور خاصة (غير مكررة) لكل عملية، يبدأ العميل أولاً بإرسال رسالة للبنك أو المؤسسة المصدرة، ويرد البنك على هذه الرسالة برسالة أخرى في اتجاه العميل وذلك برقم عشوائي يستخدم في توليد كلمة مرور التي لا تتكرر، وبعد استخدام الكلمة مرة واحدة، تصبح غير صالحة للاستخدام (في هذا النظام يتعاون العميل والبنك لإنشاء كلمة مرور خاصة لكل عملية، وهذا ما يُعزز مستوى الأمان).

- **الطريقة الثانية:** في سياق تعقيد النظام السابق، لجأت البنوك إلى استخدام طريقة أخرى حيث يُزود العميل بجهاز توثيق وكلمة مرور خاصة به، يكون الجهاز متصلاً بالبنك عند التشغيل، وعندما يقوم العميل بأي عملية تؤثر على ذمته المالية، يُستخدم الجهاز لاستخراج كلمة المرور المطلوبة، وبمجرد الضغط على مفتاح من مفاتيح الجهاز، تظهر كلمة المرور على شاشته، يقوم العميل بإدخالها على شاشة الكمبيوتر لإكمال العملية المطلوبة (هذا النظام يعزز الأمان بشكل إضافي عن طريق استخدام جهاز توثيق يتيح للعميل إجراء عملياته بشكل آمن وموثوق).

الفرع الثاني: الحماية القانونية للدفع الإلكتروني

في ظل تطور التكنولوجيا وانتشار التجارة الإلكترونية، يظهر تحدي أساسي يتمثل في عدم مواكبة القوانين لتلك التطورات الحديثة في مجال التكنولوجيا، وعدم قدرتها على توفير الحماية اللازمة للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية والبُنوك الإلكترونية.

تتسارع التجارة الإلكترونية في العالم المتقدم، ومع ذلك تظهر مشكلة التأخر في تطوير القوانين بما يتلاءم مع هذه التحولات التكنولوجية السريعة، ينتج ذلك عن عدم قدرة القوانين على مواكبة احتياجات وتطلعات هذا النوع من التجارة، ويظهر القلق حيال التشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع المتقدمة، حيث قد لا يكون القانون متنسقاً مع هذا الوضع الجديد.

المشكلة تكمن في الفجوة بين سرعة تطوير التكنولوجيا وبين تحديث القوانين، مما يتسبب في مشكلة قانونية لا يوجد لها حل واضح، وهنا يجب على الدول من خلال المشرعين والمحليين أن يضعوا تشريعات شاملة تحفظ حقوق وحماية المتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية والبُنوك الإلكترونية.

أولاً: التعاون الدولي في شقه التشريعي لحماية الدفع الإلكتروني

تحتاج حماية الدفع الإلكتروني إلى جهود دولية مشتركة، حيث يظهر أن الحماية التقنية والفنية لوسائل الدفع الإلكتروني ونظام الدفع الإلكتروني بصفة عامة وحدها ليست كافية لضمان الأمان، بل يتعين تضافر الجهود المحلية والدولية لوضع نظام قانوني صارم يضمن حماية فعالة لجميع العمليات الإلكترونية، هذا النظام يهدف إلى تحقيق أمان وثقة في الدفع الإلكتروني عبر الحدود، مما يعزز الثقة في هذا النوع من العمليات المالية.

في هذا السياق يجب أن يكون للتعاون الدولي دور حيوي في تحديد المعايير واللوائح العالمية للدفع الإلكتروني، يتضمن ذلك تبادل المعلومات بين الدول، وتطوير الأساليب الفعالة للكشف عن الاحتيال، وتحديث القوانين لمواكبة التطورات الواقعة في التكنولوجيا المالية، يضمن هذا النظام أيضاً حماية البيانات والمعاملات الإلكترونية بشكل شامل وفعال، مما يسهم في تعزيز الثقة بين الأطراف المتعاملة وتشجيع استخدام الدفع الإلكتروني واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية من قبل المتعاملين المصدريين والمستهلكين لهذا النوع من المعاملات، بشكل واسع في العالم.

هذا النظام القانوني الدولي يجب أن يشمل أيضاً آليات فعالة لمعالجة الانتهاكات والتجاوزات، بما في ذلك تبادل المعلومات بين الجهات المعنية وتعاونها في مكافحة الجرائم الإلكترونية، يُمكن أن تتضمن هذه الآليات إجراءات تحقيق سريعة وفعالة، بالإضافة إلى عقوبات صارمة للمخترقين والمتسللين.

وعلى الرغم من مضي عدت سنوات على ظهور واستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على الصعيدين الوطني والدولي، إلا أن الجهود الدولية لتنظيم التعاون القانوني والأمني والقضائي في هذا القطاع تظل محدودة إلى حد ما، لذا سنقوم في هذه الدراسة بإلقاء نظرة على الجهود والمبادرات الدولية التي تهدف إلى ضمان حماية نظام الدفع الإلكتروني ومكافحة المخاطر المرتبطة به، سنركز أيضاً على الدور الذي يلعبه هذا النظام مع سرد للقوانين التي جاءت بها الهيئات الدولية والمحلية لمختلف الاتحادات والمنظمات.

1- جهود الاتحاد الأوروبي للحماية التشريعية للمعاملات الإلكترونية

يُظهر اهتمام الاتحاد الأوروبي بحماية المعاملات الإلكترونية من خلال توصية حول القانون الأوروبي للسيرة الحسنة التي أصدرتها المجموعة الاقتصادية الأوروبية في 1987/12/08 تحت رقم 87/598، حيث تركز هذه التوصية بشكل خاص على ميدان الدفع الإلكتروني، والذي تدعو من خلاله جميع المتعاملين إلى التقيد بهذا القانون بهدف تعزيز مستويات الحماية وتوفير الضمانات اللازمة للمستهلكين (Recommandation N°87/598/CEE de La Commission Europ, 1987).

تشدد التوصية على أهمية الالتزام بالطابع الشخصي والسري للمعلومات والبيانات التي يقدمها صاحب البطاقة، أيضاً تحت على أهمية أن يولي صاحب البطاقة انتبهاً كبيراً لحماية بياناته عند استخدامه للبطاقة، بهدف ضمان استمرارية الاستخدام بطريقة صحيحة وشرعية (Recommandation N°87/598/CEE de La Commission Europ, 1987).

ثم صدرت توصية أخرى من الاتحاد الأوروبي تحت رقم 97/489، والتي ترتبط بشكل خاص بالمعاملات التي تتم عبر وسائل الدفع الإلكتروني، وتركز هذه التوصية على تنظيم العلاقة بين مُصدر البطاقة وحاملها، وتم تطبيق هذه التوصية على جميع المعاملات التي تتم عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني عن بُعد، وتشمل خاصة نقل الأموال المتعلقة باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني وسحب الأموال النقدية عبر الدفع الإلكتروني أو العملات الرقمية في أجهزة الصراف الآلي (Recommandation N°97/489/CE, 1997).

في سياق الحماية الجنائية للمعاملات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بشكل عام، يجدر بنا التنويه إلى التوصية رقم (Rof 89)، التي صادق عليها المجلس الأوروبي في سبتمبر 1989، واعتمدها الجمعية الدولية لقانون العقوبات في اجتماعها التحضيري الذي أقيم في "Würzburg" بألمانيا في شهر أكتوبر 1992، حيث تضمنت هذه التوصية إشارة إلى قائمتين متعلقتين بجرائم الحوسبة والتحديات المرتبطة بها على الإنترنت (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019).

تُحدّد القائمة الأولى الحد الأدنى للجرائم التي يجب أن تشملها التشريعات الوطنية في مختلف الدول، وتتضمن:

- الغش في مجال المعالجة الآلية للمعطيات.
- التزوير في مجال المعالجة الآلية للمعطيات.
- الأضرار التي تُصيب المعلومات أو البرامج.
- إتلاف الأجهزة المعلوماتية ووسائل الاتصال.
- الدخول غير المشروع في برامج الحاسب الآلي وشبكات المعلومات.
- الدخول غير المشروع في الاتصالات عبر الحاسب الآلي والشبكات المتصلة به.
- النسخ غير المشروع لبرامج المعلوماتية المحمية.

أما القائمة الثانية، فتكون اختيارية، مما يتيح لكل دولة إضافتها في تشريعاتها المحلية وفقاً للظروف التي تواجهها، وتتضمن:

- إتلاف معلومات وبرامج الحاسب الآلي.
 - التجسس على الأسرار المخزنة بالحاسب الآلي.
 - الاستعمال غير المشروع للأجهزة الإلكترونية المستخدمة في مجال المعلوماتية.
- يتسم هذا النهج بتحديد إطار قانوني موحد يعزز الحماية والمساءلة في مجال التعاملات الإلكترونية، مع إتاحة مرونة للدول لتكييفه مع وضعها الخاص.

2- إتفاقية بودابست المتعلقة بالجرائم المعلوماتية

تم التوقيع في عاصمة المجر "بودابست"، على أول معاهدة دولية تتعلق بجرائم الإنترنت وبالتحديد في 23 نوفمبر 2001، وشارك في هذا التوقيع (26) دولة أوروبية، إلى جانب كل من كندا، اليابان، جنوب إفريقيا، والولايات المتحدة الأمريكية، حيث يهدف هذا الاتفاق الدولي إلى معالجة الأنشطة الجنائية التي تتم عبر أنظمة الحاسوب والشبكات أو باستخدامها، ورغم أن أصل هذه المعاهدة هو أوروبي، إلا أنها تتمتع بنطاق دولي وشملت عدة دول حول العالم.

تعتبر هذه المعاهدة الأولى من نوعها على مستوى الاتفاقيات الدولية التي تستهدف مكافحة جرائم الإنترنت وتعزيز التعاون الدولي لاحتوائها، يأتي ذلك في سياق تصاعد الجرائم الإلكترونية التي باتت تشكل تهديداً خطيراً للأفراد والممتلكات، واستغرقت هذه المعاهدة وقتاً يزيد عن أربع سنوات للوصول إلى الصيغة النهائية الملزمة لهذه الاتفاقية، وقد تم توقيعها بدون أي اعتراض من قبل جميع الأطراف.

الخلاف الوحيد الذي نشب كان حول مجال مكافحة جريمة العنصرية، حيث كان من الضروري أن يتضمن النص في الاتفاقية التأكيد على ضرورة التصدي للمواقع التي تشجع على التحريض العنصري، ومن بين الجوانب التي اهتمت بها تلك الاتفاقيات كانت مكافحة الإرهاب الإلكتروني، وجرائم تزوير بطاقات الائتمان (قايد ح، 2021).

شملت معظم المواد الصادرة عن هذه الاتفاقية جوانب مكافحة الجريمة المعلوماتية، حيث نصت المادة 8 على ضرورة منح كل طرف للاتفاقية صلاحية اتخاذ التدابير التشريعية أو أي إجراءات أخرى لتجريم الأفعال التي تسبب ضرراً مالياً للآخرين عن عمد وبدون مبرر، تتضمن هذه الأفعال إدخالاً أو تدميراً أو مروراً ضمن نشاطات الحاسوب الآلي، وأي أشكال للاعتداء على الحاسوب الآلي بقصد الغش أو بنية إجرامية مشابهة للغش للحصول بدون حق على منفعة اقتصادية.

من خلال المادة، يظهر أن الاتفاقية تفرض على الدول الموقعة الالتزام باتخاذ التدابير التشريعية اللازمة للتعامل مع الجريمة المعلوماتية، بالإضافة إلى ذلك تنص المادة 7 على التزوير الذي يحدث على بطاقات الائتمان، حيث يتعلق بحالات الادخال أو المحو دون التغيير الكلي للبطاقات، وقد خصص كل من المادة (14) و(15) لإجراءات الرقابة المتعلقة بالضبط والتفتيش (لمى، 2008).

3- اتفاقية المجلس الأوروبي المتعلقة بالجرائم المعلوماتية

تم التوقيع على هذه الاتفاقية في عام 2002، بهدف إنشاء سياسة جنائية مشتركة لمكافحة الجريمة الإلكترونية على مستوى العالم، بهدف ذلك إلى تنسيق وتوحيد التشريعات الوطنية، مع التركيز على تعزيز سلطات القضاء وتشديد تنفيذ القانون، بالإضافة إلى تعزيز وتحسين التعاون الدولي في هذا المجال المهم.

تتضمن الاتفاقية الحاجة إلى تعريف وتنظيم مختلف الجرائم الإلكترونية في إطار القوانين الوطنية للدول المتخلفة، وتشمل هذه الاتفاقية العديد من القوانين المعلوماتية، بما في ذلك تلك المتعلقة بحماية البيانات الشخصية في مجال الخدمات المتعلقة بالاتصالات السلكية واللاسلكية.

وتؤكد الاتفاقية على أهمية الحفاظ على سرية وأمان وسلامة وتوفير بيانات أجهزة الحاسوب وبرامجها، وذلك خاصة فيما يتعلق بـ (بلحارث ووالي، 2017):

- الدخول غير المشروع على منظومة الكمبيوتر.
 - الاعتراض غير المشروع على حركة البيانات دون وجه حق عن قصد.
 - التدخل العنيد في البيانات، سواء عن طريق تدمير أو الإلغاء أو التلف أو التغيير دون وجه حق.
- وقد أقرت الاتفاقية ضرورة أن تتخذ كل دولة طرف فيها إجراءات تشريعية جديدة كلما استدعى الأمر، بهدف الحفاظ على سير النشاطات الاقتصادية التي تتم باستعمال أجهزة الكمبيوتر ضمن إطار قانوني فعال.

4- الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات

تم توقيع هذه الاتفاقية برعاية جامعة الدول العربية في عام 2010، بهدف مكافحة الجرائم المعلوماتية وتحديد نطاق سريانها إقليمياً، بهدف الحد من الجرائم الإلكترونية وتأثيراتها السلبية، والمحافظة على أمان المجتمع العربي من الناحية المعلوماتية.

وفي سياق حماية البيانات المالية في هذه الاتفاقية، خصصت المادة (18) للتصدي للاستخدام غير المشروع لوسائل التزوير المعلوماتية في مجال بطاقات الدفع الإلكتروني، وتنص المادة على أنه يعتبر مخالفاً للاتفاقية كل من يقوم بتزوير أو اصطناع أو وضع أي أجهزة أو مواد تساعد على التزوير أو التقليد لأي أداة من أدوات الدفع الإلكتروني بأية وسيلة كانت، وتشمل الأفعال المحظورة أيضاً سرقة بيانات الدفع وتسهيل الوصول غير القانوني لها، وايضاً كل من استخدم الشبكة المعلوماتية أو احدى وسائل تقنية المعلومات في الوصول بدون وجه حق إلى ارقام أو بيانات تخص بطاقات الدفع، وكل من قبل بأداة من أدوات المزورة مع علمه بذلك.

تتعامل الاتفاقية في فصلها الثالث مع الأحكام الإجرائية المتبعة في حالة وقوع جرائم على تقنية المعلومات، بدءاً من المادة (21) وحتى المادة (39)، وتشمل هذه الإجراءات التعاون القضائي والقانوني بين الدول، بما في ذلك تسليم وتبادل المجرمين والمساعدة المتبادلة لجمع الأدلة وانهاء التحقيقات المتعلقة بجرائم المعلومات (براج، 2022، الصفحات 251-252).

ثانياً: الحماية القانونية في سياق القانون المقارن لبعض الدول

شهدت وسائل الدفع الإلكتروني، مثل أي ابتكار آخر، تحديات كبيرة نتيجة لتعرضها للعديد من التصرفات غير المشروعة، حيث أن هذا التقدم اللافت الذي حدث في البيئة التجارية أدى كما ذكرنا سابقاً إلى ظهور العديد من الجرائم غير المألوفة للإنسان في سابق عهده، هذا ما دفع المشرعين إلى تطوير قوانين العقوبات لتجريم هذه الأفعال.

استجابةً لهذا الواقع المتغير، قام المشرعون بتحسين وتعزيز قوانين التنظيمات والعقوبات لتوفير حماية فعالة ضد تصرفات غير المشروعة في مجال الدفع الإلكتروني، حيث يهدف هذا التطور إلى ضمان سلامة أمان العمليات المالية الرقمية وتعزيز الثقة في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في السوق.

بهذه الطريقة يتسنى للتشريعات الجديدة توفير إطار قانوني فعال يحقق التوازن بين تشجيع التطور التكنولوجي وحماية المستهلكين والأطراف المعنية من التحديات الأمنية والجرائم الإلكترونية.

لذلك ينبغي النظر في الحماية التشريعية المنصوص عليها في بعض التشريعات الغربية، واستعراض صور الحماية المطبقة في بعض التشريعات العربية.

أ- التشريعات الغربية والعربية لحماية الدفع الإلكتروني

في مجال مكافحة الجرائم الإلكترونية، لاحظت العديد من دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية خطورة الجرائم الإلكترونية الحديثة، ورداً على هذا التحدي قامت هذه الدول بإقرار قوانين تهدف إلى إقامة حواجز حماية لهذا التطور التكنولوجي الجديد، حيث تجرم جميع الممارسات والأنشطة التي تقلل من حدوث هذه الجرائم، وعليه يجب التركيز على أبرز جوانب الحماية الموجودة في تشريعات بعض الدول الغربية.

- التشريعات المعتمدة في حماية الدفع الإلكتروني في دولة سويسرا: تنص المادة (148) في قانون العقوبات السويسري، التي تم إقرارها منذ عام 1995، على جرم استعمال البطاقة الائتمانية بطريقة غير مشروعة من قبل صاحبها الشرعي، وتنص هذه المادة على معاقبة أي فرد يستخدم بطاقة ضمان للشيكات أو بطاقة ائتمانية أو أي وسيلة دفع مماثلة، بهدف الحصول على خدمات يُمكن توفيرها عبر تلك البطاقة، دون الامتثال للشروط التعاقدية التي تم التوصل بينه وبين الجهة المانحة للبطاقة (الخولي، 2016، صفحة 312).

يُركز نص المادة (148) على العقوبات المفروضة على حماية البطاقة الائتمانية الشرعية في حال استخدامها بشكل غير مشروع، وهنا يظهر لنا أن القانون السويسري من خلال هذا التشريع لم يتناول بشكل محدد ومفصل الاستخدام غير المشروع للبطاقات من قبل الأفراد الذين ليسوا أصحاب تلك البطاقات.

- التشريعات المعتمدة في حماية الدفع الإلكتروني في دولة فرنسا: قام المشرع الفرنسي بتأكيد أهمية الحماية الجنائية لبطاقات الوفاء، إذ يعتبر أنها تلعب دوراً مشابهاً للشيك في التعاملات المالية، وقد أصدر قانون أمان الشيكات وبطاقات الوفاء رقم 1382/91 في عام 1991، حيث جاءت المادة الحادية عشر (11) لتعديل المادة (25) الخاصة بالشيكات، ووفقاً لهذه المواد، أضاف المرسوم بالقانون مواد ركزت على حالات التزوير والتقليد لبطاقات

الوفاء والسحب، دون التطرق إلى الحالات التي يتم فيها استخدام بطاقة ائتمان صحيحة، سواء من قبل صاحبها أو من قبل شخص آخر (هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة، 2019).

- التشريعات المعتمدة في حماية الدفع الإلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية: تنص غالبية تشريعات الولايات المتحدة الأمريكية على تجريم استخدام الحاسوب كأداة تزيف وتزوير النقود، ويجدر بالذكر أن المشرع الأمريكي قد ساوى بين التزوير التقليدي والتزوير المعلوماتي، الذي يتم عبر المعلومات المخزنة في الحاسوب، دون تفرقة بين النوعين، يشار أيضاً أن الولايات المتحدة الأمريكية قد أصدرت قانوناً شاملاً في نهاية عام 2009 ينظم استخدام البطاقات الائتمانية الممغنطة (الخولي، 2016).

ب- التشريعات العربية لحماية الدفع الإلكتروني

تشهد الدول العربية تغييراً من الدول الغربية تحركاً واضحاً نحو إقامة إطار تشريعي يعكس التحديات والتطلعات في مجال حماية الدفع الإلكتروني، من خلال التركيز على تجريم الأنشطة التي تهدد أمان الدفع الإلكتروني، مثل التلاعب بالبيانات والتزوير الإلكتروني، وتسعى هذه التشريعات أيضاً إلى تشجيع التعاون الدولي لمكافحة الجرائم الإلكترونية.

- التشريعات المعتمدة في حماية الدفع الإلكتروني في المملكة الأردنية: على الرغم من التقدم الكبير في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في المملكة الأردنية الهاشمية ودول أخرى في المنطقة، إلا أن المشرع الأردني، كغيره من التشريعات العربية، لم يخصص حماية خاصة لوسائل الدفع الإلكتروني، وتحديداً لا توجد نصوص تشريعية محددة تجرم أشكال مختلفة من الجرائم باستخدام بطاقات الوفاء.

ومن التشريعات التي جاءت خادمة للحد من مخاطر الدفع الإلكتروني نجد، قانون الجرائم الإلكترونية الأردني –الذي سبق التطرق له – وهو القانون رقم (15) الصادر سنة 2015، حيث وكما ذكرنا سابقاً جاء في نص المادة (6) من هذا القانون ما يلي: "يعاقب كل من حصل قصداً دون تصريح عن طريق الشبكة المعلوماتية أو أي نظام معلومات على بيانات أو معلومات تتعلق ببطاقة الائتمان أو بالبيانات والمعلومات التي تستخدم في تنفيذ المعاملات المالية أو المصرفية الإلكترونية بالحبس مدة لا تقل عن سنة ولا تزيد على ثلاثة سنوات وبغرامة مالية لا تقل عن (500) خمسمائة دينار ولا تزيد على (2000) ألفي دينار".

- التشريعات المعتمدة في حماية الدفع الإلكتروني في دولة قطر: يلاحظ أن قانون العقوبات القطري رقم 11 لسنة 2004 يهتم بتحديد عقوبات صارمة للأفراد الذين يرتكبون جرائم باستخدام الحاسب الآلي وبطاقات الدفع الإلكتروني، حيث يتناول الفصل الخامس من الكتاب الثالث، الباب الثالث، الذي يمتد من المادة (370) إلى المادة (387)، مجموعة من الأفعال غير المشروعة التي ترتبط بالتعامل مع الحاسب الآلي ووسائل الدفع الإلكتروني. تشمل هذه المواد على تجريم الأنشطة المشبوهة وغير المشروعة المرتبطة بالحاسب ووسائل الدفع الإلكتروني، حيث يحدد ويعاقب الأفراد الذين يقومون بتلاعب بوسائل الحاسوب أو يقومون بالتزوير واستخدام المستندات بشكل غير قانوني، كما يعاقب المشرع بشدة على الاستلاء على الأموال بطريقة غير قانونية باستخدام بطاقات الدفع الممغنطة.

ت- التشريعات المعتمدة في الحماية القانونية للدفع الإلكتروني في الجزائر

تعتبر تجربة الجزائر في مجال الدفع الإلكتروني حديثة العهد، حيث بدأت المحاولات من خلال التأسيس القانوني ووضع مشروع لتطوير النظام المالي بموجب قانون النقد والقرض رقم 03/01، وكانت الانطلاقة الفعلية في عام 2006 مع إصدار أول بطاقة سحب في الجزائر، والتي تم تعميم استخدامها في جميع أنحاء البلاد ابتداءً من عام 2007.

في عام 2005، وضع المشرع الجزائري مجموعة من المواد القانونية في القانون التجاري رقم 05/02، التي تنظم عمل البطاقات البنكية وتحدد الجهة المصدرة لها، والتي تخصص للبنوك فقط، ومع ذلك لوحظ أن هذا القانون يفتقر إلى التوضيح الكافي لآليات التعامل مع هذا النوع من الدفع، ولم يصدر المشرع الجزائري قوانين خاصة بحماية وسائل الدفع الإلكتروني بشكل مستقل، إنما اكتفى بتطبيق بعض المواد من القانون المدني والقانون التجاري التي جاءت في نفس السياق المرافق لنوع الحادثة، بالإضافة إلى قواعد خاصة للوقاية من الجرائم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومكافحتها التي تضمنها القانون رقم 04-09، ونظراً لطبيعة التعاملات الإلكترونية التي اعتمدتها المنظومة الجزائرية، تم تعديل قانون العقوبات رقم 15-04 المعدل والمتمم للأمر 156-66، حيث خصص القسم الثالث للجرائم الإلكترونية، بدءاً من المادة 394 مكرر إلى المادة 394 مكرر7.

توجد أيضاً مجموعة من الهيئات المسؤولة عن مكافحة الجريمة الإلكترونية بشكل عام، بما في ذلك الجرائم المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، ونذكر منها:

- الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال: تم إنشاء هذه الهيئة بموجب القانون رقم 04-09 المؤرخ في 5 أوت 2009، والذي يهدف إلى الوقاية من هذه الجرائم ومكافحتها.

تشمل مهام الهيئة تعزيز التعاون القضائي والأمني الدولي، بالإضافة إلى إدارة وتنسيق العمليات الوقائية، كما تقدم الدعم الفني للجهات القضائية والأمنية، مع إمكانية تكليفها بتنفيذ خبرات قضائية في حالات الاعتداءات على الأنظمة المعلوماتية، خاصة عندما تهدد هذه الاعتداءات مؤسسات الدولة أو الدفاع الوطني أو المصالح الاستراتيجية للاقتصاد الوطني.

- الهيئات القضائية الجزائية المتخصصة: تم إنشاء الهيئة بموجب القانون 04/14 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، والذي تم تعديله ليشمل الجرائم المرتكبة ضد نظم معالجة المعطيات وفقاً للمواد 37، 329، و 40 من قانون الإجراءات الجزائية.

تتمتع الهيئة باختصاص إقليمي موسع كما هو منصوص عليه في المرسوم التنفيذي رقم 348/06 المؤرخ في 05 جانفي 2006، حيث تتولى النظر في القضايا المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال المرتكبة في الخارج، حتى لو كان مرتكبها أجنبياً، إذا كانت هذه الجرائم تستهدف مؤسسات الدولة أو الدفاع الوطني، وذلك وفقاً للمادة (15) من القانون رقم 09/04.

خلاصة الفصل الأول

استعرض الفصل الأول من هذه الدراسة تطور أنظمة الدفع الإلكتروني ودورها المتنامي في التجارة الإلكترونية والمعاملات المالية، مسلطاً الضوء على أهميتها في تسهيل التعاملات اليومية وتعزيز الأمان والكفاءة، كما يتناول ضرورة توعية المجتمع بأهمية الدفع الإلكتروني وطرق استخدامه بشكل آمن، مشيراً إلى دور التشريعات والقوانين الدولية والمحلية – سواء في العالم العربي أو الغربي – في دعم وتطوير هذا النظام وضمان سلامته من المخاطر.

كما قُدم من خلاله، مفهوم الدفع الإلكتروني الذي يشمل أشكال وسائل الدفع الحديثة والمتطورة المعتمدة فيه، مثل المحفظة الإلكترونية وتقنيات الدفع عبر الهواتف الذكية، ويتم التركيز على كيفية التعامل مع هذه الوسائل ضمن بيئة إلكترونية متكاملة، مع إبراز الحلول المعمول بها في توثيق المعاملات الرقمية والتأكد من مصداقيتها، لتتماشى في خط متوازي واحتياجات التجارة الإلكترونية التي هي بدورها تشهد وتيرة متسارعة في التطور.

كما ناقش الفصل تأثير الدفع الإلكتروني على التجارة عبر الإنترنت وحاجة السوق المتزايدة إلى وسائل دفع فعّالة ومتطورة، ويبرز الفروقات بين الأساليب التقليدية للدفع والأساليب الحديثة التي تعتمد على تكنولوجيا متقدمة، ويشير أيضاً إلى كيفية تكيف البنية التحتية المالية والتكنولوجية لمواكبة هذه التحولات في أنظمة الدفع، حيث تتبنى المؤسسات المالية والشركات حلولاً رقمية متقدمة تساهم في تحسين تجربة المستخدم وتعزيز الشفافية والأمان في التعاملات المالية، بالإضافة إلى إبراز التحديات التي تواجه أنظمة الدفع الإلكتروني، مثل قضايا الاحتيال الإلكتروني والتلاعب بالبيانات، وحلول الأمان المتبعة للتغلب على هذه التحديات، وذلك لضمان حماية لبيانات المستخدمين وتوفير بيئة مالية رقمية موثوقة، في ظل التشريعات المعمول بها.

الفصل الثاني:

الإطار العام للخدمات المالية البريدية في الجزائر

تمهيد

في السنوات الأخيرة، شهد العالم تحولاً نحو اعتماد تقنيات الدفع الإلكتروني، حيث قامت العديد من الدول باتخاذ خطوات فعّالة في هذا الاتجاه، في دولة السويد - على سبيل المثال - انخفضت نسبة التعاملات النقدية إلى مستوى يبلغ (1,3%) فقط من الناتج المحلي الإجمالي، ولا يقتصر هذا التحول على الدول المتقدمة، بل امتد أيضاً إلى الدول النامية، حيث اتخذت الصين، خطوات متقدمة أدت إلى ارتفاع نسبة المدفوعات غير النقدية إلى (84%) من الناتج المحلي الإجمالي. شهدت الدول العربية هي الأخرى انتشاراً متزايداً لحلول التقنيات المالية في مجال الدفع الإلكتروني، حيث ظهرت العديد من الشركات التي تقدم خدمات الدفع الإلكتروني لفئات واسعة من المستخدمين، سواء كانوا أفراداً أو شركات، مستفيدة من تطور بنية نظم الدفع الوطنية وانتشار واسع النطاق لاستخدام الإنترنت، وابتداءً ارتفاع نسبة استخدام الهواتف الذكية في المنطقة العربية (صندوق النقد العربي، التقنيات المالية في مجال الدفع الإلكتروني في قطاع التجزئة، 2020).

ووفقاً للبيانات الصادرة عن قاعدة بيانات المؤشر العالمي للشمول المالي (Global Findex)، يمتلك حوالي (69%) من البالغين في العالم، أي ما يعادل حوالي (3,8) مليار شخص، حسابات مصرفية أو حسابات جارية في مؤسسات مالية تقدم خدماتها عبر الهواتف الذكية، ويظهر هذا تحسناً ملحوظاً مقارنة بالأعوام 2011 و2014، حيث كانت نسبة الممتلكين للحسابات بين (51%) و(62%) على الترتيب، مع ذلك لا يزال هناك (3,1) مليار شخص في العالم لا يحققون الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية، وفي الدول المتقدمة امتلك (94%) من البالغين حسابات مصرفية، مقارنة بنسبة (36%)، في الدول النامية (The World Bank, 2018).

تقدم المؤسسات المالية مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات لتلبية احتياجات العملاء، بما في ذلك حسابات التوفير والتحويلات المصرفية، التمويل الشخصي، الرهن العقاري، وغيرها من الخدمات المالية، فتوفر هذه الخدمات يعزز الاستقرار المالي للأفراد والشركات، كما يساهم في تحفيز النمو الاقتصادي، بالإضافة إلى ذلك تبني هذه المؤسسات التكنولوجيا الحديثة، مثل الخدمات المصرفية الإلكترونية وتطبيقات الهاتف المحمول، وذلك بغية تحسين تجربة العملاء وتسهيل وصولهم إلى الخدمات المالية.

محلياً، تأتي مؤسسة بريد الجزائر كمحور أساسي، حيث تحمل عبء التاريخ والحيوية المتعلقة بالخدمات البريدية في الجزائر، حيث تعتبر هذه المؤسسة المتعامل التاريخي الوحيد الذي يُدير شؤون البريد في الجزائر، وتُناط به عدة مهام تتنوع بين توفير خدمات البريد العادية وتقديم الخدمات المالية البريدية التي هي موضوع دراستنا.

فبفضل هذه الهيكلة، تساهم مؤسسة بريد الجزائر في تلبية احتياجات المجتمع المحلي عبر توفير خدمات مالية بريدية شاملة، في حين يجسد انخراطها المستمر في الاتحاد البريدي العالمي التزامها بتحسين وتوسيع نطاق الخدمات التي تُقدّم للمواطنين، مما يساهم في تطوير البنية التحتية للبريد والخدمات المالية البريدية في الجزائر.

يجب توجيه التركيز نحو القضايا المثارة بشكل أكثر تفصيلاً في (الفصل الثاني) من هذه الدراسة، حيث يتعين أن نبدأ بتقديم مُفصل وعام لمؤسسة بريد الجزائر التي هي محل دراستنا وكموضوع أساسي من خلال:

- **المبحث الأول:** نعرض من خلاله نظرة شاملة على تاريخ وأهداف المؤسسة، بما في ذلك هيكلها التنظيمي ودورها في حياة المجتمع الجزائري.

- المبحث الثاني: يتم ذلك من خلال استعراض مفصل لنطاق الخدمات المالية المقدمة، مثل التحويلات المالية، وفتح الحسابات الجارية، وأي خدمات أخرى ترتبط بالجانب المالي للبريد.

- المبحث الثالث، سنناقش بالتفصيل جودة الخدمات المالية البريدية، وسيتضمن هذا المبحث استعراضاً لعوامل الجودة، كما سنحاول توضيح كيف يمكن تحسين جودة هذه الخدمات بشكل عام والفوائد المحتملة للمستفيدين.

هدف هذه الهيكلية هو توفير فهم أعمق وشامل للقضايا المتعلقة بالخدمات المالية البريدية، مما يساعد في إبراز الأثر الإيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية.

المبحث الأول: تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر

تُجاري مؤسسة بريد الجزائر التحولات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة، وتسعى دوماً وباستمرار إلى تحسين وتوسيع خدماتها، حيث تلعب دوراً حيوياً في تقديم خدمات مالية متنوعة تلبي احتياجات المواطنين ومختلف المؤسسات الاقتصادية الأخرى في السوق الوطنية.

من خلال محطاتها التاريخية، شهدت مؤسسة بريد الجزائر توسعاً في نطاق الخدمات المقدمة والدور المناط بها في الساحة الجزائرية، حيث توفر باقة متنوعة من الخدمات البريدية العادية والخدمات المالية، مثل توزيع البريد، خدمات الحوالات المالية، فتح الحسابات الجارية وحسابات التوفير، وكذلك تقديم بطاقات الدفع الإلكتروني والعديد من الخدمات الأخرى.

مع التركيز المتزايد على التحول الرقمي واعتماد التقنيات الحديثة، تسعى مؤسسة بريد الجزائر إلى تسهيل عمليات التواصل والتحويلات المالية، وتعزيز تجربة عملائها من خلال جملة من التحديثات الرقمية لخدماتها التقليدية، وإطلاق المنصة الإلكترونية وكذا تطبيقات الهاتف المحمول.

تمثل الخدمات المالية جزءاً أساسياً من مهام مؤسسة بريد الجزائر، وعلى اتساع نطاق العمليات المالية وزيادة التحول الرقمي، أصبحت المؤسسة لا تقتصر فقط على البريد التقليدي ولكن على تقديم خدمات مالية متقدمة، حيث يعكس التطور التاريخي لمؤسسة بريد الجزائر التكيف المستمر مع متطلبات العصر وتحولات السوق المالية والبريدية، وتسعى باستمرار لتحسين خدماتها وتلبية احتياجات مجتمعها بشكل فعال.

هذا التقسيم سيُمكننا من تقديم معلومات مفصلة حول كل جانب من جوانب مؤسسة بريد الجزائر، مما يساهم في فهم أعمق للدور الذي تلعبه هذه المؤسسة في المجتمع وكيفية تنظيمها وتشغيلها.

المطلب الأول: تعريف بمؤسسة بريد الجزائر.

تحتفل الإدارات البريدية في اليوم التاسع لشهر أكتوبر من كل عام باليوم العالمي للبريد، وهو التاريخ الذي تأسس فيه اتحاد البريد العالمي* في عام 1874م، وفي هذا السياق، تقوم وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، بالتنسيق مع المدير العام لمؤسسة بريد الجزائر، بأداء دور فعال في احياء هذه المناسبة، يتم ذلك من خلال إصدار طوابع بريدية خاصة تحمل شعار اليوم العالمي للبريد، وتنظيم معارض لهواة جمع الطوابع وإبراز الخدمات التي تقدمها المؤسسة، إلى جانب فعاليات أخرى تسلط الضوء على الدور المهم الذي يلعبه البريد في توطيد العلاقات الدولية.

انضمام مؤسسة بريد الجزائر إلى الاتحاد العالمي للبريد، يعزز دورها ووجودها على الساحة الدولية، فإنَّ هذا الانتماء يعني التفاعل مع التطورات العالمية في مجال البريد والاتصالات، ويُمكن أن يساعد في تعزيز التبادل الثقافي والتجاري بين الجزائر وباقي دول العالم.

وبفضل هذه المبادرات، يسعى القطاع إلى تحسين تجربة المستخدم وتيسير وصول المواطنين إلى خدمات البريد عامة والخدمات المالية البريدية خاصة بشكل فعال، حيث تعتبر مؤسسة بريد الجزائر رائدة في هذا المجال خاصة وأن الدولة قدمت لها كل الإمكانيات والدعم، إذ تعمل بتكنولوجيا متقدمة وتضمن جودة الخدمات وفعالية الأداء. وفي سياق التحولات الحديثة في العالم الرقمي، تسعى مؤسسة بريد الجزائر إلى توظيف أحدث التقنيات وتكنولوجيا المعلومات، وتُضاف هذه الجهود إلى السعي المستمر لتحسين البنية التحتية وتوسيع نطاق الخدمات لتلبية تطلعات المجتمع وتعزيز التفاعل الإيجابي مع التطورات الحديثة.

يظهر مما سبق تركيز الدولة الجزائرية على تطوير قطاع البريد والخدمات المالية البريدية كجزء لا غنى عنه من استراتيجيتها الاقتصادية والاجتماعية، بهدف تعزيز الاستدامة وتحقيق التنمية المستدامة في البلاد، أيضاً يظهر التزام الحكومة بتحقيق التقدم في مجال الرقمنة والتحول الرقمي، مما يعزز مكانة الجزائر في الساحة الاقتصادية الدولية، ومع استمرار تحسين البنية التحتية والتكنولوجيا المعلومات، يُمكن توقع استمرار قيادة مؤسسة بريد الجزائر في تقديم خدمات متطورة ومبتكرة، تلي احتياجات وتطلعات المجتمع وتساهم في تعزيز الاقتصاد الوطني.

* تأسس الاتحاد البريدي العالمي في عام 1874، اتخذت من العاصمة السويسرية "برن" مقراً لها، وله فروع متعددة حول العالم، يضم حالياً 192 دولة، يتكون من أربع هيئات وتعاونيتين، حيث يُعد المؤتمر السلطة العليا ويجتمع كل أربع سنوات لتحديد استراتيجيات البريد العالمي، تلقتي التعاونيتان لتحسين خدمات البريد وتطوير المعلومات والبريد السريع على مستوى العالم (Universal Postal Union, 2022).

الفرع الأول: مراحل تطور مؤسسة بريد الجزائر

يتسم القطاع المالي في الجزائر بتنوعه وحجم منافساته، سواء في القطاع البنكي الذي يخضع لرقابة بنك الجزائر وفقاً للقوانين المحددة، أو في مجالات المؤسسات المالية الأخرى، مثل الخزينة العمومية ومختلف شركات التأمين، حيث يسهم هذا التنافس في تعزيز جودة الخدمات المالية وتطويرها، حيث تسعى هذه المؤسسات لتقديم خدمات متنوعة ومبتكرة، كما يعزز هذا التنافس أيضاً التحسين المستمر في سرعة التنظيم والفعالية، مما يعود بالفائدة على المستهلكين والاقتصاد الوطني.

تظهر مؤسسة بريد الجزائر بوصفها ككيان ذو طابع خاص في ساحة الخدمات المالية في الجزائر رفقة المؤسسات المالية الأخرى، حيث شهدت المؤسسة تحولات هيكلية وتاريخية متعددة، جعلتها تنتقل من وضع متوسطي إلى مؤسسة عمومية تتمتع بصبغة صناعية تجارية - سنتطرق له في المطلب الثاني بكثير من التفصيل -، كما تسعى المؤسسة إلى تحقيق توازن بين تقديم خدمات متقدمة وشاملة، ورفع مستوى جودة الخدمات، وهذا يعتبر كهدف أساسي ورئيسي ضمن سياساتها واستراتيجياتها العامة.

من ناحية أخرى، تسعى المؤسسة إلى تحقيق استدامة اقتصادية تفوق تكاليفها كمؤسسة عمومية، من خلال تحقيق عوائد مالية تمكنها من تسيير عمليات الإدارة والاستثمار، خاصة في مجال تقديم خدماتها الشاملة والخدمات المالية البريدية.

من أجل فهم أفضل لتحديات استمرارية الخدمات البريدية وتحديث شبكتها، نسعى في هذه الدراسة من خلال هذا المبحث إلى استعراض الوضع الحالي والتطورات التي شهدتها خدمات البريد، سنتناول أيضاً التحديات التي تواجه استمرارية هذه الخدمات وكيف سهرت المؤسسة في تحديث الشبكة البريدية لتلبية متطلبات العصر. كما سننقل نظرتنا إلى استراتيجيات الإصلاح والتحديات المرتبطة بسياق العولمة وتبني استراتيجيات تمكنه من المنافسة بشكل فعال في هذا السياق المتطور.

أولاً: تحديث شبكة الخدمات البريدية وتحديات استمرارية الخدمات (1962-2021)

قبل التفصيل في تحديات استمرارية الخدمات البريدية وتحديث شبكة الخدمات، يجب علينا إلقاء نظرة على محطات التاريخية لهذا القطاع بشكل عام، كما يتعين التركيز على الإصلاحات الرئيسية التي شهدتها، وتحديداً على عمليات إعادة الهيكلة التي أظهرت التزاماً بتحسين وتحديث هذا القطاع.

1- المحطات التاريخية التي شهدتها قطاع البريد في الجزائر

شهد قطاع البريد الجزائري تحديات متنوعة وتغيرات هيكلية أبرزها عمليات إعادة هيكلة القطاع، مما أسهم في جهود تحسين وتحديث هذا القطاع بشكل شامل، حيث مرّ بعدة محطات عبر تاريخ تواجده في الجزائر منذ الفترة الاستعمارية، سنلخص هذه المراحل بإيجاز فيما يلي:

- البريد زمن الحقبة الاستعمارية: أثناء الحقبة الاستعمارية، كانت خدمات البريد تحت سيطرة السلطات الاستعمارية الفرنسية، كان البريد وقتها يعتبر جزءاً من البنية التحتية التي أنشأتها فرنسا لخدمة مصالحها الاقتصادية والسياسية في البلاد، حيث تميزت خدمات البريد حينها بالتوجه نحو خدمة مصالح السلطات الاستعمارية، فكانت البريدية

العسكرية تستخدم لغايات الاتصالات العسكرية وتنظيم التحركات العسكرية، كما استُخدمت أيضاً لنشر الأوامر والتعليمات الإدارية الفرنسية.

غير أنه كانت حالات استخدام البريد لأغراض ثقافية وتعليمية، حيث كان للأشخاص المقيمين في المدن الكبرى استخدام البريد لتبادل الرسائل الشخصية والثقافية.

خلال الفترة الاستعمارية، شهدت مؤسسة بريد الجزائر في المراحل الأولى لنشاطها تحولات هامة، في ذلك الوقت كانت تعرف بالاختصار PTT، وهو اختصار للكلمات اللاتينية الثلاثة التالية (Postes, Télégraphes, Téléphones)، اقتصرت مهام المؤسسة في ذلك الوقت بتقديم خدمات متنوعة، بدءاً من استقبال الحوالات والتعامل بالصكوك البريدية، وصولاً إلى الاشتراك في الجرائد وبيع الطوابع البريدية (سعدون، 2020).

لعل الشاهد على عراقية مؤسسة بريد الجزائر، مبنى البريد المركزي بالعاصمة، الذي كان يسمى في الحقبة الاستعمارية الفرنسية بـ "البريد العام"، والذي تم الشروع في بنائه على هيئة قصر فاخر عام 1910م، وتم اكتمال تشييده بعد ثلاثة سنوات قضاها البناؤون والمعماريون في تنسيق ردهات المبنى وأعمدته وأسقفه التي تتألق حاملة زخرفاً عربياً أندلسياً راقياً، ليتحول مبنى البريد المركزي رويداً رويداً إلى تحفة معمارية متفردة (بن الدين، 2015).

استعمل مبنى البريد المركزي في كل أنواع الخدمات البريدية والمالية منذ افتتاحه في سنة 1913، فكان قبلة لكل من كان يريد أن يبعث برسالة أو طرد أو برقية أو يستقبل مئيلاتها، كما كان محجاً مع تطور الزمن لدفع فواتير الهاتف أو تخليص المعاملات البريدية المختلفة من برق وفاكس وتلكس أو أي معاملات مالية، حيث استعمل المقر لسنوات طويلة لتسيير الحسابات الجارية للموظفين سواء في إيداع أموالهم أو في سحب رواتبهم (بن الدين، 2015).

2-مرحلة توسيع وتحديث الشبكات (1962-2000)

واجهت خدمات البريد في الجزائر في الفترة من 1962 إلى عام 2000م، تحديات كبيرة في مجال استمرارية الخدمات وتوسيع وتحديث الشبكات، في تلك الفترة، كان وضع الخدمات البريدية يتسم بعدم كفاية الشبكة البريدية واختلاف كبير بين المناطق الحضرية والريفية، حيث كانت الخدمات البريدية في بداية الاستقلال تواجه صعوبات كبيرة، وهذا راجع إلى النقص في عدد الموظفين، والشباب كانوا يفتقرون للخبرة ويعانون من الأمية، كما كانت الموارد المادية غير مستقرة، مما جعل المهام شاقة، وكانت الأوليات هي:

- ضمان استمرارية الخدمات بأي ثمن.
- تقليل الفوارق بين المناطق الحضرية والريفية من خلال إنشاء مؤسسات بريدية جديدة.
- تطوير دوائر النقل والتوزيع لخدمة المناطق المعزولة.
- إنشاء روابط دولية جديدة باستخدام جميع وسائل النقل لضمان التبادل المنتظم والمتكرر مع جميع البلدان.

في نهاية عام 1962، كان هناك 826 مكتب بريد في الجزائر يخدم جميع أنحاء البلاد، كان جزء كبير منها خارج الخدمة بسبب حرب التحرير، ففي الجزائر العاصمة مثلاً كانت تضم 31 مكتباً بريدياً، كان 13 مكتب فقط حيز الخدمة عند استرجاع السيادة الوطنية، وبالنسبة لوسائل العمل المتوفرة في ذلك الوقت تقتصر على خمسة (5) آلات تخليص، و

عشرة (10) آلات حاسبة، و150 آلة دمج الطوابع وخمسة (5) موازين، وفي إطار خطط التنمية المستمرة، توسعت الشبكة البريدية إلى 3310 منشأة بحلول عام 2000م، وكان كل مكتب بريد قادراً على خدمة 9500 نسمة من السكان، خلال هذه الفترة، استفاد قطاع البريد من الموارد المخصصة لتطويره، مما أدى إلى زيادة حركة مرور وإدخال موارد الكمبيوتر لتحسين البنية التحتية، خاصة في إدارة الحسابات البريدية منذ عام 1974، مما ساهم في تحسين الخدمات (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2023).

أنشئت مراكز التدقيق البريدي في وهران وقسنطينة خلال هذه الفترة لتسهيل وتحسين توزيع البريد، وذلك لتخفيف العبء عن مركز الجزائر العاصمة وبالتالي تقليل أوقات تسليم البريد المخصص لأصحاب الحسابات البريدية الجارية، واستفادت مكاتب البريد الرئيسية في المدن الرئيسية بالولايات من وسائل النقل المخصصة لنقل وتوزيع البريد والمعدات الحديثة لميكنة العمليات مثل آلات الصرف، وإصدار الحوالات البريدية، وإدارت الحسابات.

قُبيل تنفيذ الخطة الثلاثية لعام 1967م، كانت هناك أربع (4) مراكز فرز في بلادنا، حيث توزعت بالشكل التالي: مركزان لفرز البريد الإلكتروني ومركزان لمركزان لفرز الطرود، وكانت تحديداً في الجزائر العاصمة ووهران.

تم خلال الفترة التي سبقت الخطة الثلاثية لعام 1967م إنشاء مراكز إقليمية مخصصة لمعالجة التفويضات وتعزيز نشاط الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط* (CNEP) في ثماني (8) مناطق في البلاد، حيث تم وضع مركز واحد لكل منطقة بمرافقة خدمية متكاملة، أسفرت هذه الجهود على زيادة ملحوظة في حركة الأعمال بقسم (CNEP)، حيث ارتفع عدد الحسابات من 23000 حساب في عام 1965م إلى أكثر من 3,2 مليون حساب في عام 2000، كما شهدت حسابات البريد الجارية** (CCP) تطوراً ملحوظاً، حيث زادت من 150000 حساب في عام 1962م إلى 5,4 مليون حساب في عام 2000م، مع أصول تجاوزت 240 مليار دينار جزائري (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2023).

تركزت جهود الإدارة أساساً في تحسين خدمات تسليم البريد من خلال توسيع شبكة التوزيع، وذلك من خلال إنشاء جولات جديدة في المدن والأرياف، حيث ارتفع عدد الجولات من 1100 عام 1962م، إلى أكثر من 3800 في عام 2000م، كما ازداد عدد صناديق البريد من 4000 في عام 1962م إلى أكثر من 162000 في عام 2000م، وفيما يتعلق بالموظفين، زاد عددهم من 2000 موظف في عام 1962م إلى أكثر من 21000 في عام 2000م.

يجدر بالذكر أن قطاع البريد شهد فتحاً جزئياً أمام المنافسة قبل إجراء الإصلاحات في عام 2000، حيث سمح المرسوم التشريعي لمؤسسة بريد الجزائر لمشغل البريد*** (EMS) و**** (DHL) بإنشاء شركة بموجب القانون الجزائري في عام 1994م.

* CNEP : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance.

** CCP : Compte Courant Postal.

*** EMS : Express Mail Service.

**** DHL: Dalsey, Hillblom, and Lynn.

ثانياً: مرحلة الإصلاحات وتحديات العولمة والمنافسة

1- استراتيجيات تطوير العامل البشري والهيكل التنظيمي للقطاع (2000-2015)

بدأت الجزائر جهودها الجادة في تأهيل وتطوير القوى العاملة في قطاع البريد، حيث تم التركيز على تعزيز كفاءات العاملين ورفع مستوى أدائهم، فشهدت هذه العملية بدايتها مع إنشاء المدرسة الوطنية للدراسات في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية في عام 1964، وقد أسهمت هذه المدرسة بشكل كبير في تأهيل وتخرج حوالي خمسين (50) مفتشاً ومراقباً تقنياً ومائة وعشرة (110) أعوان في التجهيز خلال الفترة من 1964 إلى 1969 (www.mpt.gov.dz, 2024). وفي إطار استراتيجية القطاع التنموية المستمرة عبر كافة المراحل، خصص اهتماماً كبيراً للتكوين، وذلك بإنشاء مؤسستين رائدتين، وهما المعهد الوطني للبريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال (INPTIC) بالجزائر العاصمة، والمعهد الوطني للاتصالات وتكنولوجيا الاعلام والاتصال (INTTIC) بوهرن، حيث أصبح هذان القطبان حالياً مدرستين وطنيتين عليين، حيث تركز مسارات التدريب فيهما والمناهج التعليمية على توفير إطار تدريبي عالي المستوى يتماشى ومستجدات ومستلزمات التحول الرقمي واقتصاد المعرفة (www.mpt.gov.dz, 2024).

حتى عام 2000م، كان القطاع البريدي والاتصالات يخضع في الأساس لسيطرة المرسوم رقم 75-89 الصادر في 30 ديسمبر 1975م (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم رقم 75-89 المتضمن قانون البريد والمواصلات، 1976، الصفحات 01-16-108-109)، الذي منح وزارة البريد والاتصالات صلاحيات تحديد الدور القطاعي للمشغل والمنظم، وهكذا، كانت الخدمات البريدية والاتصالات تعتمد بشكل رئيسي على هذا النظام، في عام 2000م، اتخذت الحكومة خطوات نحو إجراء إصلاحات جذرية في قطاع البريد والاتصالات بهدف مواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين وربط الجزائر بمجتمع المعلومات.

كانت هذه الإصلاحات، التي تم تنفيذها نتيجة للحاجة الملحة لضمان تنافسية وتنوع الاقتصاد الجزائري وتعزيز تنمية قطاع الاتصالات بشكل تنافسي وديناميكي، تأتي في سياق تزايد العولمة، وكانت هذه الخطوة استعداداً لانضمام الجزائر إلى التجارة العالمية وضمان تنظيم فعال ومفيد للقطاع، بالإضافة إلى المشاركة في التفاوض على اتفاقية شراكة مع الاتحاد الأوروبي.

استهدفت الاستراتيجية الموضوعية لهذا الإصلاح الطموح، بشكل خاص، تحقيق الأهداف الرئيسية التالية:

- توسيع الخدمات: زيادة المعروض من الخدمات البريدية والهاتفية وتسهيل الوصول إليها لأكثر عدد من المستخدمين، خاصة في المناطق الريفية.
- تحسين الجودة: تحسين جودة الخدمات المقدمة وزيادة نطاقها.
- التكافل الاجتماعي: ضمان وصول سكان الريف المحرومة إلى الخدمات البريدية وشبكات الاتصال والمعلومات.
- تطوير الشبكة الوطنية: تطوير شبكة اتصالات وطنية موثوقة مرتبطة بالطرق السريعة للمعلومات.
- تعزيز القطاع الاقتصادي: تعزيز البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية كقطاع اقتصادي أساسي لتنمية اقتصاد تنافسي، ومفتوح على العالم.

وتتمحور التوجهات الرئيسية للبرنامج الإصلاحي حول:

- إصلاح الإطار التشريعي والتنظيمي: لتأسيس هذا الإصلاح على أساس متين وشفاف.
- فصل التشغيل والتنظيم والسياسة القطاعية: من خلال تقسيم وزارة البريد والاتصالات MPT إلى شركة اتصالات وشركة بريدية وهيئة تنظيمية وإدارة وزارية مسؤولة عن سياسة القطاع والبريد والاتصالات.
- تحرير أسواق البريد والاتصالات: فتحها للمنافسة المتزايدة، وتعزيز مشاركة القطاع الخاص والاستثمار في هذه القطاعات.
- الحفاظ على الخدمة الشاملة: وتطويرها في جميع أنحاء الإقليم.

فيما يتعلق بمكتب البريد، وبفضل الإطار القانوني الجديد الذي وضع بإصدار القانون 03-2000 في أغسطس 2000 (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2000، صفحة المادة 01)، الذي ينص على القواعد العامة المتعلقة بمكتب البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، تم تكليف المؤسسة العامة ذات الطابع التجاري والصناعي (EPIC)، وهي بريد الجزائر، بأنشطة التشغيل اعتباراً من عام 2002، ووفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 02-43 الصادر في 14 يناير 2002 (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 02-43 المتضمن إنشاء "بريد الجزائر"، 2002، صفحة المادة 01)، وبناءً على هذا الإطار القانوني، تم فتح قطاعات محددة للمنافسة، مما سمح بتوسيع نطاق الخدمات وتنويعها لصالح المواطنين.

هذا الافتتاح أدى إلى ظهور أربعة مشغلين آخرين في مجال البريد السريع (EMS)، بما في ذلك المشغل العالمي (Fedex)، و(UPS)، (Chronopost)، (Champion Poste d'Algérie Poste)، بالإضافة إلى 40 مشغل بريد يعملون في قطاع التصريح البسيط، الذي يتعلق بالشحنات المنزلية بوزن تحدده اللوائح، واستمرت جهود تطوير وتحديث قطاع البريد من خلال مختلف برامج التطوير.

تم تحقيق البرامج التي تم تنفيذها الأهداف التالية:

- توسيع وتجديد وتحديث الشبكة البريدية: تم تعزيز البنية التحتية للبريد لتلبية احتياجات الخدمات البريدية وضمان توفير خدمات بريدية شاملة.
- حوسبة جميع عمليات مكتب البريد: تم تطبيق عمليات توجيه وتوزيع البريد باستخدام الرمز البريدي واحترام معايير العنونة لضمان التسليم السلس والدقيق للبعثات.
- إدخال الفرز التلقائي للبريد: تم تحسين عمليات الفرز بفضل تقنيات الفرز التلقائي لتحقيق كفاءة أكبر.
- نشر نظام بريد إلكتروني: تم تقديم نظام بريد إلكتروني لتحسين وتسهيل الاتصالات الإلكترونية.
- إنشاء نظام دفع إلكتروني: تم تحسين النظام المالي الوطني من خلال إدخال نظام دفع إلكتروني، مما سهل على المواطنين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، وذلك عن طريق نشر محطات دفع إلكترونية، تثبتت الموزعات الآلية للأوراق النقدية.

بالإضافة إلى ذلك وكجزء من جهود الترويج لتراث الطوابع، الذي يعكس التطور التاريخي والثقافي والمؤسسي والاجتماعي والاقتصادي للبلاد، تم في عام 2006م تصميم وإنتاج مجموعة مميزة من الطوابع من قبل مؤسسة البريد، وفي العام التالي، في عام 2007م، تم إصدار موسوعة عالية الجودة تضم ما يقارب من 1600 طابعاً تم تقسيمها إلى ستة مجلدات، صدر هذا العمل الفني الرائع بأربع لغات (العربية، والفرنسية، والإنجليزية، والإسبانية)، تمثل هذه

المجموعة المتنوعة من الطوابع تحفة فنية تعكس تنوع الثقافة الجزائرية وتراثها الغني، وإصدارها بلغات متعددة يسهم في تعزيز تفاعل الجماهير العالمية مع التاريخ والتراث الفني للجزائر.

2- تحديات تطوير الخدمات البريدية والمالية. (2015-2023)

بعد الاستقلال، وفي محاولة جديدة للتأثير على إرادة الجزائريين في بناء مؤسسات دولية ذات سيادة، لم يلتزم المحتل ببنود اتفاقية إيفيان، حيث كانت هذه الاتفاقية تهدف إلى ضمان التعاون التقني والمالي والاقتصادي خلال مرحلة الانتقال نحو بناء مؤسسات دولة جزائرية مستقلة.

في ظل البنية التحتية المهترئة للقطاع ونقص الوسائل والامكانيات اللوجستية، ظهر نقص حاد في التأطير لدى المؤسسات المكلفة بخدمات البريد والاتصالات خلال تلك الفترة، فعند مغادرة فرنسا للتراب الوطني، تركت وراءها عدداً ضئيلاً جداً من المختصين الأكفاء في هذا القطاع، حيث لم يتجاوز عددهم مفتشين اثنين (2) وعشرة (10) مراقبين تقنيين وخمسة عشر (15) عوناً تقنياً، نظراً لأن معظم مناصب التأطير في البريد والمواصلات كانت محتفظة للمعمرين الفرنسيين خلال الاستعمار (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2023).

لذلك كان من الضروري التحدي وضمان استمرارية الخدمات من خلال الاعتماد على مهارات أبناء الجزائر وعزمهم، لتمكين كل مواطن في كل ركن من تراب الوطن من الاستفادة من خدمات هذا القطاع الحيوي.

في مطلع عام 2000، وكما ذكرنا سابقاً بلغ عدد المكاتب البريدية 3310، ومنذ ذلك الحين تطورت الشبكة لتتجاوز حالياً 4200 مكتب بريدي، بما في ذلك 70 مكتباً بريدياً متنقلاً -سنتطرق له لاحقاً بنوع من التفصيل-، يستفيد من خدمات هذه المكاتب جميع المواطنين بصفة شاملة ومنصفة، سواء في المناطق الحضرية أو القرى، بالإضافة إلى ذلك يوجد 70 مركزاً لإيداع وتوزيع البريد بعد أن كان عددها 11 مركز عام 2000 م (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2023).

يدير هذه المنشآت حالياً 28 ألف عامل جزائري، ويبلغ معدل العمر لديهم 41 سنة، وتشكل النساء نسبة 35 بالمئة من هؤلاء العاملين، الذين يلعبون دوراً حيوياً في تقديم الخدمات البريدية وضمان توفرها بشكل فعال للمواطنين.

أما فيما يتعلق بفتح الحسابات الجارية البريدية، فقد كان يعتبر تقريباً حلمياً صعب المنال خلال فترة الاستعمار الفرنسي، ففي عام 1962، كان عدد الحسابات البريدية الجارية المفتوحة يُقدر بـ 150 ألف حساباً، وفي أعقاب استقلال الجزائر، وبالتحديد في عام 2000 كانت كما ذكرنا 5,4 مليون، زاد هذا العدد ليصل إلى أكثر من 18,5 مليون حساب في عام 2015، وبمذكرة دائنة بلغة 600 مليار دينار جزائري، وارتفعت عدد الحسابات الجارية إلى أكثر من 28 مليون عام 2023، حيث يملك 12 مليون من أصحابها بطاقة نقدية "الذهبية" حسب آخر تقرير في 31 أكتوبر 2023 الصادر عن وزارة البريد السلكية واللاسلكية، ويقومون من خلالها بإنجاز ما يقدر بـ 66 مليون عملية نقدية سنوياً (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2023).

يثمن قطاع البريد اليوم هذه الإنجازات ويُظهر التزامه وعهده بمواكبة مختلف التحديات والتطورات في الحياة المجتمعية.

يعمل قطاع البريد على تحسين نوعية الخدمات البريدية، وذلك من خلال:

- اقتناء وتشغيل 1600 جهاز موزع آلي للأوراق النقدية، حيث وصل عددها إلى 3012 جهازاً سنة 2023، مع تطوير حلٍ ذكي لتتبع استمرارية عملها من خلال تطبيقات وبرامج إلكترونية في الشبكة، تم بدء تنصيب 600 من هذه الأجهزة عام 2023، وذلك بهدف تحسين الخدمات المالية البريدية، وهذه الخطوة تعكس التزام القطاع بتحديث التكنولوجيا واعتماد حلول ذكية لتلبية احتياجات المواطنين بشكل فعال.
- مواصلة نشر الحلول الذكية المتعلقة بتسيير توافد المواطنين وتنظيم صفوف الانتظار أمام الشبائيك البريدية عبر 900 مكتب بريدي من خلال توفير أجهزة الأدوار الآلية.
- إعادة تأهيل 150 مكتب بريدي عبر الوطن خلال سنة 2022 تحسيناً لظروف تقديم الخدمة البريدية وتقريبها من المواطن.

يظهر التركيز على تطوير وتحسين خدمات قطاع البريد في الجزائر إشارة واضحة إلى التزام مؤسسة بريد الجزائر بتعزيز التضامن وتحسين جودة الحياة لجميع شرائح المجتمع، بما في ذلك فئة ذوي الاحتياجات الخاصة (أصحاب الهمم)، من خلال، رقمنة عملية سحب المنح الجزافية للتضامن وإتاحة إمكانية سحبها على مستوى أي مكتب بريدي، بعد أن كانت في السابق وبالتحديد قبل دخولها حيز التطبيق في عام 2023 كانت تتم بطريقة يدوية وعلى مستوى مكتب بريدي واحد محل الإقامة

أيضاً قام بريد الجزائر بتشجيع المحتويات الرقمية المحلية والخدمات عبر الإنترنت الموجهة لهذه الفئة، من خلال إطلاق مسابقة وطنية لتطوير برمجيات وتطبيقات الهاتف المحمول لفائدة الأشخاص ذوي الهمم. فيما يخص التوظيف تم استحداث 1891 منصب عمل إضافي في مجال الخدمات البريدية وهو ما يمثل ارتفاعاً بـ 6,31%، مقارنة بسنة 2020، حيث انتقل العدد الإجمالي لمناصب الشغل في مجال البريد من 29949 موظف سنة 2020 إلى 31840 في سنة 2021 (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2023).

الفَرْعُ الثاني: المهام المنوطة بمؤسسة بريد الجزائر.

استناداً إلى رؤيتها الشاملة لمفهوم الاستراتيجية، اعتمدت مؤسسة بريد الجزائر في تحديد استراتيجيتها على مجموعة من المحاور الرئيسية، وذلك لتذليل التحديات في سياق تطور الاتصالات وتقنيات النقل، تجسدت هذه المحاور في شقين اثنين، السعي الدائم نحو تحسين وتطوير البنية التحتية للقطاع، إلى جنب تقديم خدمات بريدية ومالية متقدمة تلبى احتياجات المجتمع.

أولاً: تطوير البنية التحتية للمؤسسة

استقبل وزير البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، السيد "كريم ببيي تريكي"، في يوم الخميس 21 سبتمبر 2023، بمقر الوزارة، السيد "بول نومبا أوم"، المدير الإقليمي لإدارة البيئة التحتية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بالبنك الدولي، الذي كان مرفوق بوفد هام من هذه المؤسسة الدولية (<https://www.mpt.gov.dz>, 2024).

تأتي هذه اللقاءات في إطار جهود الدولة الجزائرية لتطوير وتحسين البنية التحتية في قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، حيث تمحور لقاء الوزير مع المدير الإقليمي لإدارة البيئة التحتية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بالبنك الدولي، حول الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات وتوسيع وتحسين الخدمات الرقمية، بما في ذلك الولوج للإنترنت الثابت والنقال.

تعكس هذه الجهود التزام الحكومة بتعزيز التكنولوجيا وتحديث البنى التحتية لتلبية احتياجات المواطنين وتعزيز التنمية الشاملة، كما تعكس هذه اللقاءات السعي لتعزيز التعاون الدولي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

1- تكثيف، وتطوير ورقمنة شبكة البريد

تماشياً مع رؤيتها الواسعة والاهتمام بتأثيرها الاجتماعي والاقتصادي، نفذت "بريد الجزائر" استراتيجية دائمة لتعزيز وتوسيع شبكتها ورقمنتها، فاعتمدت على التكنولوجيا لتحسين جُل خدماتها، مما يتيح لها تلبية الاحتياجات المتنوعة للمجتمع، وبهذا تعكس "بريد الجزائر" التزامها بتعزيز مفهوم المواطنة¹، حيث تسعى جاهدة لتقديم خدمات شاملة² تلي احتياجات جميع شرائح المجتمع بكفاءة وفعالية.

وتولي "بريد الجزائر" اهتماماً خاصاً لتعزيز خدماتها في المناطق الحضرية الكبيرة، والمناطق الريفية النائية والمحرومة، وتتمثل أولويتها في إقامة نقاط بريدية جوارية لمواكبة التنمية الاقتصادية الشاملة التي تعمل عليها الدولة، وتتطلع "بريد الجزائر" إلى فتح مكاتب بريد في كل منطقة سكنية، بالإضافة إلى التوسع داخل المؤسسات الجامعية والمناطق العسكرية والبنى التحتية الرئيسية للنقل، مثل المطارات ومحطات السكك الحديدية، والمحطات البرية للنقل البري، بهدف تحسين توفير الخدمات البريدية لجميع فئات المجتمع.

ومن خلال جهودها المتواصلة لتعزيز خدماتها، تحتل "بريد الجزائر" ما يُعادل 32,9% من الشبكة البريدية الإفريقية، هذا يُظهر وجودها البارز في التقرير الأخير الذي تم نشره عام 2020، حيث تركز على تكثيف الشبكة البريدية وتحقيق تقدم اقتصادي في هذا القطاع (www.poste.dz, 2023).

أ- دعم وتطوير الشبكة البريدية

يُعتبر تعزيز وتحديث البنية التحتية للبريد من خلال تطوير ورقمنة شبكتها، أمراً مهماً لتحقيق استراتيجيتها، والذي جسّد من خلال زيادة عدد مكاتب البريد التي تُعبر عن مدى امتداد هذه الشبكة وكثافتها في جميع أنحاء الوطن، وهذا ما يعني أيضاً التزام المؤسسة بمبدأ تحقيق الخدمة الجوارية.

شهد العدد الإجمالي لمكاتب البريد نمواً مستمراً خلال الفترة الممتدة من بداية سنة 2020 إلى نهاية سنة 2021 حيث ارتفع من 4000 مكتب بريدي إلى 4106 مكتب، وواصل هذا النمو ليصل إلى 4280 مكتب بريدي نهاية سنة 2023، والجدول رقم (01-02) يوضح هذا النمو.

¹ المواطنة: تأتي كلمة "المواطنة" في اللغة العربية من الكلمة اللاتينية Civitas، وتقابل باللغة الإنجليزية بـ Citizenship، وباللغة الفرنسية بـ Citoyennete، حيث لم يشهد هذا المصطلح في اللغة العربية تعريفاً دقيقاً ينطبق على مفهوم المواطنة بذاته، ويأتي هذا المصطلح من الفعل "واطن" إذ يشير إلى العيش المشترك والمشاركة أو التفاعل بين أفراد يعيشون في وطن واحد (قداسي، 2024، صفحة 62).

² الخدمة الشاملة: يوفر القانون رقم 04-18 (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 04-18 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية، 2018، صفحة 16) تعريفاً للخدمة الشاملة للبريد، حيث يُعرفها على أنها "الحد الأدنى من الخدمات البريدية والمالية البريدية القاعدية المعروضة للجمهور وذات جودة محددة وبصفة مستمرة عبر كامل التراب الوطني بأسعار متاحة في ظل احترام مبادئ المساواة والديمومة والشمولية"، ويحدد المرسوم التنفيذي رقم 18-246 الصادر في 9 أكتوبر 2018 محتوى الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الالكترونية، بالإضافة إلى التعريفات المطبقة عليهما وآليات تمويلهما (الجريدة الرسمية الجزائرية، مرسوم تنفيذي رقم 18-246 المحدد لمحتوى ونوعية الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الالكترونية والتعريفات المطبقة عليهما وكيفية تمويلها، 2018).

الجدول رقم (01-02): مؤشرات تطور عدد مكاتب البريد وكثافتها

المؤشرات	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
عدد مكاتب البريد (بما فيها المكاتب المتنقلة)	3.824	3.907	4.000	4.057	4.106	4.189	4.257
عدد مكاتب البريد في الخدمة	3.743	3.811	3.862	3.984	4.055	4.143	4.170
عدد مكاتب البريد المتنقلة	-	-	-	39	65	65	89
عدد مكاتب البريد التي أعيد تأهيلها	314	545	279	143	149	234	47
عدد المكاتب المتصلة بالشبكة	3.743	3.811	3.862	3.984	4.055	4.143	4.170
الكثافة البريدية (سكان/مكتب بريد)*	11.035	11.005	10.975	11.004	10.965	10.933	11.032

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (<https://www.mpt.gov.dz>, 2024)

هذا النُمو المستمر في عدد مكاتب البريد يُبرز الجهود المستمرة التي تقوم بها مؤسسة البريد لتعزيز بنيتها التحتية وتوسيع توفير خدماتها، كما يعكس هذا الاستثمار في فتح المزيد من المكاتب البريدية تعزيز لمبدأ الخدمة الجوارية التي تنادي بها المؤسسة، إضافة إلى هذا يعتبر ربط هذه المكاتب بشبكة الإنترنت مسعى أخرى تحققه المؤسسة في سياق رقمنة القطاع، مما يسهم في مساهمة التطورات الواقعة في الساحة، وتلبية احتياجات وتوقعات المجتمع.

تظل الكثافة البريدية مستقرة نسبياً، وهو مؤشر على التوزيع الفعّال للمكاتب البريدية في المناطق المختلفة، حيث يُعدّ وجود مكتب بريدي لكل 11,032 نسمة من السكان إشارة إلى التواجد الراسخ لمكاتب البريد في خدمة المجتمع وتوفير خدمات البريد للمواطنين بشكل واسع وفعّال، على الرغم من الجهود المبذولة لتقليلها ولكن يُمكن تفسير ذلك جزئياً من خلال النُمو السكاني الكبير.

ب- تطوير وتعزيز البرامج والأنظمة وتأمينها

تحديث وتأمين أنظمة وبرامج البريد يُعتبر جزءاً حيوياً من استراتيجية مؤسسة البريد، ويتم تحقيق ذلك من خلال جملة من الخطوات:

- تحسين شبكة النفاذ لبروتوكول الإنترنت: يشير هذا إلى تعزيز أو تحسين الهيكلية التحتية لشبكة الاتصالات البريدية باستخدام بروتوكول الإنترنت (IP)، ويتضمن ذلك:
 - زيادة سعة الشبكة لتحسين كفاءة نقل البيانات؛

* الكثافة البريدية: تحدد معايير الاتحاد البريدي العالمي (UPU) أن يقدم مكتب بريدي واحد خدماته لـ 3000 إلى 6000 نسمة، يهدف ذلك إلى ضمان تقديم خدمات بريدية عالية الجودة وفعالة للمستفيدين من هذه الخدمات (سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2014).

- تحسين سرعة الاتصال لتقديم خدمات أسرع وفعالة؛
 - توسيع نطاق التغطية لتحسين توفر الاتصال في مناطق مختلفة.
 - تحويل شبكة X-25 إلى بروتوكول الإنترنت الخاص بشبكة المؤسسة: يرتبط هذا بتطوير شبكة (Netwok25)، وهي شبكة للاتصالات تستخدم في نقل البيانات والمعلومات، وتحويلها إلى شبكة أكثر أماناً وسرعة وهذا ما يتيح:
 - تعزيز مستوى الأمان لحماية البيانات والمعلومات المرسله والمستلمة؛
 - زيادة سرعة الاتصال وتحسين أداء الشبكة؛
 - توفير بيئة تشغيل أكثر فعالية واستجابة لتحديات التكنولوجيا الحديثة.
- هذه الخطوات تهدف إلى تحسين فعالية وسرعة الاتصالات وتعزيز مستوى الأمان لضمان نقل البيانات بشكل سلس وآمن في شبكة البريد.

ج- تحديث أنظمة الدفع المكثف

تحديث أنظمة الدفع المكثف في مجال الخدمات المالية البريدية، سواء كان ذلك فيما يتعلق بالحوالات الدولية أو حوالات النظام الداخلي، بالإضافة إلى الخدمات المتعلقة بالحسابات البريدية الجارية والحسابات المخصصة لخدمة صندوق التوفير الاحتياطي (CNEP)، حيث يتيح هذا التحديث التكنولوجي تنظيم التحويلات الإلكترونية للأجور وحوالات النظام المالي العالمي المعروف بالاختصار (IFS) بشكل أفضل، مما يعزز الكفاءة ويسرع عمليات الدفع، ويوفر تجربة أكثر فعالية.

د- تحديث وتعزيز عمليات البريد ونقل الأموال

تم تحديث وتعزيز عمليات توجيه البريد ونقل الأموال، في إطار المساعي الرامية لمؤسسة البريد لتعزيز وتحسين خدماتها، أمام تطلعات العملاء، ومن بين العناصر الرئيسية التي تمثل هذا التحديث نجد:

- توسيع شبكة الصناديق البريدية:
 - وذلك من خلال:
 - زيادة عدد الصناديق البريدية إلى حوالي 300 ألف صندوق.
 - توزيعها بشكل واسع عبر المكاتب البريدية.
- تقنية التتبع الإلكتروني:
 - استخدام 500 آلة تخليص ذكية لتعزيز عملية التتبع الإلكتروني.
 - توجيه هذه الآلات بشكل خاص في المؤسسات الحكومية.
- استحداث مراكز الفرز:
 - إنشاء ثمانية (8) مراكز جهوية للفرز
 - إنشاء ثلاثة (3) مراكز للطرود البريدية.
 - إنشاء (74) مركز متخصص في معالجة وتوزيع البريد.
 - مركز للفرز الوطني والدولي.
 - مركز للبريد الهجين

- مركز وطني لمعالجة الشكاوى.

- ستون (60) وصلة جوية لتوصيل البريد.

• فرع البريد الهجين:

- تسهيل حركة البريد للمؤسسات والشركات من خلال عملية الفرز الإلكتروني.

- تتبع ومعالجة البريد بدءاً من استلام الملف الإلكتروني حتى توزيعه.

• فرع المستغل البريدي (EMS Champion Post): وهي فرع تابع لبريد الجزائر لديه 15 وكالة موزعة على تراب

الوطن، يعمل على:

- تقديم خدمات البريد السريع على مستوى كامل تراب الوطن.

- تتبع الإرساليات الدولية عبر الإنترنت.

- أطلق خدمة Cash On Delivery، وهي خدمة تسمح بالدفع النقدي عند التسليم.

ه- تطوير خدمات الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية

توفر مؤسسة بريد الجزائر مجموعة من الخدمات المتاحة عبر تطبيقين على متاجر التطبيقات (Apple Store, Google Play)، تشمل هذه الخدمات تحديد مواقع مكاتب البريد والموزعات الآلية للنقود بسهولة، بالإضافة إلى توفير خدمات تتبع للإرساليات والطرود، يوفر التطبيق أيضاً آلية مبتكرة لحساب مختلف التعريفات المطبقة على مختلف خدمات بريد الجزائر.

2- تحقيق المساواة في فرص الوصول إلى الخدمات البريدية الحديثة

تسعى مؤسسة بريد الجزائر إلى تحديث وتعزيز عمليات توجيه البريد ونقل الأموال، ويعد ذلك جزءاً من أهدافها الاستراتيجية لتقديم خدماتها البريدية بشكل أكثر قرباً إلى المواطنين، ويتم تحقيق هذه الأهداف من خلال الاستفادة الفعالة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مما يمكن المواطنين من الوصول إلى الخدمات بشكل مادي أو إلكتروني. تتضمن الجهود المبذولة لتقريب الخدمات البريدية والمالية النقاط التالية:

- تشجيع فتح نقاط البيع الجوارية في المدن والأرياف.

- توسيع الوجود في محطات النقل البري والبحري والمطارات.

- تعزيز دور ساعي البريد ليصبح له دور فعال في تقديم الخدمات في مكان الإقامة.

- تعزيز استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال تثبيت أجهزة الصراف الآلي في المجمعات التجارية والأماكن العمومية، وكذلك تعميم العمل بنهايات الدفع (TPE).

في إطار تحديث التكنولوجيا، تعتمد المؤسسة على:

- توسيع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الأماكن العامة؛

- تعزيز مفاهيم الدفع الإلكتروني وتشجيع استخدامها؛

- تشجيع برنامج حوسبة مكاتب البريد لتحسين نوعية الخدمات والمنتجات البريدية والمالية بشكل آمن؛

- رقمنة العمليات المحاسبية اليومية والشهرية لتسهيل المراقبة من قبل الإدارة؛
- العمل على إنشاء نظام معلومات وطني لدعم اللامركزية في أنشطة المؤسسة.
- أما فيما يتعلق بالنشاط الأساسي لمؤسسة البريد، الذي يتضمن توصيل وتوزيع الرسائل والطرود، تتسم استراتيجية تطوير القطاع بالسعي للتقدم والانتقال من مجرد موزع للبريد إلى شريك أساسي وله تأثير كبير في قطاع التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال:
- تنفيذ حلول تكنولوجيا المعلومات لتتبع الرسائل وتحديد مواقعها بدقة؛
- الاستفادة من برمجيات التجارة الإلكترونية لتحسين عمليات توزيع الإرساليات والطرود المباعة عبر النت؛
- تعزيز رقمنة القطاع بشكل شامل، وتطوير البريد الهجين، خاصة من خلال توفير خدمات التصديق الإلكتروني الختم الزمني؛
- رقمنة العناوين وتوفيرها بشكل مباشر عبر الإنترنت، مما يسهل على العملاء والجهات الحكومية والقطاع الخاص الاستفادة منها.

3- ادخال نوع جديد من المكاتب البريدية (المكتب البريدي المتنقل)

تتمثل الخطوة الرئيسية في توظيف واسع النطاق لمركبات الوزن الثقيل المجهزة بجميع المعدات البريدية اللازمة، والتي تتمكن فقط من التنقل إلى المناطق الأكثر عزلة في البلاد، واستهداف التجمعات المختلفة للجمهور، مواطنين أو موظفين (الأسواق الكبيرة، الثكنات العسكرية، المستشفيات، مراكز الحماية المدنية، الشواطئ، ... إلخ)، حيث يهدف هذا التجنيد المقدم من قبل "بريد الجزائر" إلى تقديم خدمات عالية الجودة للمواطنين في محيط سكنهم أو عملهم أو تجمعهم.

هذا النهج الابتكاري يساهم في تعزيز الراحة والتواصل الفعال مع المواطنين خاصة في المناطق النائية، كما يعزز هذا النظام المتحرك أيضاً التواصل الرقمي وتقديم الخدمات الإلكترونية، حيث يُمكن للمواطنين العملاء إجراء جميع العمليات المالية البريدية عبر هذه المكاتب المتنقلة المربوطة بالإنترنت، مما يوفر لهم الوقت والجهد.

ومن المهم أن نشير إلى أن هذه المكاتب المتنقلة دخلت حيز الخدمة في 24 ماي 2020، وهو يقدم جميع الخدمات المالية والبريدية المتاحة في المكاتب البريدية الأخرى، كما يعتبر هذا المكتب المتنقل إنتاج محلي مائة بالمائة، حيث تم تصنيع الحافلة من قبل "المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية"، وتم تجهيزها كمكتب بريدي يحتوي على جميع التجهيزات العملية والأمنية، بالإضافة إلى اتصالها بشبكة الإنترنت عبر "الساتل وموبيكونيكت"، وتحتوي على ألواح شمسية لتوفير واستغلال الطاقة الشمسية.

وتأتي هذه الخطوة بالإضافة إلى ما سبق، لتوفير الراحة للعملاء الذين يتواجدون في المناطق النائية وتجنب عناء الانتقال إلى مكاتب البريد، وتعد هذه المبادرة الأولى من نوعها في أفريقيا، أما من الناحية الأمنية للمكتب، فهو يحتوي على نظام مضاد للاقتحام ومجهز بكاميرات المراقبة، مما يتيح له أداء مهام المكتب البريدي في جميع أنحاء البلاد، والجدول رقم (02-02) يوضح تطور عدد المكاتب المتنقلة خلال الأربع سنوات الماضية.

الجدول رقم (02-02): مؤشرات تطور عدد المكاتب البريدية المتنقلة

المؤشر	2020	2021	2022	2023
عدد المكاتب البريدية المتنقلة	39	65	65	89

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (<https://www.mpt.gov.dz>, 2024)

يعكس الجدول أعلاه، التطور والنمو الملحوظ في عدد المكاتب البريدية المتنقلة التي استحدثتها مؤسسة بريد الجزائر بين سنتي 2020 و2023، ومنذ سنة إطلاق هذا النوع من المكاتب والمؤسسة تعمل على زيادة عددها سنة بعد سنة، وهذا ما يبرز أهمية هذه المكاتب المتنقلة في تقديم الخدمات المنوطة بها.

4- عصريّة وتحسين خدمة البريد والطُرد

بجانب مؤسسة بريد الجزائر، يعمل متعاملون اقتصاديون ضمن نظام التصريح البسيط، الذي يُمكنه معالجة البريد السريع في حدود الأوزان المنصوص عليها في التنظيم (الوزن الذي يتجاوز 50 غرام)، كما يعملون أيضاً ضمن نظام الترخيص، الذي يسمح بجمع وترحيل وتوزيع الوثائق والطُرد البريدية الواردة أو الصادرة من وإلى الخارج بشكل فعال وسريع.

أ- خدمة البريد السريع EMS*

خدمة البريد السريع هي الخدمة البريدية الممتازة التي تتميز بخاصية فريدة تتجلى في معالجة إرساليات الوثائق والبضائع، بما في ذلك التوصيل والتوزيع في محل الإقامة، حيث تعتبر مؤسسة خدمة البريد السريع الشريك الحصري المعني بالجمع والتوزيع بناءً على النمط المستعجل، مغطية جميع الولايات وتوفر امتيازات عديدة، منها (www.poste.dz) (2023):

- التوزيع في أقل من 24 ساعة على مستوى 20 ولاية.
- أجال التوزيع في محل الإقامة تمتد بين 36 ساعة و96 ساعة لباقي الجهات في الجزائر، دون تكاليف إضافية.
- تسعيرة واحدة انطلاقاً من جميع الولايات نحو دول العالم.

تلي خدمة البريد السريع الاحتياجات الخاصة للمراسلات والوثائق والبضائع، مع توفير ميزات مثل السرعة والثقة والأمان، بالإضافة إلى تتبع الإرساليات إلكترونياً، تقدم الخدمة، بريداً سريعاً مخصصاً لكل زبون، مع نظام تتبع وإعلام موثوق للطُرد الدولية** (IPS-Track and trace).

تمتاز شبكة خدمة البريد السريع بالانتشار والكثافة، وتعتمد على لوجستيات قوية، وتضم روابط على الصعيدين الوطني والخارجي، كما يتيح النظام أيضاً أسعاراً تفضيلية وتسديداً مؤجلاً لقيمة الخدمة، مع جمع الإرساليات مجاناً من المقرر المحدد.

* البريد السريع (EMS): هي مؤسسة تابعة بنسبة 100% لبريد الجزائر، وهي مختصة في تقديم خدمات البريد السريع بمعايير عالمية، من خلال انضمامها إلى EMS Cooperative التابعة للاتحاد العالمي للبريد UPU، تلتزم EMS Champion Poste Algeria بالتقيد بالمعايير الدولية وتحقيق السرعة والموثوقية والأمان في تقديم خدماتها (2023, www.ems.dz).

** IPS : International Postal System.

ب- خدمة البريد الهجين

هي خدمة جديدة تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، تستند إلى معالجة البيانات بشكل إلكتروني مع توفير التسليم المادي لجميع الوثائق المرتبطة بهذه البيانات، مثل الاستدعاءات، وكشوف الرواتب، والفواتير... إلخ، تهدف هذه الخدمة إلى تحقيق توفير التكاليف وزيادة الكفاءة، وذلك من خلال الاستفادة من تعريف تنافسية وتسديد مؤجل. يعتمد نظام البريد الهجين على استغلال قاعدة تبادل البيانات، حيث يتم استلام البريد الصادر من طرف العملاء بشكل إلكتروني، ويتم طباعته ووضعه في الأظرف، وكذا التخليص الإلكتروني عليه (www.poste.dz, 2023).

تقدم هذه الخدمة الابتكار اللازم لتلبية احتياجات الشركات والإدارات والمؤسسات المالية، حيث يتيح هذا النهج المميز معالجة بريد المؤسسات بدءاً من استلام البيانات الإلكترونية وصولاً إلى توزيعها المادي بكفاءة عالية. هذه الخدمة موجهة أيضاً للمؤسسات البنكية، لتسيير طلباتها المتعلقة بصناعة دفاتر الصكوك الموحدة، وفقاً لمواصفات بنك الجزائر، حيث تشمل هذه الخدمة جميع مراحل العمل، ابتداءً من استلام البيانات الإلكترونية وصولاً إلى توزيعها المادي.

ث- خدمة التعقب والتتبع عبر الموقع الإلكتروني - Poste.dz

تيسر هذه الخدمة للعملاء تتبع الطريقة التي يتم بها معالجة إرسالياتهم من خلال الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر، باستخدام رقم الرمز الشريطي المخصص لكل إرسال، يسجل هذا الوصل الذي يمنح للعملاء عند إيداع أي إرسال مسجل، سواء كان في النظام الداخلي أو الدولي.

من خلال هذه الخدمة يمكن للعملاء من مراقبة إرسالياتهم ومتابعة تحركاتها ومسارها عبر الشبكة اللوجستية لبريد الجزائر، كما يعزز هذا النظام من تجربة العملاء ويوفر لهم الراحة والأمان في معرفة موقع وتقديم إرسالياتهم عند الحاجة، وذلك عبر استخدام التقنيات الحديثة والرقمية لتحسين خدمات متابعة الشحنات البريدية (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024).

ج- خدمة البريد الماكث

خدمة "البريد الماكث" هي خدمة تقدمها مؤسسة البريد، حيث يُتيح للعملاء، تلقي مراسلاتهم عبر مؤسسة بريدية من اختيارهم، ليقوم بعدها العميل بسحب مراسلته شخصياً من الشباك في المؤسسة البريدية المختارة مسبقاً، يتم تحصيل رسوم إضافية ثابتة على كل مادة يتم استلامها عبر هذه الخدمة، وتُجمع تلك الرسوم بالإضافة إلى تكلفة الخدمة (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024).

يُتاح للعملاء من خلال هذه الخدمة تحديد المكان الذي يروونه مناسباً لاستلام مراسلاتهم، مما يتيح لهم مرونة كبيرة في إدارة استلام البريد.

ح- خدمة البرقية الإلكترونية (برقيـ@تيك)

تم استحداث أسلوب خدمة البريد السريع (برقيـ@تيك) ليتناسب مع الطابع الحديث لإرسال البرقيات، حيث تم استبدال الأسلوب التقليدي بوسائل إلكترونية متطورة، يعتمد هذا النظام البريدي الحديث على إرسال البرقيات عبر

الإنترنت، ويتضمن العديد من الخدمات المبتكرة التي تجمع بين التكنولوجيا الرقمية والتوزيع المادي للبريد، وتشمل خدمات (برقيـ@تيك) العديد من الخيارات المتقدمة مثل البرقيات الاستعجالية والمتعددة، بالإضافة إلى خيارات أخرى مثل (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024):

- طلب تسليم البرقية الأصلية من الشباك؛
- إلغاء البرقية قبل الإرسال؛
- إلغاء قبل التوزيع من طرف المكتب المرسل إليه (طلب خطي)؛
- نسخة البرقية وإمكانية إرسال نسخة منها من طرف البريد مؤشر عليها؛
- إشعار الاستلام عند وصول البرقية.

يُمكن للمؤسسات البريدية المشاركة في هذه الخدمة الحديثة التفاعل مع العملاء بشكل فعال من خلال إرسال طلبات التسليم أو إلغاء قبل الإرسال بشكل إلكتروني، كما يتيح نظام (برقيـ@تيك) أيضاً للعملاء المستخدمين الحصول على نسخة إلكترونية معتمدة من البريد (مؤشر عليها)، ويدعم خدمة تسليم البرقيات يد بيد لتحسين تجربة الاستلام. هذا النظام البريدي الحديث يساهم في تطوير وتحسين عمليات إرسال وتوزيع البرقيات بكفاءة عالية مع تقديم خدمات عالية الجودة، أيضاً يوفر هذا النظام وسيلة فعالة ومتطورة للتواصل بين المؤسسات البريدية وعملائها، وذلك بشكل ينسجم مع تقنيات العصر الرقمي المواكبة للتطورات التكنولوجية.

خ- خدمة حفظ البريد الوارد للعملاء

تقدم مؤسسة البريد من خلال هذه الخدمة فرصة قيمة لعملائها الذين يحتاجون إلى الاحتفاظ ببريدهم بشكل آمن خلال فترات الغياب الطويلة أو لظروف خاصة، يُمكن للعملاء توجيه طلباتهم لحفظ إرسالياتهم في الموقع البريدي المحلي الخاص بهم، حيث يتم الاحتفاظ بالبريد بطريقة آمنة (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024).

مدة الاحتفاظ تصل إلى ثلاثة أشهر (3)، مما يمنح العملاء مرونة كبيرة لاستلام بريدهم في الوقت المناسب لهم، كما تشجع هذه الخدمة عملاء مؤسسة بريد الجزائر على الاستفادة من مزاياها لضمان استلام البريد بطريقة موثوقة وأمنة ومهما كان نوع البريد الوارد، دُون الحاجة إلى التواجد الدائم في مكان الإقامة، وتخدم هذه المزايا كثيراً العملاء كثيرو التنقل أو العاملين خارج مكان إقامتهم وبفترات طويلة أو العملاء الذين ينتقلون خارج الوطن.

تعكس هذه الخدمة الاهتمام بتلبية مختلف رغبات العملاء المستخدمين المتنوعة، مما يساهم كثيراً في تعزيز راحتهم وثقتهم من خلال خدمات بريد الجزائر، أيضاً يظهر السعي المستمر من طرف هذه المؤسسة لتقديم خدمات بريدية متطورة تلبي تطلعاتهم.

5- التعاون على الصعيد العالمي والعلاقات الخارجية لـ "بريد الجزائر"

قامت مؤسسة بريد الجزائر في السنوات الأخيرة الماضية بتوسيع نطاق نشاطاتها وتعزيز تواجدها على المستوى العالمي، سواء كان ذلك من خلال التفاعل في المنتديات الثنائية أو المشاركة الفعالة في الفعاليات المتعددة الأطراف، حيث استفادت المؤسسة من هذه التجارب الدولية لتحسين خدماتها وتوجيه عروضها وفقاً لأفضل المعايير العالمية في مجال البريد.

في سياق هذا النشاط العالمي، شاركت "بريد الجزائر" بفعالية في الاتحاد البريدي العالمي، حيث لعبت دوراً بارزاً في جميع مجالات النقاش واتخاذ القرارات، كما نظمت واستضافت الجلسة الـ 37 لمجلس إدارة الاتحاد البريدي الإفريقي في الجزائر، مساهمة بذلك في تعزيز التعاون وتبادل الخبرات في مجال البريد بين الدول الإفريقية (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

توسعت "بريد الجزائر" أيضاً في التعاون الإقليمي من خلال انضمامها إلى الاتحاد البريدي المتوسطي (UPMED)، في 26 نوفمبر 2018 من خلال الجمعية العامة غير العادية للاتحاد، أسفر على تصويت البلدان الأعضاء الـ 16 الحاضرة بالإجماع على انضمام "بريد الجزائر" إلى هذه المنظمة الإقليمية (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

من جهة أخرى، جرى الانضمام إلى التعاون العربي من خلال المشاركة في الفعاليات الخاصة باللجنة العربية الدائمة للبريد (CAPP)، مما يسمح بتوثيق التواصل وتعزيز الشراكات بين المتعاملين البريديين في العالم العربي. تعكس هذه المبادرات الدولية التزام "بريد الجزائر" بتحسين وتطوير خدماتها ومشاركتها الفعالة في تعزيز قطاع البريد والخدمات ذات الصلة على المستوى العالمي (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

ثانياً: تطوير الخدمات المالية والنقدية

تعمل مؤسسة بريد الجزائر جاهدة على تعزيز جودة الخدمات المالية والنقدية التي تقدمها لعملائها، حيث تبني استخدام التكنولوجيا الحديثة والبيانات البيومترية لتبسيط الإجراءات وتأمين المعاملات المالية، تشمل الجهود أيضاً تعزيز شبكة الشبائيك الآلية للنقود وتحسين عمليات توزيع الرسائل والحزم البريدية من خلال المعالجة الآلية، كل هذا يساهم في تعزيز تجربة العملاء داخل المكاتب البريدية بواسطة حلول مثل "الصندوق الذكي"، وتوفير مكاتب بريدية متنقلة وتحسين وسائل التكفل بانشغالات المواطنين، كما يشمل الاهتمام بتحسين التواصل مع العملاء من خلال مركز نداء "بريد الجزائر/3015" ونظام تسيير آلي خط الانتظار لتسريع الخدمات والقضاء على صفوف الانتظار في المكاتب البريدية (www.mpt.gov.dz, 2024).

تتجاوب مؤسسة بريد الجزائر مع احتياجات العملاء المواطنين وتطلعاتهم من خلال اتخاذ إجراءات حيوية تستهدف تحسين نوعية الخدمات المقدمة، يتمثل أحد أهم هذه الإجراءات في تطوير وتحديث الخدمات النقدية، حيث يتم التركيز على تسهيل العمليات المالية وجعلها أكثر أماناً من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات واستخدام البيانات البيومترية.

بالإضافة إلى ذلك يسعى بريد الجزائر إلى توسيع وتطوير شبكة الصراف الآلي، وذلك بهدف تحسين وتيسير عمليات السحب النقدي وتوفير وصول أسهل للخدمات المالية في مختلف المناطق من البلاد، فتعزيز شبكة الصراف الآلي يأتي كجزء من استراتيجية شاملة تهدف إلى توفير تجارب مالية فعالة وملزمة لعملائها.

أما في سياق التحول الرقمي، تقدم مؤسسة البريد الجزائري خدماتها أيضاً عبر الإنترنت، حيث يتم توفير خدمات مالية بريدية إلكترونية سهلة الوصول، سواء من أجل القيام بعمليات التجارة الإلكترونية أو تسديد الفواتير عبر منصة المؤسسة من خلال موقعها الإلكتروني، وهذا الذي يسمح للعملاء إجراء معاملاتهم بكل يسر وسهولة دون الحاجة إلى زيارة المكاتب البريدية بشكل مباشر، مع توفير الجهد والوقت والتكلفة.

1- تطوير الخدمات النقدية

في إطار تعزيز توسيع شبكتها وتحسين تقنياتها، اقتنت "بريد الجزائر" منصة نقدية حديثة تتفق مع المعايير الأمنية، حيث تشمل هذه المنصة مجموعة من الخدمات الإلكترونية، التي تُعتبر أحد أولويات السلطة العامة، وتهدف هذه الخطوة إلى تعزيز انتشار وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر بصفة عامة ومؤسسة بريد الجزائر بصفة خاصة، وذلك بغية تعزيز التكامل المالي، وتحقيق الفوائد الاقتصادية التي يُمكن أن تعود بها على الاقتصاد الوطني (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

موازا مع تكثيف شبكتها، تتسع هذه الخطوة لتعزيز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مُتعددة القنوات، من خلال تفعيل استخدام الآلات الأوتوماتيكية المتنوعة، مثل الشباك الآلي البنكي "GAB"، وأجهزة نهائيات الدفع الإلكتروني "TPE"، يتضمن هذا النهج الشمولي أيضاً إمكانية الدفع عبر الإنترنت واستخدام تطبيقات الهواتف الذكية، مما يسهم في تسهيل وتحسين عمليات التحول المالي والتسوق الإلكتروني (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

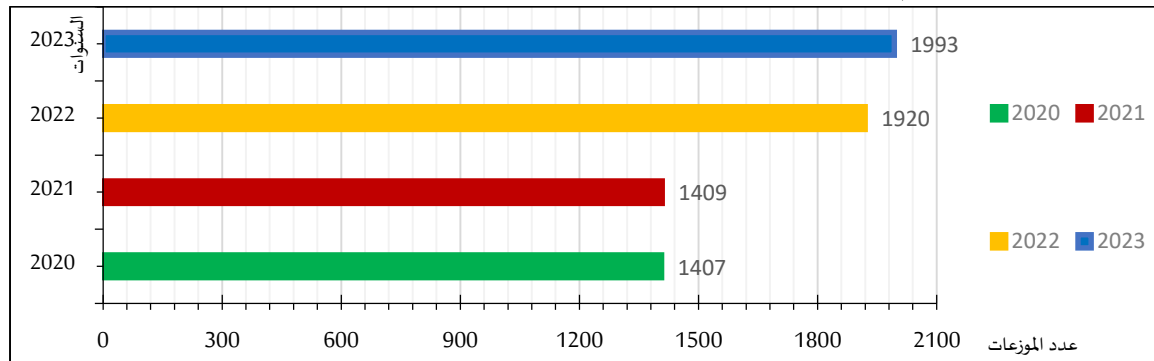
تبرز هذه الجهود كجزء من سياسات الحكومة لتطوير البنية التحتية المالية وتشجيع التقنيات الحديثة، وتعكس هذه المبادرات الرؤية الاستراتيجية لمؤسسة "بريد الجزائر" في دعم التحول الرقمي وتحفيز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لرفع من كفاءة النظام المالي وتحقيق التنمية المستدامة (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

2- شبكة الشباك الآلي البنكي - GAB

في سياق تطوير الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر، ويهدف تحسين جودة الخدمات المقدمة، يتطلع القطاع إلى زيادة عدد الشبائيك الآلية للنقود (GAB) إلى أكثر من 3400 شُباك بحلول نهاية 2024، يأتي هذا ضمن خطة البريد الرامية لتلبية احتياجات المستفيدين العملاء لها (www.mpt.gov.dz, 2024).

من جهة أخرى، في سياق تطوير الهيكل التحتي للبريد، تم إطلاق مشروع اقتناء 600 شُباك آلي للنقود خلال سنة 2022، مما أدى إلى زيادة نسبة 42% في الشبائيك الآلية للنقود، حيث وصل عددها إلى 1992 شُباك بحلول نهاية نوفمبر 2023، وفي سياق متصل لتعزيز تواجد البريد عبر الوطن، تم وضع 62 فضاء حر (Espace libre - GAB) للخدمات حيز الخدمة حتى نهاية نوفمبر 2023، موزعة عبر التراب الوطني، كل هذا يعكس التزام البريد بتحسين التغطية الجغرافية وتوفير خدماته للمواطنين العملاء في كافة المناطق (www.mpt.gov.dz, 2024).

الشكل رقم (01-02): مؤشرات تطور عدد الشبائيك الآلية البنكية لبريد الجزائر



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (www.mpt.gov.dz, 2024)

بناءً على الأرقام المقدمة في البيان أعلاه، يُمكن تقديم النسب المئوية لتغيير عدد الشبائيك الآلية لمؤسسة "بريد الجزائر" على النحو التالي:

- (2021-2020) زيادة بنسبة 0.14% في عام 2021: هذه الزيادة الطفيفة تشير إلى استمرارية النمو وربما تكون نتيجة لتحسينات طفيفة في البنية التحتية أو زيادة في الطلب على الخدمات.
- (2022-2021) زيادة بنسبة 36.13% في عام 2022: هذه الزيادة الكبيرة تؤكد ضخامة وحجم الاستثمارات الكبيرة لمؤسسة "بريد الجزائر" في توسيع شبكة الصراف الآلي، أيضاً تبرز مدى تنفيذ خطط التوسيع وإضافة خدمات جديدة للمؤسسة.
- (2023-2022) زيادة بنسبة 3.70% في عام 2023: هذه الزيادة تشير إلى استمرار النمو، ونتيجة الالتزام بتحسين الخدمات وتوفير راحة أكبر للمستخدمين العملاء لمؤسسة "بريد الجزائر".

في المجمل تعكس هذه النسب المئوية التزام "بريد الجزائر" بالتحسين المستمر وتوسيع البنية التحتية لتلبية احتياجات المستخدمين وتعزيز التحول الرقمي في مجال البريد والخدمات المالية البريدية.

4- تقديم الخدمات عبر الإنترنت (عن بعد).

في ظل التحولات والتطورات المتسارعة التي تميز شتى جوانب الحياة العصرية مثل الدراسة، والعمل، والتنقل، والعلاج، والتسوق، والترفيه، يتطلب الوقوف عند حاجات الفرد إلى ابتكار أدوات ووسائل تلبي متطلبات المرونة، والسرعة، والاستجابة الفورية، كما يتعين أن تكون هذه الأدوات قادرة على تحقيق التوازن بين تلبية الاحتياجات الشخصية والاجتماعية، والامتثال لمعايير الأمان، والسلامة، والموثوقية.

وتفاعلاً مع هذه التغيرات والتطلعات المتزايدة للمواطنين الذين عاشوا في زمن انتشار واسع لتكنولوجيا الاتصال وسيطروا على استخدماتها، واكتسبوا دوراً فاعلاً في البيئة الرقمية، وأصبحوا أكثر طلباً وتعاطفت لديهم معايير الجودة في تلقي الخدمات، اعتمدت الحكومة في مخطط عملها تجسيدا للالتزامات رئيس الجمهورية في تحقيق التحول الرقمي، وفي الفصل الثاني منه والمعنون بـ "من أجل إنعاش وتجديد اقتصاديين"، اعتمدت مقارنة متكاملة لعصرنة النظام المصرفي والمالي، مستندة إلى أربع محاور رئيسية (www.mpt.gov.dz, 2024):

- تطوير المنشآت الأساسية لدعم تكنولوجيات الإعلام والاتصال: يركز هذا المحور على تعزيز وتطوير البنية التحتية الرقمية لدعم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مما يساهم في تحسين توفر الخدمات وفتح أفق جديدة لاستخدامات التكنولوجيا.
- تحسين الشمول المالي: يتناول هذا المحور توسيع نطاق الشمول المالي من خلال إشراك الشبكة البريدية بشكل أوسع في تقديم الخدمات المالية، مما يعزز فرص الوصول لجميع الخدمات المالية.
- التعجيل بعصرنة أنظمة الدفع الإلكتروني وتخفيف اللجوء للسيولة النقدية: يسعى هذا المحور إلى تسريع تحول أنظمة الدفع نحو التقنيات الإلكترونية، مما يقلل من الاعتماد على النقد ويعزز استخدام الحلول الرقمية.
- تشجيع التجارة الإلكترونية: يهدف هذا المحور إلى تعزيز التجارة الإلكترونية، مما يعزز النشاط الاقتصادي ويفتح أفقاً جديداً للتبادل التجاري عبر الإنترنت.

في سياق قطاع البريد، وعلى غرار الأطراف الأخرى المشاركة في مقارنة ديناميكية لتعزيز النظام البيئي (Ecosystème) وتطوير الدفع الإلكتروني وتعزيز الشمول المالي، يظهر هذا القطاع بمساهمته الواضحة التي تتجلى في النقاط التالية:

- توسيع الشبكة: تمثل مكاتب البريد البالغ عددها 4311 مكتباً مع نهاية شهر أوت 2024، سواء كانت ثابتة أو متنقلة، في جميع أرجاء الوطن قناة هامة لتقديم الخدمات المالية وتسهيل التدفقات المالية، وتسعى مؤسسة بريد الجزائر إلى تحسين الشمول المالي من خلال توفير التجهيزات والحلول العملية التي تعزز هذا الهدف (www.mpt.gov.dz, 2024).
- فيما يتعلق بالتجهيزات: يتواصل دعم الشبكة البريدية بالشبائيك الآلية، مع استمرار فتح فضاءات الخدمات الحرة عبر هذه الشبائيك، ويتم تعميم هذه العملية عبر مختلف الولايات، كما تعتبر وحدة شخصنة البطاقة النقدية الذهبية جزءاً من استراتيجية تحسين الشمول المالي، حيث ارتفع عدد بطاقات الدفع الإلكتروني إلى أكثر من 13,17 مليون بطاقة حالياً خلال السداسي الأول من سنة 2024، مقارنة بستة (6) ملايين بطاقة في عام 2020.
- فيما يتعلق بالحلول والتطبيقات: يقدم تطبيق "بريدي موب" عبر منصة بريد الجزائر النقدية مجموعة من الخدمات المالية السريعة والمؤمنة للمواطنين، مما يساهم في توفير الوقت وتقليل التنقلات وحجم السيولة المالية المتداولة، كما تعكف مؤسسة بريد الجزائر على نشر تجربتها الرائدة في مجال الدفع الإلكتروني باستخدام الهواتف الذكية من خلال رمز الاستجابة السريع (QR Code).

تأخذ مساهمة قطاع البريد في مقارنة تطوير الدفع الإلكتروني ودعم الشمول المالي طابعاً تشاركياً وتنسيقياً، حيث يقوم على تعاقد الموارد والطاقت مع باقي الفاعلين في مجال الشمول المالي، ويتضمن ذلك التعاون مجموعة قطاعات وزارية وهيئات ومؤسسات عامة، بالإضافة إلى التفاعل مع المتعاملين ذوي الصفة الخاصة ورواد الأعمال وأصحاب المؤسسات الناشئة، حيث أبرمت المؤسسات المنضوية تحت وصية وإشراف القطاع، عديد الاتفاقيات الرامية إلى تشجيع استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وتقوية التفاعلات بين هؤلاء المتدخلين، ومن بينها على سبيل الاستدلال نذكر:

- تمت بين مؤسسة بريد الجزائر وتجمع النقد الآلي وشركة النقد الآلي اتفاقيات هامة، منها الاتفاقية المبرمة في عام 2020 بين بريد الجزائر وشركة "ساتيم" لتشغيل البيني - تم التطرق لها سابقاً -، الذي ساهم في تفعيل التفاعل بين المنصتين النقدية للشبكتين البريدية والبنكية، هذا الاتفاق سمح لحاملي البطاقات النقدية "الذهبية" والبطاقات البنكية بالاستفادة من خدمات الصراف الآلي لمكاتب البريد والوكالات البنكية عبر الوطن بشكل متكامل، مع توفير معايير السلامة والفعالية المطلوبة وإمكانية استخدام نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE) في التعاملات التجارية.

- وفي عام 2021، تم توقيع اتفاقية ثنائية لتعميم خدمة الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت، مما أكمل حلقة التشغيل البيني لنظام الدفع الإلكتروني للمنصتين النقدية والبنكية، وجعل خدمة الدفع عبر الإنترنت متاحة لحاملي البطاقات النقدية بشكل شامل.

- وفي سياق التعاون مع قطاعات أخرى، أبرم البريد اتفاقيات مع قطاع التربية الوطنية والتعليم العالي والبحث العلمي، هذه الاتفاقيات تمكن أولياء التلاميذ من تسديد حقوق التسجيل عبر الإنترنت أيضاً.

تُجسد هذه المبادرات النجاح من خلال إجراء أكثر من 2,4 مليون معاملة على منصة الدّفع الإلكتروني لبريد الجزائر خلال السنة الدراسية 2023-2024، وبفضل هذه الجهود المبذولة، من المتوقع أن يصل عدد عمليات الدّفع الإلكتروني إلى حوالي 66 مليون عملية مع بداية عام 2024، مقارنة بأقل من خمسة (5) مليون عملية في عام 2020.

ومن بين الخدمات التي أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر في إطار استراتيجياتها الرامية لرقمنة القطاع وتشجيع التعاملات عن بعد نجد:

- خِدْمَةُ الدّفع الجوّاري عبر رمز الاستجابة السّريع الثابت "بريدي باي": تعتبر خِدْمَةُ الدّفع الجوّاري عن طريق رمز الاستجابة السّريع "بريدي باي" وسيلة حديثة وبسيطة لعمليات التسديد، تتميز بالأمان نظراً لاستخدام تقنية قراءة الرمز الشريطي ثنائي الأبعاد، المعروفة برمز الاستجابة السّريعة (QR Code) تكون هذه الخِدْمَةُ متاحة عبر تطبيق "بريدي موب"، مما يسمح بتنفيذ عمليات الدّفع على مدار الساعة وطول أيام الأسبوع (بريد الجزائر، 2020، صفحة 4).

تستهدف هذه الخِدْمَةُ وبشكل حصري العملاء الذين يحملون بطاقة نقدية للبريد "البطاقة الذهبية"، وتتيح إمكانية الدّفع دون الحاجة للاتصال المباشر بالتاجر، حيث يتم ذلك من خلال مسح رمز الاستجابة السّريع الذي يتم توفيره للتاجر، مما يسمح للعميل بتحويل المبلغ من حسابه إلى حساب التاجر.

وهناك نوعان من هذه الرمز يصدرها بريد الجزائر (بريد الجزائر، 2020، صفحة 5):

النوع الأول: إصدار رمز الاستجابة السّريع على شكل رمز ثابت: وهو الرمز المطبوع والمعرض لدى التاجر، إذ يستند مبدأ الدّفع عبر رمز الاستجابة السّريع الثابت على إصدار هذا الرمز (أو عدة رموز) لفائدة التاجر.

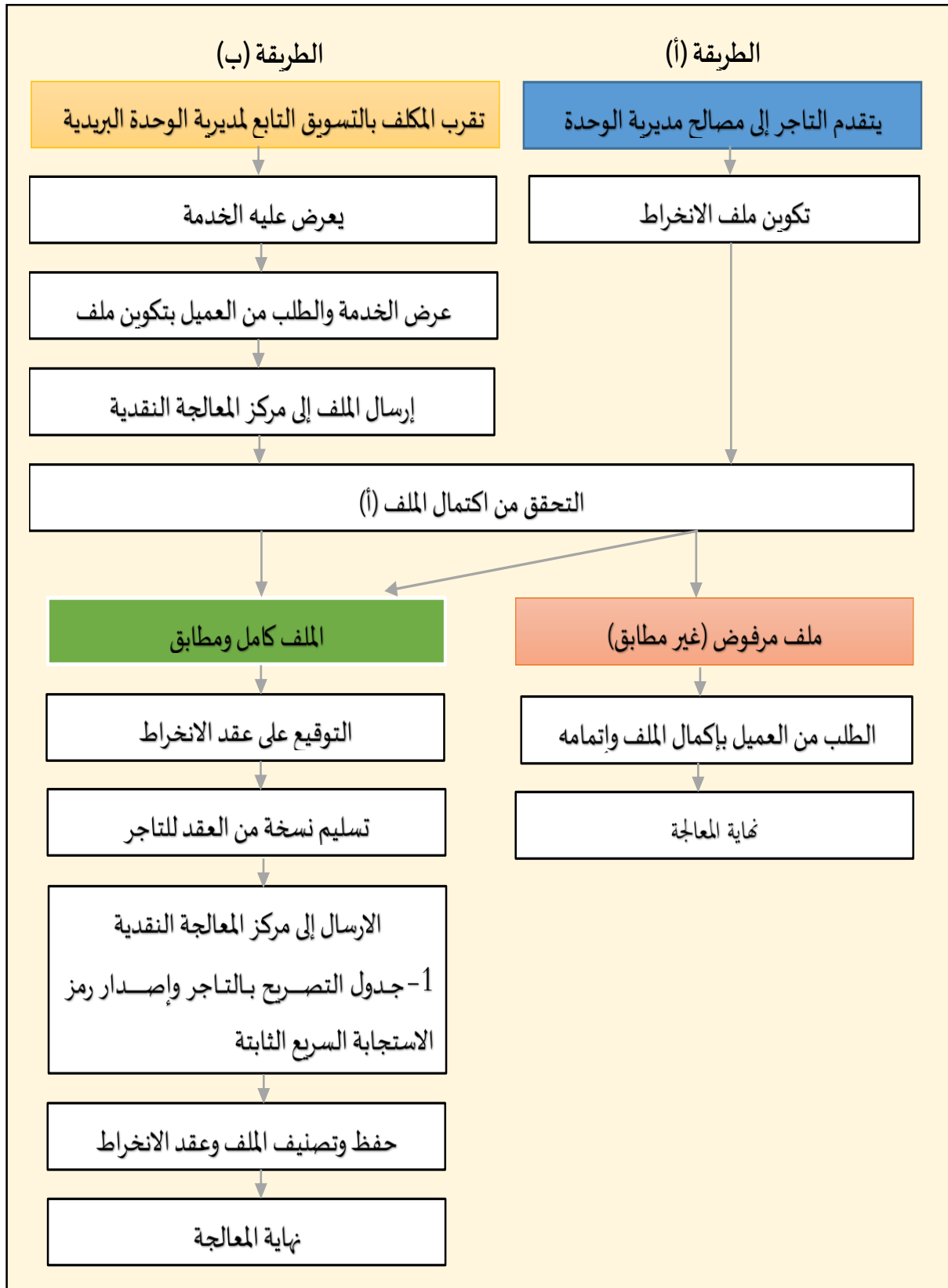
النوع الثاني: إصدار نوعين اثنين من رموز الاستجابة السّريع هما:

- رمز الاستجابة السّريع دون مبلغ محدد ثابت: يتضمن رمز الاستجابة السّريع هذا البيانات الخاصة بالتاجر فقط وهي رقم تعريفه ورقم حسابه الجاري البريدي، حيث في هذه الحالة ولإنجاز عملية التسديد عقب اقتناء منتج أو أداء خِدْمَةُ لدى التاجر المنخرط في هذه الخِدْمَةُ، يتعين على العميل إجراء عملية مسح الرمز وكذا تدوين المبلغ بدقة في تطبيق الهاتف النقال "بريدي موب".

- رمز الاستجابة السّريع بمبلغ محدد ثابت: فضلا عن البيانات الخاصة بالتاجر يتضمن رمز الاستجابة السّريع هذا السعر الثابت للمنتج أو للخِدْمَةُ، حيث في هذه الحالة ولإنجاز عملية التسديد عقب اقتناء المنتج أو أداء خِدْمَةُ لدى التاجر المنخرط في هذه الخِدْمَةُ، يتعين على العميل إجراء مسح للرمز فقط دون تدوين المبلغ.

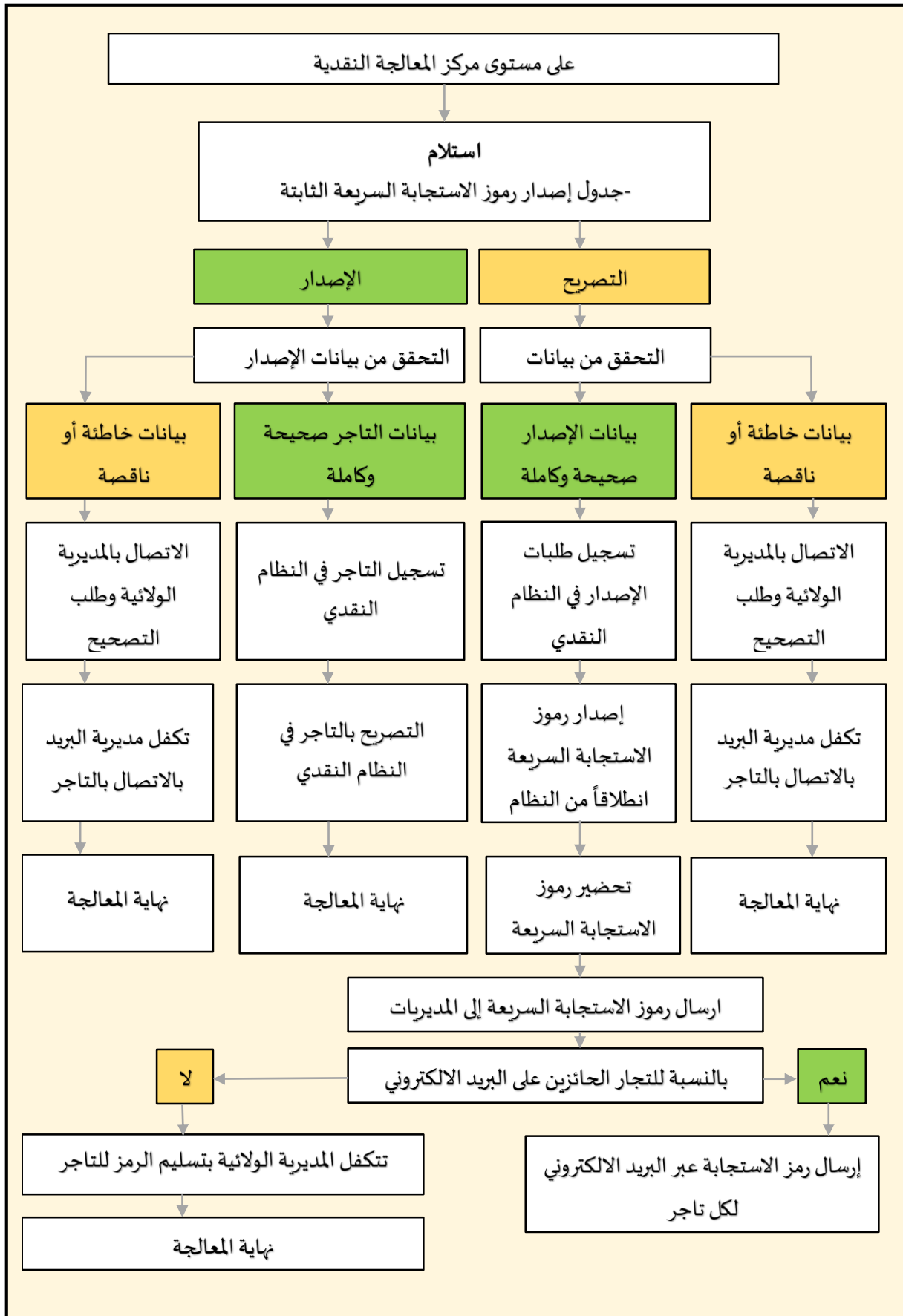
هذه الخِدْمَةُ تعتبر إضافة هامة لتسهيل عمليات الدّفع وتعزيز الراحة والأمان للعملاء، يُشير أيضاً توفر هذه الخِدْمَةُ على مدار الأسبوع وطيلة اليوم إلى التفاعل السلس والفوري الذي يُمكن للعملاء الاستمتاع به أثناء استخدام تطبيق "بريدي موب"، والشكل رقم (02-02) و(03-02)، يوضح خطوات الاستفادة من هذه الخِدْمَةُ لدى مؤسسة بريد الجزائر.

الشكل رقم (02-02): خطوات استقبال وتوقيع عقود الانخراط للتاجر في خدمة "بريدي باي"



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (بريد الجزائر، 2020، صفحة 15)

الشكل رقم (02-03): التصريح بالتاجر وإصدار رموز الاستجابة السريعة الثابتة في النظام النقدي



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (بريد الجزائر، 2020، صفحة 16)

- خدمة التطبيق الهاتفي بريدي موب (BaridiMob): هو تطبيق رائد للهواتف المحمولة أطلقته مؤسسة بريد الجزائر، ويعتبر حلاً مبتكراً يتجاوب مع التطورات الرقمية الحديثة، حيث تم تصميم هذا التطبيق لتوفير راحة وكفاءة المستخدمين العملاء للمؤسسة، يتميز بالموثوقية في إدارة المعاملات المالية عبر الهواتف الذكية، كما يتيح "بريدي موب" للعملاء الوصول إلى خدمات متنوعة بسهولة وراحة، مما يساعدهم على توفير الوقت والجهد في إنجاز مختلف معاملاتهم البريدية والمالية، دون الحاجة للتنقل إلى مكاتب البريد (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024).
- "بريدي موب" يعتبر جزءاً من استراتيجية مؤسسة بريد الجزائر لتحديث ورقمنة خدماتها وتسهيل العمليات المالية على المتعاملين معها، ويتميز أيضاً هذا التطبيق بواجهة سهلة الاستخدام وتصميم مبسط، كما يقدم ميزات أمان عالية لحماية بيانات المستخدم وتأمين المعاملات المالية.
- تقدم هذه الخدمة من خلال هذا التطبيق مجموعة متنوعة وشاملة من الخدمات لتسهيل المعاملات المالية والتجارية للمستخدمين، ومن بين الخدمات نذكر (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023):
- الاطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري: يُمكن للمستخدمين متابعة رصيدهم البريدي الحالي بكل سهولة من خلا هذا التطبيق؛
- الحصول على كشف العمليات العشرة الأخيرة للحساب: يتيح التطبيق معرفة آخر العمليات التي تمت باستخدام البطاقة "الذهبية"؛
- طلب معرّضة أو الافراج عن البطاقة "الذهبية" الإلكترونيّة: يُمكن للمستخدمين طلب حجب أو الغاء حجب البطاقة "الذهبية" الخاصة بهم؛
- إجراء التحويلات المالية: يتيح التطبيق للمستخدمين نقل الأموال من حسابهم إلى حسابات أخرى؛
- السحب بدُون بطاقة "الذهبية": إمكانية إجراء عمليات سحب نقدية بدُون الحاجة إلى البطاقة؛
- تحديد الموقع الجغرافي للصراف الآلي والمنشآت البريدية: يتيح التطبيق من خلال هذه الخاصية معرفة أماكن تواجد الصراف الآلي ومكاتب البريد عبر خاصية تحديد الموقع؛
- استغلال خدمة رمز الاستجابة (QR) مع خدمة بريدي باي: إمكانية الدّفع عبر خدمة "بريدي باي" باستخدام رمز الاستجابة السريع (QR)؛
- تسير البطاقة "الذهبية": يتيح للمستخدمين إدارة وتكوين إعدادات بطاقتهم "الذهبية"؛
- إعادة تفعيل البطاقة بعد تجميدها: إمكانية إعادة تشغيل البطاقة بعد تجميدها بناءً على طلب العميل؛
- تعبئة رصيد الهاتف والإنترنت: إمكانية شحن رصيد الهواتف المحمولة وخدمات الإنترنت لجميع المتعاملين المحليين؛
- دفع فواتير الخدمات العامة: يتيح للمستخدمين سداد فواتير الكهرباء والمياه والغاز وفقاً لاحتياجاتهم.

المطلب الثاني: الإطار القانوني لمؤسسة بريد الجزائر

حركت المؤثرات الداخلية والدولية بأشكالها المتنوعة المسؤولين الجزائريين إلى إعادة النظر في الإطار التشريعي الذي ينظم قطاع البريد، وقد استوحوا سياستهم الجديدة من التحولات الحديثة التي شهدتها دول العالم، خاصة بعد فشل سياسة الاحتكار التي اعتمدتها الدولة لمعظم الخدمات، بما في ذلك قطاع البريد، فتجسدت نيتهم في تحويل الحكومة الجزائرية من سياسة مركزية تستند إلى تنظيم وإطار موحد لقطاعين مختلفين من حيث الهدف والمجال (البريد والمواصلات) إلى الفصل بينهما، حيث يصبح كل قطاع مستقلاً عن الآخر.

وقد أقرت الحكومة الجزائرية هذا الاتجاه في مشروع برنامجها المسطر عام 1997، حيث تم التأكيد على تفريق البريد والمواصلات، بالإضافة إلى إلغاء القانون الصادر عام 1975 الخاص بالبريد والمواصلات، وفي برنامج الحكومة الذي تم المصادقة عليه في 24 يناير 2000، اعتمدت إصلاحات عميقة في مجال البريد والمواصلات بهدف تنظيم الدولة الجزائرية وجعلها جزءاً من المجتمع العالمي في القرن الواحد والعشرين، وأُستند في عرض الأسباب لمشروع القانون الذي يحدد القواعد العامة للبريد والمواصلات، أن هذا المشروع يهدف إلى مراجعة الإطار القانوني لتحقيق أهداف محددة فيما يتعلق بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من قبل الوزارة، وكانت أبرز الأهداف التالية:

- إعادة توجيه دور الدولة نحو مهام السلطة العمومية والتنظيم؛
- إقامة إطار قانوني يُمكن من استغلال سوق البريد والمواصلات من قبل متعاملين آخرين؛
- ضمان تقديم خدمة عامة في جميع أرجاء الوطن، بغض النظر عن الجهة التي تدير هذه الخدمات.

بناءً على المادة (12) من القانون رقم 03-2000 الذي يحدد القواعد العامة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تم تحويل نشاط استغلال البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية التي كانت تُمارَس من قبل وزارة البريد والمواصلات إلى مؤسسة "بريد الجزائر"، حيث اتسم دور هذه المؤسسة بالأهمية في القطاع الاقتصادي، باعتباره مرفقاً حساساً للدولة.

تلعب "بريد الجزائر" دوراً بارزاً كوكيل عام ذي طابع صناعي وتجاري في مجال البريد، وتعتبر واحدة من الكيانات التي تنشط في القطاع، فبعد بروز هذه المؤسسة حلت محل الدور الذي كانت تقوم به الدولة سابقاً، وتحمل مسؤولية السهر على متابعة تقديم الخدمة ومواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة.

الفرع الأول: مؤسسة بريد الجزائر باعتبارها مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري صناعي

ظهرت المؤسسة العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري ككيان متميز عن المؤسسة العامة الإدارية، ففي حقبة الدولة الليبرالية، كانت الدولة تقتصر على القيام بالوظائف الإدارية وحفظ النظام، دون التدخل في الحياة الاقتصادية المتروكة للمبادرة الخاصة، وإنشاء المؤسسات العامة الإدارية كان كافياً لتحمل مهام الدولة الليبرالية التقليدية.

ومع التقدم الاقتصادي والاجتماعي، خاصة بعد أحداث الأزمة الاقتصادية لعام 1929 والحرب العالمية الثانية، دفعت الدولة الليبرالية نحو التدخل وممارسة نشاط ذي طابع صناعي وتجاري، فأصبح واضحاً أن صيغة المؤسسة العامة الإدارية لم تعد تلبي تلك المهمة الجديدة، أي مهمة المشاركة في اقتصاد السوق، تم تطوير المؤسسة العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري في هذا السياق، والتي يُمكن اعتبار ولادتها إن صح التعبير، بداية لما يُشار إليه عادة بأزمة المرفق العام*.

تقوم المؤسسة العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري بممارسة نشاطات ذات طبيعة خاصة، حيث تدير نفسها كمؤسسة خاصة، على الرغم من أنها تُعتبر هيئة عامة، وبالتالي تُظهر تشابهات مع المؤسسة العامة الإدارية في بعض الجوانب، بينما تختلف في جوانب أخرى، والجدول رقم (02-03) يوضح أوجه التشابه والاختلاف بين المؤسستين.

الجدول رقم (02-03): أوجه التشابه والاختلاف بين المؤسسة الإدارية والمؤسسة الصناعية والتجارية العامتين

الخصائص	المؤسسة العامة الإدارية	المؤسسة العامة الصناعية والتجارية
نوع النشاط	غير تجاري وغير مربح، تسيير مرفق عام	صناعي أو تجاري ومربح، تسيير مرفق عام
تنظيم	تنظيم بنص تشريعي أو تنظيمي	تنظيم بنص تشريعي أو تنظيمي
الشخصية الاعتبارية	للقانون العام	للقانون العام
الامتيازات	للسلطة العامة	للسلطة العامة
القوانين المطبقة	قواعد القانون العام	القانون العام والقانون الخاص (التجاري)
طبيعة العقود	إدارية	تعاقدية
التمويل	جزء من ميزانية الدولة	مستقلة كلياً وتخضع لقواعد المحاسبة التجارية
المنازعات	إدارية	مختلطة (قانون عام وقانون خاص)

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (عيسى، 1984، الصفحات 21-30)، (الطموي، 1979، الصفحات 54-66)

من النقاط التي تضمنها الجدول أعلاه، يكشف لنا عن تشابهات واختلافات بين المؤسسة العامة الإدارية والمؤسسة العامة الصناعية والتجارية، فالملحوظ أن المؤسستين يقومان بتسيير مرفق عام وتحتاجان إلى إحداث وتنظيم بنص تشريعي، يتمتعان أيضاً بالشخصية الاعتبارية وتتمتعان بامتيازات السلطة العامة، ومع ذلك يظهر الاختلاف في طبيعة

* أزمة المرفق العام: تُعبر عن تحولات في فهم الدور التقليدي للمؤسسات الحكومية في مجتمعات معينة، خاصة في فرنسا خلال القرن العشرين، تُمثلت هذه الأزمة في تغيير دور الدولة من حارس تقليدي إلى مُتدخل في الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، مما أدى إلى ظهور مرافق عمومية جديدة تمارس أنشطة صناعية وتجارية. نشأت جدالات حول تصنيف هذه المرافق وكيفية التعامل معها قضائياً. جاء حكم محكمة تنازع الاختصاص الفرنسية في عام 1921 فاصلاً في فض هذه الجدالات، وتُعد هذه الأزمة جزءاً من التحولات الأوسع في الدور الحكومي والمرافق العمومية في العصور الحديثة (François, 1979, pp. 170-189).

النشاط؛ فالمؤسسة الإدارية تمارس نشاطاً غير تجاري وغير مربح، في حين تقوم المؤسسة العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري بأنشطة صناعية وتجارية مربحة.

بالإضافة إلى ذلك تخضع المؤسسة العامة الإدارية لقواعد القانون العام وتتعامل مع عقود إدارية، بينما المؤسسة العامة الصناعية والتجارية تخضع لقواعد القانون العام والقانون الخاص (التجاري)، وتتعامل مع عقود تعاقدية، أيضاً بالنسبة لميزانية المؤسسة العامة الإدارية جزء من ميزانية الدولة، بينما ميزانية المؤسسة العامة الصناعية والتجارية مستقلة وتتبع قواعد المحاسبة التجارية.

أخيراً، فيما يتعلق بالمنازعات، تكون منازعات المؤسسة العامة الإدارية بشكل أساسي إدارية، بينما تكون منازعات المؤسسة العامة الصناعية والتجارية مختلطة، حيث تتداول بين قواعد القانون العام والقانون الخاص.

عند استعراضنا للقانون رقم 88-01 الذي يتعلق بالهيكل العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري، والمتضمن في القسم الأول المخصص للهيئات العمومية، نجد تعريفاً لهذا النوع من المؤسسات في المادة 44، وجاء نص المادة على أنه "عندما تتمكن هيئة عمومية من تمويل أعبائها الاستغلالية جزئياً أو كلياً عن طريق عائد بيع إنتاج تجاري ينتج طبقاً لتعريف معد مسبقاً ولدفتر الشروط العامة الذي يحدد الأعباء والتقييدات التي تعود على عاتق الهيئة، والحقوق والصلاحيات المرتبطة بها، وكذا عند الاقتضاء حقوق وواجبات المستعملين، فإنها تأخذ تسمية هيئة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 88-01 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، 1988).

من خلال قراءتنا لهذه المادة، يظهر أن المؤسسة العمومية الصناعية والتجارية تتميز بوجود ثلاثة معايير أساسية، وهي: إنتاج تجاري، تسعير مسبق، ووجود دفتر البنود العامة، وعند مقارنتها مع مؤسسة "بريد الجزائر"، نجد أن هذه المؤسسة تستوفي هذه الشروط، كيف ذلك؟ نشرحه في توضيح هذه المعايير بالنسبة لمؤسسة "بريد الجزائر":

● **المعيار الأول (إنتاج تجاري):** تعتبر مؤسسة بريد الجزائر منتجاً تجارياً بمعنى أنها تقوم بتقديم خدمات للجمهور مقابل مبلغ مالي، وفقاً لأحكام المادة 12، الفقرة الثانية، من القانون رقم 03-2000 الذي ينص على القواعد العامة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، ونص المادة جاء كالتالي "يُرخص لمعامل البريد المذكور أعلاه بإنشاء خدمة التوفير وتوسيع تشكيلة الأدوات المالية المقدمة لزيائته على أساس تجاري طبقاً لأحكام القانون المتعلق بالنقد والقرض" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2000، صفحة المادة 12).

● **المعيار الثاني (التسعير المسبق):** التسعير المسبق للخدمات التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر يتم تحديده بشكل مسبق من خلال التنظيم، حيث يتم تحديد محتوى الخدمة العامة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، بالإضافة إلى تحديد التعريفات المطبقة عليها، ووفقاً لأحكام المادة 07 من القانون رقم 03-2000، السابق ذكره، نجد نص المادة السابقة تنص على أنه "يحدد عن طريق التنظيم محتوى الخدمة العامة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتعريفات المطبقة عليها وكيفية تمويلها عند الاقتضاء، من طرف الدولة أو بمساهمة المتعاملين" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2000، صفحة المادة

• المعيار الثالث (دفتري البنود العامة): تخضع مؤسسة بريد الجزائر لقوانين وأحكام دقيقة، حيث يُحدد دفتري الشروط العامة الخاص بها بموجب قرار مشترك بين الوزير المكلف بالبريد والوزير المكلف بالمالية، تُعتبر مؤسسة بريد الجزائر مؤسسة عمومية تتمتع بطابع صناعي وتجاري، ويسند لها تسيير قطاع البريد باعتبارها مرفقاً عاماً تم إنشاؤه بغرض تقديم خدمات للجمهور (شطا، 1984، صفحة 45).

ينقسم نظام تسيير المرافق العامة الصناعية والتجارية في الجزائر إلى قسمين، الأول يتعلق بالمرافق العامة التي يديرها الجهاز العام مباشرة، ومؤسسة بريد الجزائر تعتبر ضمن هذا التقسيم وقت احتكارها السابق، التقسيم الثاني يشمل المرافق التي يديرها الجهاز العام بصفة غير مباشرة، ويتم ذلك عن طريق تجزئة المؤسسة العامة صناعية وتجارية.

من خلال تحليل هذا السياق، نجد أن مؤسسة بريد الجزائر تندرج تحت هذا النظام، حيث تقوم بتقديم خدماتها وفقاً للضوابط المحددة في دفتري الشروط العامة المعتمدة.

تُظهر المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 02-43 (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 02-43 المتضمن إنشاء "بريد الجزائر"، 2002، صفحة المادة 01)، الذي ينظم إنشاء بريد الجزائر، بصراحة أن بريد الجزائر هو مؤسسة وطنية، والواضح من النص أن مهمة بريد الجزائر ترتبط بتسيير مرفق البريد على مستوى الوطن بأكمله، وهو يُعتبر مؤسسة وطنية وليس إقليمية، يُظهر ذلك أن نطاق خدماتها يشمل جميع مناطق الوطن، مما يعكس وجود نوعين من المؤسسات، مؤسسات وطنية تشمل جميع أنحاء البلاد، ومؤسسات إقليمية تقتصر على إدارة منطقة جغرافية محددة. سنقوم في هذا السياق بتفحص كيفية خضوع مؤسسة بريد الجزائر لأحكام القانون العام وكذلك القانون الخاص، وكيف يُشدد على التزاماتها وحقوقها في هذا السياق القانوني المعقد، سنستكشف أيضاً تناغم نشاطاتها التجارية مع مفهوم الخدمة العامة وكيف يُنظم تمويلها وتسعير خدماتها وفقاً لتشريعات ذات الصلة.

الفرع الثاني: خضوع مؤسسة بريد الجزائر للقانونين العام والخاص

أولاً: التعريف بمؤسسة بريد الجزائر

تم تأسيس "بريد الجزائر" في يناير 2002 كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وفقاً للمرسوم التنفيذي رقم 02-43 الصادر في 14 يناير 2002، بعد احتفال هذه المؤسسة بمُروور 24 عاماً من النشاط، أصبحت المؤسسة تعتبر إحدى الهياكل الرئيسية في تقديم خدمات البريد في الجزائر، في عام 2023، ارتفع عدد المكاتب البريدية إلى (4.292) مكتب بريدي، تخدم مختلف المناطق في البلاد، كما تستفيد المؤسسة من قاعدة موظفين ضخمة بلغت (31.840) موظفاً في عام 2021، مما يعزز قدرتها على تقديم خدمات البريد بفعالية، تعتمد المؤسسة أيضاً على تكنولوجيا الموزعات الآلية، حيث بلغ عددها (1995) جهاز في عام 2024، مما يعزز سرعة وكفاءة تقديم الخدمات المالية البريدية، كما ازداد حجم الحسابات الجارية إلى أكثر من (28,67) مليون حساب في آخر إحصاء للسداسي الأول لسنة 2024، أما عن البطاقة النقدية "الذهبية" فقد تم توزيع أكثر من 13,17 مليون بطاقة للعملاء في السداسي الأول لسنة 2024، يجرون بها حوالي (66) مليون عملية سنوياً (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

تعمل مؤسسة "بريد الجزائر" وفقاً للأنشطة الرئيسية التي تُدرج في السجل التجاري الخاص بها، حيث تتعامل بشكل أساسي في ثلاثة مجالات رئيسية، وهي (سعدون، 2020، صفحة 86):

- **تسيير الخدمات البريدية والمالية البريدية (رمز النشاط: 610007):** تتضمن هذه الفئة من الأنشطة إدارة الخدمات البريدية والتعامل مع المعاملات المالية البريدية، ويكون للمؤسسة من خلاله دور حيوي في تقديم الخدمات البريدية التقليدية والتحول إلى تقديم خدمات مالية متقدمة؛
- **مؤسسة البريد السريع (رمز النشاط: 610001):** تشير هذه الفئة إلى نشاط المؤسسة في مجال البريد السريع، حيث تقوم بتسهيل وتسريع عمليات التسليم للمراسلات والطرود وفقاً للمعايير الدولية؛
- **تسيير الصناديق البريدية (رمز النشاط: 60006):** تظهر هذه الفئة الاهتمام بتسيير الصناديق البريدية، حيث يتم التعامل بشكل فعال مع عمليات إدارة وتشغيل الصناديق لضمان فعالية الخدمات.

ولضمان تنفيذ هذه الأنشطة بنجاح، يجب أن تكون المؤسسة مجهزة بفريق إداري يتمتع بالمهارات والمبادرة اللازمة، وعليه يشدد على أهمية المسؤولين القادرين على اتخاذ مبادرات فعالة داخل نطاق مكتب البريد، حيث يتم تحديدهم كعناصر محورية لتحقيق الأهداف المحددة وأداء المهام الأساسية الملقاة على عاتقهم وتمثل فيما يلي:

- **الأدوار الشخصية الداخلية:** في سياق الدور الإداري لمسؤول مكتب البريد، يتعين عليه أداء مجموعة من الأدوار الرئيسية لضمان فعالية وسلاسة عمل المؤسسة، هذه الأدوار تتمثل في:

- **المسؤول هو رمز لبقية الموظفين:** يتوجب على مسؤول المؤسسة البريدية (مكتب البريد) أن يكون رمزاً يعتبر مثلاً يحتذى به لبقية الموظفين داخل المكتب البريدي وخارجه، ويتجلى ذلك من خلال تعامله الجيد مع السلطات والقيام بالتزاماته بشكل عادي ولكن بعمق خاص، خاصة في المهام الإدارية والقانونية والتجارية؛
- **القائد:** يقوم مسؤول المكتب بدور قيادي يتمثل في رؤيته للعمل والقدرة على التوجيه والمتابعة والتحفيز والاستشارة والتوظيف والتقييم وغيرها من المهام القيادية المخولة له، ويسعى كذلك لبناء فكر تعاوني يحقق التكامل بين احتياجات الأفراد والأهداف المسطرة للمؤسسة؛
- **الترابط (الاتصال):** يُلزم المسؤول بتعزيز العلاقات الأفقية والعمودية، حيث يقوم بتقوية العلاقات مع الموظفين والأشخاص خارج المؤسسة، ويكون السفير المتحدث باسم المؤسسة والمفاوض عنها، مع القدرة على التنبؤ بالتغيرات وضمان تدفق المعلومات بشكل فعال.

- **الأدوار المتعلقة بجمع وتحليل المعلومات:** يُطلب من مسؤول المكتب أن يكون مركزاً عصبياً لتداول المعلومات داخل المؤسسة البريدية، فيقوم بجمع وتحليل المعلومات ذات الصلة بالمعطيات والمراجع والتقارير والأفكار، ويتمثل دوره في نقل هذه الأفكار بين الأقسام المساهمة في تحقيق التكامل بين الأفراد وأهداف المؤسسة، ويندرج ضمن هذا الدور ثلاثة أدوار رئيسية وجب على رئيس مكتب البريد أن يؤديها:

- **متحدث (ناطق باسم المؤسسة):** يأخذ المسؤول على عاتقه دور السفير المتحدث باسم المؤسسة، حيث يقوم بنقل المعلومات بين أقسام المؤسسة الداخلية مثل مجلس الإدارة والهيكل العليا، وخارجها للموردين والمنظمات

المهنية والحكومية ووسائل الإعلام، وهنا يلعب المسؤول دور المندوب على المؤسسة، مما يعزز تواجدها في المجتمع ويسهم في بناء سمعتها بشكل إيجابي؛

- الملاحظ النشاط: يتعين على مسؤول مكتب البريد أن يكون مراقباً نشطاً، حيث يهدف إلى فهم التغيرات والفرص والتهديدات المحتملة، ويعتمد في ذلك على الاستماع الفعال وإجراء بحث دقيق للحصول على المعلومات اللازمة، سواء كانت داخلية أو خارجية، مما يمكنه من اتخاذ قرارات مستنيرة؛
- موزع للمعلومة: يقوم مسؤول مكتب البريد بتوزيع المعلومات بشكل فعال داخل المؤسسة، ويتعلق ذلك بتحويل المعلومات المتعلقة بالأفعال الفعلية أو المعلومات المرتبطة بالقيم والتفصيلات إلى الأفراد داخل المؤسسة، سواء كان ذلك من الخارج إلى الداخل أو بين الموظفين.

• الأدوار المتعلقة باتخاذ القرارات: يجسد مسؤول المكتب العديد من المهام المتعلقة باتخاذ القرارات، وفي هذا السياق يجب عليه أداء الأدوار التالية:

- دور المفاوض: وذلك باستغلال الفرص المتاحة، ويعمل على حل المشكلات التي تظهر في طريقه، ويقوم ببرمجة الأنشطة بناءً على الأولويات، حيث يمتلك مستويات ثلاثة للتدخل، من خلال التنظيم (الإشراف)، ومن خلال تحديد السياسات والإجراءات (التراخيص)، وأخيراً من خلال متابعة تنفيذ الأنشطة (المراقبة)؛
- دور المنظم: يظهر دور المسؤول كمنظم بشكل واضح في المواقف الصعبة والتحديات غير المتوقعة، مثل حل النزاعات بين المرؤوسين، ومعالجة التحديات المفاجئة، وإدارة رحيل أو غياب الموظفين المفاجئ أو فقدان أحد العملاء المهمين، وهنا يعتبر المسؤول محورياً للتنظيم وضمان سير العمل بشكل فعال؛
- دور الموزع للموارد البشرية والتقنية: يقوم بتوزيع الموارد بشكل جيد، سواء كانت متعلقة بالموظفين أو التكنولوجيا، يهتم بضمان استخدام الموارد المتاحة بفعالية، سواء كانت تلك المتعلقة بالأموال، أو الوقت، أو الآلات والتجهيزات، وفقاً للمهام المحددة ضمن استراتيجية المؤسسة؛
- المفاوض باسم المؤسسة: يشارك في المفاوضات الخارجية باعتباره رمزاً للمؤسسة، حيث يُظهر مهارته في التعامل مع الأحداث الخارجية، ويمثل المؤسسة بمصداقية خلال المشاركة في مختلف الفعاليات والمفاوضات.

ثانياً: مؤسسة بريد الجزائر وعلاقتها بالقانون العام

اعتبار مؤسسة بريد الجزائر تخضع لأحكام القانون العام، هذا يعني التقيد بالمبادئ الشاملة المفروضة من قبل القانون الإداري (القانون العام)، على المرافق العامة وهي:

- المساواة أمام المرافق العامة: تتجسد هذه القاعدة في تطبيق فعال وعملي على جميع العمليات التي تقوم بها الإدارة العمومية، يُظهر مبدأ مساواة المواطنين أمام القانون والأنظمة، وبالتالي أمام الإدارة، بينما تُعد المساواة أمام الأعباء العمومية الجانب الآخر لهذا المبدأ.

- المساواة أمام أعباء المرفق العام: تتضمن هذه المبادئ المساواة في المسائل الجبائية والجنائية، بالإضافة إلى تكافؤ الالتزام بالأعباء كما في خدمة الوطن والمسؤوليات المتعلقة بالموظفين والمرافق العامة، مع التركيز على تداول الأضرار الناجمة عن التصرفات السيئة للمرفق.
- استمرارية المرفق العام: مبدأ استمرارية المرافق العامة ينبع من تصوّر يعزز فكرة أن عمل الدولة وهيكلها التابعة يجب أن يقوم على التسلسل والتنظيم المستمر، بدلاً من التقطع والتوقف، وبناءً على هذا المفهوم، يصبح نشاط المرفق العام ضرورياً لحياة المجتمع الوطني، إذ يهدف إلى تلبية الاحتياجات العامة وضمان استمرار الخدمات بشكل منظم وفعال.

انطلاقاً من هذه المبادئ، وما جاء به نص القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، حيث تُعرف الفقرة (18) من المادة (09) الخدمة العامة على أنها "جعل تحت تصرف الجميع القدر الأدنى من الخدمة تتمثل في خدمة بريدية ذات نوعية ومحتوى خاص موفر من طرف متعامل أو عدة متعاملين بطريقة مستمرة وفي جميع نقاط الإقليم البريدي بسعر معقول"، وبناءً على محتوى هذا النص يلتزم "بريد الجزائر"، كمستفيد من نشاطات البريد التي كانت تتبع سياسة الاحتكار التي فرضتها الدولة - تم ذكرها سابقاً - بتقديم الخدمة العامة بشكل مستمر ومتواصل للحفاظ على استمرارية مرفق البريد العام (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2000).

تعتمد مؤسسة "بريد الجزائر"، كواحدة من المرافق العامة، على مبدأ الالتزام بالقوانين العامة، وذلك وفقاً لأحكام المادة (03) في المرسوم التنفيذي رقم 02-43 - تم التطرق إليه سابقاً -، حيث يتضح من هذا المرسوم أن إنشاء "بريد الجزائر" يعني أنها تخضع للقوانين العامة في علاقاتها مع الدولة (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 02-43 المتضمن إنشاء "بريد الجزائر"، 2002)، وتتجلى هذه الفلسفة أيضاً في القانون رقم 88-01 المتعلق بالقانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، ففي المادة (45)، الفقرة 01، يُفترض أنّ الهيئة العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري تكون ملتزمة بالقوانين المطبقة على الإدارة في علاقتها مع الدولة (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 88-01 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، 1988).

وفي إطار ما جاءت به كل من المادتين (5) و(6) من نفس المرسوم التنفيذي - الموضح أعلاه - يتبين واضحاً مجموعة المهام التي تتحملها مؤسسة "بريد الجزائر"، ككيان عمومي ملتزم بخدمة عامة (مرفق عام)، وهذه المهام تشمل:

- استغلال النشاطات المندرجة تحت نظام التخصيص في ميدان خدمة بريد الرسائل بكل تنوعاتها، سواء في العلاقات المحلية أو الدولية؛
- إقامة استغلال جميع الخدمات الفرعية المرتبطة بتنفيذ نشاطاتها والمتعلقة بميادين بريد الرسائل والطرود البريدية والإمداد والخدمات المالية البريدية، وذلك بما يتضمن صندوق التوفير؛
- تسير خدمة التوفير من خلال صندوق التوفير البريدي؛
- تنفيذ سياسة الخدمة العامة وفقاً للسياسات القطاعية والتنظيمية المعتمدة، وتحت مراعاة الشروط المحددة في دفتر الشروط.

ومؤسسة "بريد الجزائر" تتبع القوانين العامة في تفاعلاتها مع الدولة، حيث تعد مرفقاً عاماً بالإضافة إلى ذلك عندما تتفاعل الدولة مع المؤسسة، تستخدم أساليب السلطة العامة لضمان فعالية السياسة المحددة وتحقيق الأهداف المرسومة للقطاع، ويتجلى هذا التفاعل من خلال العقود الإدارية المبرمة من قبل المرفق العام لتحقيق أهدافه وضمان تنفيذ السياسات المحددة.

ثالثاً: مؤسسة بريد الجزائر وعلاقتها بالقانون الخاص

تلتزم مؤسسة بريد الجزائر بالقانون الخاص باعتبارها تاجر في علاقتها مع الغير، وتتبنى أساليب التسيير المعتمدة من قبل الخواص، حيث ينص المرسوم التنفيذي رقم 02-43 - سابق الذكر - في المادة (03)، الفقرة 02، التي تضمنت إنشاء "بريد الجزائر"، على أن المؤسسة تُعتبر تاجر في تعاملاتها مع الأفراد والجهات الأخرى.

وتُكمل المادة (45)، الفقرة (02)، في القانون رقم 01-88، المعروف بالقانون التوجيهي للمؤسسات العمومية، هذا التصنيف، حيث تُعتبر المؤسسة تاجر في تعاملاتها مع الأفراد وتخضع لأحكام القانون التجاري.

وفي مضمون ذات المرسوم التنفيذي، يتجلى تبني مؤسسة "بريد الجزائر" لصفة التاجر، وفقاً لأحكام المواد (07) و(08)، ونظراً لهذا التصنيف يسري القانون التجاري على نشاطاتها، حيث تقوم بأداء المهام التجارية التالية:

- القيام بجميع العمليات التجارية والعقارية والصناعية والمالية التي ترتبط بموضوعها وتسهم في تطويره؛
- القيام بالاقتراض بجميع أشكاله، استناداً إلى احتياجاتها ومتطلبات نشاطها؛
- استغلال وإيداع جميع التراخيص ذات الصلة بمجال نشاطها، والاستفادة الكاملة منها.

كل هذه النقاط واضحة، غير أن هناك استفهام يطرأ هنا حول فهم مفهوم "علاقتها مع الغير"، يراد هنا بالغير جميع العلاقات الخارجية التي تجربها مؤسسة "بريد الجزائر" خارج نطاق علاقاتها مع الدولة أو تنظيمها الداخلي، بمعنى أنها تشمل العلاقات مع الشركاء والكيانات الخارجية، وتتعامل هذه المؤسسة ككيان عمومي ذي طابع صناعي وتجاري، مع هذه العلاقات وتخضع لأحكام القانون الخاص.

ولتوضيح هذا الاستفهام أكثر، نسلط الضوء في هذا السياق على التفاعلات التي تحدثها مؤسسة "بريد الجزائر" مع المرتفقين، المتعاقدين، والجهات الخارجية (الغير) (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 02-43 المتضمن إنشاء "بريد الجزائر"، 2002).

● المرتفقين: إنَّ علاقات مؤسسة بريد الجزائر مع مُستفيدي خدماتها تنظم وفقاً للقانون التجاري، نظراً لطابعها العمومي والصناعي والتجاري حسب التعريف الوارد في المرسوم رقم 02-43 المتضمن إنشاء "بريد الجزائر"، حيث يوضح أن العقود المبرمة مع مستفيدي البريد تخضع لأحكام القانون التجاري، مما يلزم المؤسسة بالالتزام بالضوابط والتشريعات المتعلقة بهذا القانون، يُقارن هذا النهج بتجربة المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز سابقاً، حيث كان اشتراك العملاء في الغاز والكهرباء يتبع للقانون الخاص.

● المتعاقدين: المتعاقدين الذين يتعاملون مع مؤسسة "بريد الجزائر" يخضعون لأحكام القانون الخاص، وذلك باستثناء الدولة أو ممثلها الذين يخضعون للقانون العام، يُشير هذا الفارق في التنظيم القانوني إلى الطبيعة المختلفة

للسفقات التي يدخلها المتعاقدون، حيث تُعد الصفقات مع المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري تحت سياق القانون الخاص، في حين يلتزم القانون العام بالدور الحكومي والإداري.

- **الجهات الخارجية (الغير):** تلتزم مؤسسة "بريد الجزائر" بالقانون العام في تعاملاتها مع الدولة وموظفيها وتمتدحور تنظيماتها وإجراءاتها وفقاً لنظام الداخلي لها، بينما تلتزم في التعامل مع الأفراد والكيانات غير الحكومية لأحكام القانون الخاص.

وتمثل هذه النقطة إحدى العناصر الرئيسية في عملية التحول التي قام بها قطاع البريد، فقد تغيرت طريقة إدارة القطاع، حيث كان سابقاً يُدار مباشرة بواسطة الوزارة باستخدام أساليب إدارية تخضع لقواعد القانون العام فقط، نظراً لكون القطاع كان يُعتبر مرفقاً عاماً إدارياً، على الرغم من طابع النشاط الاقتصادي الذي كان يقوم به.

إنَّ الفكرة الرئيسية للإصلاح الاقتصادي وإعادة هيكلة قطاع البريد تتمثل في تحرير القطاع من التسيير الإداري، بمعنى أنه يتجه نحو قوانين السوق ويتبنى منطق التجارة الذي يلتزم بقواعد القانون التجاري كأساس لتوجيه نشاطه، فمخضوع مؤسسة بريد الجزائر للقانونين العام والخاص في نفس الوقت يشكل محاولة لتحقيق توازن بين الصالح العام، الذي يتجلى في تقديم خدمة عامة، والصالح الخاص، الذي يرتبط بتحقيق الربح.

الفرع الثالث: البنية الهيكلية لبريد الجزائر

تحظى مؤسسة بريد الجزائر بتحديدات واضحة بموجب قرار وزاري مؤرخ في 21 يناير 2010، ومؤطرة من قبل لجنتين (02)، الأولى تنفيذية، والثانية تجارية، بالإضافة إلى لجنة مكلفة بالتسويق، حيث يتمحور نشاط المؤسسة ذات الطابع الصناعي والاقتصادي، حول المهنة البريدية الكلاسيكية، وهذا على ثلاث أصعدة: مركزي، جهوي، ومحلي (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

وتُكلف مؤسسة "بريد الجزائر" بشكل كامل بالسهل على تنفيذ السياسة الوطنية لتنمية الخدمات البريدية والمالية البريدية على مستوى الوطن، وذلك من خلال إدارة أنشطة تسيير الخدمات وتجديد وتنمية الهياكل التي تقع تحت اختصاصها، وذلك بتوظيف شبكة جوارية فعالة وواسعة تمتد في جميع أنحاء الوطن، وتسعى باستمرار للحفاظ على هياكلها وتطويرها، مع التركيز خاصة على التحول الرقمي في مختلف مجالاتها وتعزيز التنمية الاقتصادية الرقمية من خلال تكنولوجيا الاتصال والإعلام، وتركز الرؤية الاستراتيجية لـ "بريد الجزائر" على تنفيذ الإجراءات الجارية لكل مجال من مجالاتها، وتسعى أن تكون (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023):

- الرائدة في توزيع الخدمات الجوارية والخدمات المنزلية؛
- المؤسسة المرجعية في مجال الإدماج المالي للمواطنين؛
- العنصر الفعال بشكل بارز في مجال البريد والطرود الكبيرة، من خلال تسريع عملية التحول الرقمي وتنغم شبكتها الفعلية والرقمية.

أولاً: على المستوى المركزي (المديرية العامة)

مقر المديرية العامة لبريد الجزائر ومصالحها المركزية يتواجد في العاصمة وبالتحديد في باب الزوار (16024)، بالحصة العقارية رقم 01، القطعة رقم 04، منطقة الأعمال، ويندرج تحتها ثلاثة أقسام للمهن (الشبكة والمهن البريدية، والخدمات المالية البريدية، والبريد والطرود)، بالإضافة إلى (12) مديرية دعم مركزية وهي: (الإعلام الآلي وأمن الشبكات؛ الممتلكات العقارية والوسائل العامة؛ مديرية المالية والمحاسبة؛ الموارد البشرية؛ التكوين والتحسين؛ الاستراتيجية، التنظيم ومراقبة التسيير؛ الهياكل البريدية والمباني؛ المفتشية المركزية؛ التدقيق والرقابة الداخلية؛ مديرية الاتصال؛ المعيارية والنوعية؛ الطوابع البريدية والطوابعية).

ثانياً: على المستوى الجهوي

تتألف المؤسسة من مفتشيات جهوية ومراكز مالية جهوية، بالإضافة إلى مراكز جهوية للمحاسبة، وهي موزعة في جميع أنحاء البلاد، حيث تشمل:

- المفتشيات الجهوية (13)؛
- المراكز المالية (08)؛
- المراكز الجهوية للمحاسبة (08).

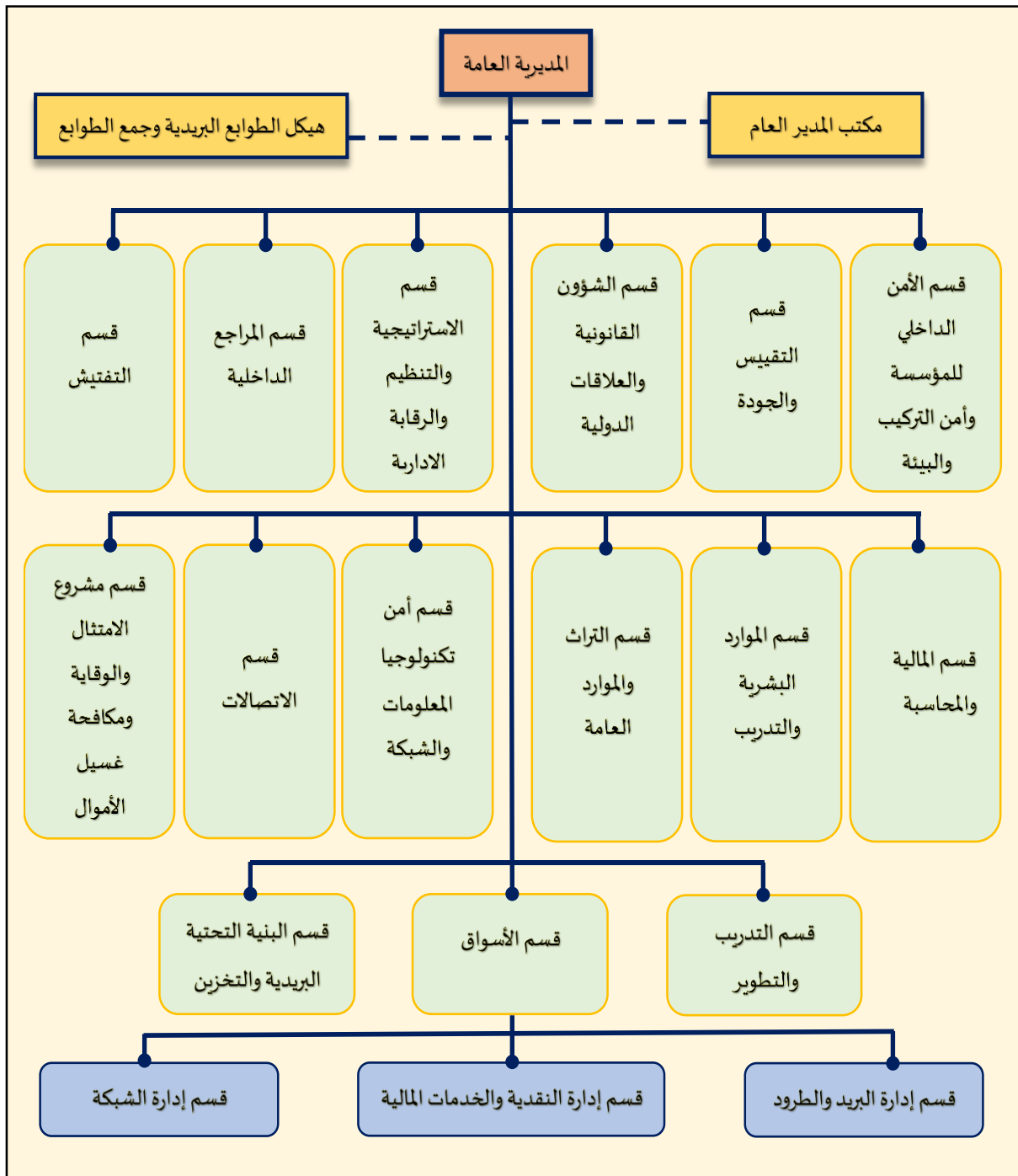
تعمل هذه الهياكل الجهوية على تعزيز التواصل والتنسيق بين المؤسسة والجهات المحلية، وتلعب دوراً حيوياً في تنظيم وتحسين الخدمات البريدية على مستوى الجهات الإدارية المختلفة.

ثالثاً: على المستوى المحلي (الولائي)

تتوزع مكاتب البريد جغرافياً تحت وصاية "مديرية الوحدة الولائية"، باستثناء ولاية الجزائر، وبموجب مكانتها كعاصمة للبلاد، تحوز على ثلاث مديريات تغطي المنطقة الشرقية، والوسط، والغرب، وتُمثل باقي الولايات (50) للوطن مديرية لكل ولاية، والتي تعمل بموجب وحداتها المتخصصة في توفير الخدمات البريدية على الصعيدين المحلي والجهوي.

بهذا النظام الهرمي، تتمكن "بريد الجزائر" من تحقيق فعالية في تقديم خدماتها بشكل شامل ومتكامل على المستوى الوطني، وتلبية احتياجات وتطلعات عملائها المواطنين أفراد أو مؤسسات، والشكل رقم (04-02) و(05-02) يوضح هرمية التنظيم داخل هذه المؤسسة.

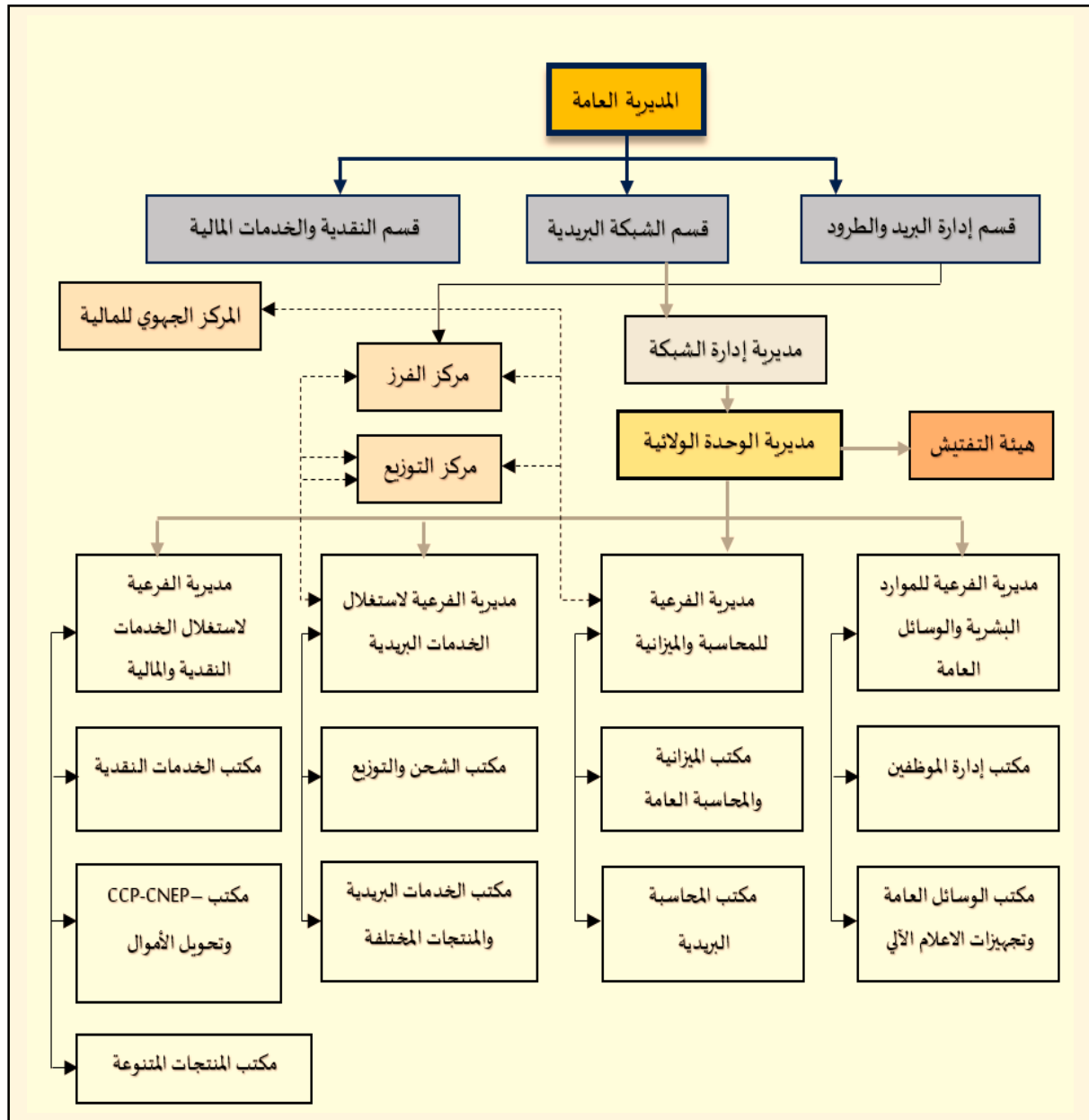
الشكل رقم (04-02): الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر-1*



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Algérie Poste, Cadre juridique et responsabilité de personnel d'Algérie Poste, 2020, p. 35)

*يوضح الشكل أعلاه، مختلف أقسام الهيكلية على مستوى المديرية العامة فقط.

الشكل رقم (02-05): الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر-2**



المصدر: جرد من طرف الطالب بالاعتماد على (Algérie Poste) ،Décision n 486/2011 portant organisation détaillée de la direction (2011 ،de l'UPW)

**يوضح الشكل أعلاه، الهيكل العامة لمؤسسة بريد الجزائر.

المبحث الثاني: الخدمات المالية البريدية

تُعتبر الخدمات المالية البريدية جزءاً أساسياً من البنية التحتية الاقتصادية والاجتماعية في العديد من البلدان، فهي توفر مجموعة متنوعة من الخدمات المالية التي تشمل تحويل الأموال، دفع الفواتير، الادخار، وخدمات التأمين، وكل هذه الخدمات تُمكن الأفراد والمؤسسات من الوصول إلى الحلول المالية بسهولة ويسر، خاصة في المناطق النائية حيث قد تكون البنوك التقليدية غير متاحة.

مؤسسة بريد الجزائر تُعد نموذجاً بارزاً في هذا السياق من خلال انتمائها الفعال في الاتحاد العالمي للبريد، حيث تلعب دوراً حيوياً في تقديم الخدمات البريدية والمالية للمواطنين (العملاء) في الجزائر، وتأسس هذه المؤسسة كان بهدف توفير حلول مالية متكاملة تلبي احتياجات المواطنين وتساهم في تعزيز الشمول المالي، فمن خلال شبكتها الواسعة من المكاتب البريدية المنتشرة في جميع أنحاء البلاد، تمكنت من الوصول إلى قاعدة عملاء كبيرة وواسعة تضم أكثر من (28,61) مليون عميل، مع تقديم خدمات مالية مبتكرة تتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة (www.mpt.gov.dz, 2024).

المطلب الأول: خدمة الحساب البريدي الجاري CCP

الحساب البريدي الجاري يُعد أساسياً للعديد من الخدمات المالية التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، حيث يُدار ويُسير هذا النوع من الحسابات بعناية لضمان تلبية احتياجات العملاء وتحقيق تكامل الخدمات المالية والبريدية.

الفرع الأول: المركز الوطني للصكوك البريدية

يعد المركز الوطني للصكوك البريدية في الجزائر رمزاً من رموز الدولة، وجزءاً محورياً في البنية التحتية المالية للبلاد عامة ومؤسسة بريد الجزائر خاصة، حيث يلعب دوراً بارزاً وأساسياً في تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات المالية والبريدية التي تساهم بشكل كبير في تيسير العمليات المالية للمواطنين (العملاء) والمؤسسات على حد سواء.

أولاً: تقديم المركز الوطني للصكوك البريدية

أنشئت مصلحة الصكوك البريدية في العاصمة الجزائرية عام 1921، كهيئة مفوضة لفتح وإدارة الحسابات الجارية وإجراء مختلف العمليات عليها من اعتماد وخصم، بكفاءة وبمستوى عالٍ من الأمان والموثوقية والسرعة، حيث تكمن مهمتها الرئيسية في مسك ومعالجة الحسابات الجارية، ويعتبر الرصيد إيجاباً في جميع الحالات ولا يوجد حد أدنى أو أقصى له، كما لا تمنح أية فائدة سنوية لصاحبه.

تتسم مصلحة الصكوك البريدية بغاية هامة، إذ تهدف إلى تقليل حدوث تحويلات الأموال بين الأفراد، مع تسهيل الأداء من خلال استخدام الصكوك، وينبع هذا الهدف من القلق المتزايد إزاء فقدان الأموال أو تعرضها للسرقة، وتتيح هذه المصلحة العديد من المزايا، بما في ذلك إمكانية أداء المبالغ المالية دون نقل الأموال فعلياً.

يعتبر أداء المبالغ دون التعامل المباشر بالنقود من المزايا البارزة لهذه المصلحة، وهذا ما يسمح لصاحب الحساب أداء مدفوعاته بسهولة وأمان، كما يتيح لصاحب الحساب مبالغ معينة بسرعة ويسر، ويتيح أيضاً هذا النهج فعالية أكبر في إدارة الأموال.

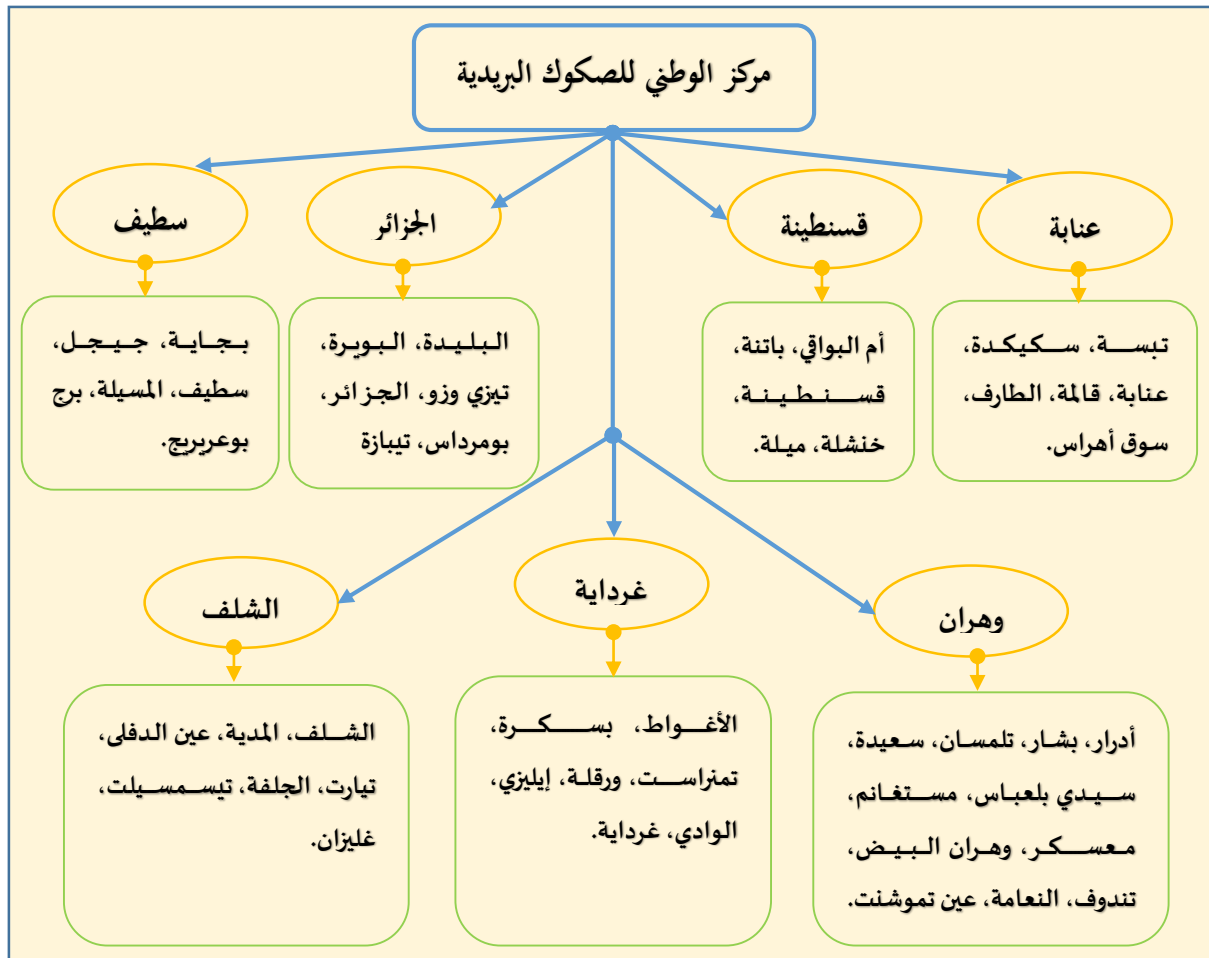
بفضل مصلحة الصكوك البريدية، يُمكن أيضاً تسيير المدفوعات الشهرية لمختلف الفئات الموظفة في الوطن، كما يسمح بتسديد الرسوم والالتزامات المالية، مثل فواتير الهاتف، وفواتير الكهرباء والمياه، وغيرها، مما يوفر وسيلة مريحة وفعالة لتسوية الالتزامات المالية الشهرية.

يقوم المركز الوطني للصكوك البريدية، من خلال فروع البريد المنتشرة في أنحاء الوطن، بفتح حسابات بريدية جارية للأفراد (العملاء) بعد اتخاذ الإجراءات التالية:

- التحقق من هوية صاحب الحساب من خلال الوثائق مثل بطاقة التعريف الوطنية أو رخصة السياقة أو البطاقة المهنية للعسكريين والأمن الوطني؛
- التحقق من السن القانوني للشخص، وفي حال كان أقل من 16 سنة يجب إرفاق التصريح الأبوي مع الملف؛
- التحقق من عنوان إقامة صاحب الحساب، مع إمكانية للمستفيد من الحساب تغيير العنوان أو خصائصه؛

يسمح بفتح حساب بريدي جاري للأفراد الجزائريين أو الأجانب المقيمين في الجزائر، وأيضاً للكيانات القانونية مثل المؤسسات والشركات والجمعيات، كل هذا يسير من قبل السبع المراكز الجهوية التي تعمل بجانب المركز الوطني للصكوك في مختلف أنحاء الوطن، ووفقاً للتقسيم المعتمد والشكل رقم (06-02) يوضح هذه المراكز:

الشكل رقم (06-02): توزيع المراكز الجهوية للصكوك البريدية والولايات التابعة لكل مركز



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (سعدون، 2020)

بالإضافة إلى ذلك يقوم المركز الوطني للصكوك البريدية بأداء مجموعة من المهام الحيوية، من بينها:

- ضمان مسك وتسيير الحسابات البريدية الجارية: يقوم المركز بضمان حفظ وإدارة الحسابات البريدية الجارية بشكل فعال، مما يساهم في توفير خدمات مالية موثوقة للعملاء؛
- ضمان تطبيق ومراقبة استراتيجية المديرية العامة: يضمن المركز تنفيذ ومتابعة استراتيجيات المديرية العامة وتنفيذ مختلف التعليمات، خاصة التأكيد على جودة الخدمة المقدمة واستمراريتها؛
- إشراف وتقييم جميع الخطط والبرامج لتحديث المركز: يقوم المركز بتقييم وتحسين الخطط والبرامج المستخدمة لتحديث هياكله، مع الحرص على العلاقات مع البنوك والخزينة العمومية، وكذا المشرفين على التعاملات البنكية؛
- تأمين وتوفير الهياكل والآلات والتجهيزات اللازمة: يتحمل المركز مسؤولية تأمين وتوفير الهياكل، والآلات، تجهيزات الضرورية لضمان فعالية عمله؛
- متابعة الأموال المستلمة عبر الشبايك باستخدام الصكوك ومعالجة الاحتياجات: يتولى المركز متابعة ومراقبة عمليات استلام الأموال من خلال الشبايك باستخدام الصكوك، ويعمل على معالجة أي احتياجات قد تطرأ؛
- مراقبة تنفيذ اللوائح وتحقيق الامتثال لها: يقوم المركز بمراقبة تنفيذ اللوائح بشكل دقيق ويضمن الامتثال الفعال لها، مع متابعة التطبيق الأمثل لها؛
- متابعة أداء التجهيزات، والشبكة، ونظام الإعلام الآلي: يقوم المركز بمراقبة وتقييم أداء التجهيزات، والشبكة، ونظام الإعلام الآلي، ويعمل على تحسينها لضمان فعالية العمليات.

ثانياً: تقديم منتجات المركز الوطني للصكوك البريدية

يعتبر المركز الوطني للصكوك البريدية لمؤسسة "بريد الجزائر" من الجهات المختصة في تقديم مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات، التي تهدف من خلالها إلى تسيير التعاملات المالية وتحقيق راحة أكبر للعملاء. ومن خلال هذا الجزء من الدراسة، سنوضح جل هذه الخدمات بالتفصيل.

1- صك الأداء (الدفع) - Le chèque de Paiement (Barré)

يؤدي الصك البريدي للأداء نقداً، ويمكن أن يستعمل ك (بريد الجزائر، عموميات حول إدارة البريد والمواصلات، 2007):

أ- صك سحب: يحرر لفائدة صاحب الحساب، ويخضع لرسم منخفض بالنسبة لصك التخصيص.

ب- صك التخصيص: وينقسم إلى ثلاثة أنواع هي:

- صك تخصيص بسيط: يحرر هذا الصك لفائدة شخص واحد معين، ويرسل إلى المركز من طرف صاحبه أو المستفيد، مع إمكان وضع عبارة "مستفيد"، ويتم الأداء لشخص وحيد.
- صك تخصيص متعدد: يستعمل للدفع لفائدة عدة أشخاص عن طريق سحب واحد من الحساب، تحرر حوالة (CH1419) لكل مستفيد وتوصف على قائمة (CH101)، ويحرر الصك بالمبلغ الإجمالي للقائمة السابقة وتنقل عليه العبارة "حوالات وقائمة مرفقة"، ويرسل كل من الصك، الحوالات، القائمة، إلى مركز الصكوك البريدية، حيث يصدر هذا الأخير الحوالات ويرسلها إلى مكتب الأداء.

- **صك للحامل:** يعوض هذا الصك بعبارة "لحامل - Porteur"، ولا يمكن أداء هذا الصك إلا في شبابيك الأداء، عند الاطلاع بعد استظهار بطاقة الهوية ونقل اسم وعنوان المستفيد، يطبق عليه رسم التخصيص؛ يمكن أن يحول هذا الصك إلى صك تخصيص بسيط، بعد كتابة اسم وعنوان المستفيد في المكان المخصص لذلك.

بصفة عامة، يمكن تحويل صك الأداء إلى حوالة من قبل مركز الصكوك البريدية، أو يؤدي بالنظر في بعض المكاتب البريدية، كما يمكن أن يسطر على الوجه ويصبح في هذه الحالة غير قابل للأداء نقداً، ويجب أن يسجل مبلغه في حساب بريدي جاري أو حساب مصرفي.

2- الصك المصادق عليه (المحقق) - Le Chèque Certifié

الصك المصادق عليه هو وثيقة يتم فيها التحقق من وجود رصيد متاح، ويستخدم كوسيلة موثوقة للدفع والتحويلات، وفيه يتم التأكيد على توفر الرصيد وحجز المبلغ المحدد للحامل أو المستفيد، ويظل هذا الصك متاحاً للدفع في أي وقت خلال ثلاثة (3) سنوات التي تلي تاريخ إصداره (للتوافق مع البنك).

ومن الجدير بالذكر أنه لا يمكن صرف هذا النوع من الصكوك إلا في المراكز الوطنية للصكوك البريدية، والقباضات الرئيسية بالإضافة إلى المكاتب المتصلة بالمقاصة الآلية (التي تحتوي على جهاز السكّانار)، يعد هذا النوع من الصكوك آلية فعالة لتسهيل الدّفع وضمان التحقق من توفر الرصيد، مما يجعلها خياراً آمناً للتعامل المالي، وخطوات الحصول على هذه الخدمة هي كالتالي (www.mpt.gov.dz, 2024):

- تقديم طلب صك مصدّق عليه إلى رئيس المكتب البريدي؛
- تسليم الصك للدفع المباشر؛
- اخطار قابض البريد بالطرف المستفيد من أجل تدوينه على الصك المصدّق؛
- يتم تجميد المبلغ من طرف رئيس المكتب حتى يتم تقديم الصك المصدّق عليه من قبل المستفيد.

3- الصك البريدي المعياري - Le Chèque Postal Normalisé

يعد صك البريد المعياري وثيقة رسمية تُعبر عن إذن صريح من صاحب الحساب البريدي الجاري للقيام بعملية سحب مالية من حسابه، حيث يتمتع بهذا الحق جميع الأفراد الطبيعيين ومختلف الكيانات، بموجب المادة 73 من القانون 03-2000، التي تنص على "يمكن للأشخاص الطبيعيين وكذا الأشخاص المعنويين للقطاعات العمومية أو الخاصة، وكذلك لجميع المرافق العامة ومجموعات المصالح ذات الطابع العمومي أو الخاص، فتح حسابات بريدية جارية إذا توفرت الشروط المطلوبة" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2000، صفحة المادة 73).

4- البطاقة البنكية - Carte Bancaire

توفر هذه البطاقات مجموعة متنوعة من الخدمات المالية والبنكية -سنفصل فيها لاحقاً-، مما يلي احتياجات العملاء في مجال الدّفع والسحب بكفاءة وأمان، وتشمل هذه البطاقة بطاقات السحب الآلي من الموزعات الآلية GAB، وعبر نهائيات الدّفع TPE، المتوفرة في المتاجر أو الشبابيك البريدية، وهذه البطاقة متمثلة في نوع واحد حالياً هي البطاقة

"الذهبية" مؤسسة بريد الجزائر، بالإضافة إلى إمكانية الاستعمال لمختلف البطاقات البنكية للبنوك المشاركة في الخدمة البنكية "البطاقات البنكية".

الفَرْع الثاني: العمليات المتاحة على مستوى الحساب البريدي الجاري - CCP

توفر مؤسسة بريد الجزائر ومن خلال مركز الصكوك البريدية كهيكل مسير لهذا النوع من الخدمات المقدمة، العديد من العمليات المصاحبة للحساب البريدي الجاري.

أولاً: أنواع العمليات على الحساب البريدي الجاري - CCP

يُعتبر الحساب البريدي الجاري واحداً من الأدوات المالية الأساسية التي يستخدمها الأفراد ومختلف المؤسسات والكيانات لإدارة أموالهم، حيث تتوفر العمليات التي يمكن إجراؤها على الحساب البريدي الجاري بما يلي احتياجات المستخدمين ويسهل عليهم إدارات أموالهم بفعالية.

1-الدَّفْع (تغذية الحساب – Alimentation d'un Compte)

يتم تغذية الحسابات البريدية الجارية في أغلب الأحيان وفق ثلاثة طرق هي:

أ- التغذية السريعة - Les Versements Accélérés

يتم إجراء العمليات باستخدام المطبوع 1418 أو نموذج الدَفْع السريعة (المطبوع الموحد – Imprimé Unique)، جنباً إلى جنب مع اسم المستفيد ورقم حسابه، وتعالج هذه العمليات فوراً في مكتب البريد المختص بها، وعليه يتم تحويل المبلغ مباشرة إلى حساب المستفيد دون الحاجة إلى التداول اليدوي في المركز الوطني للصكوك البريدية، كما كان يحدث في الماضي، حيث كان المركز يُدير عمليات تحويل المبالغ إلى حساب المستفيد.

لتنفيذ هذه العملية، يُمكن أيضاً استخدام المطبوع الموحد (SFP01)، المتاحة في نوافذ مكتب البريد، أو يُمكن تحميلها عبر الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر (www.poste.dz) حيث يتم تسجيل رقم ومفتاح الحساب الجاري البريدي للمستفيد على هذه الاستمارة، ومن ثم يتم إيداع المبلغ المالي المدفوع نقداً عند الشباك.

ب- ضخ الأجور عن بعد Imputation Des Salaires à Distances

تهدف هذه الخدمة إلى تسهيل وتسريع عمليات تحويل وإدخال أجور موظفي الشركات والجماعات المحلية والمؤسسات، يتيح هذا النظام لهذه الكيانات تنفيذ عملياتها بشكل فعال دون الحاجة إلى التنقل أو تحويل الوثائق إلى المركز الوطني للصكوك البريدية من أجل معالجتها، حيث يُمكن تنفيذ هذه العملية مباشرة من خلال مكاتب البريد، الذي بدوره يقوم بحجز البيانات المقدمة من قبل طالبي هذه الخدمة، التي تقدم على قرص مدمج (Disque Compact CD)، ويستخدم التعامل الآلي لتحويل المبلغ الإجمالي للأجور من حساب المؤسسة إلى حساب موظفيها مباشرة حسب البيانات المقدمة في القرص.

ت- المقاصة الإلكترونية La Télé Compensation

هي طريقة لتسوية الالتزامات المتقابلة بين البنوك على مستوى غرفة المقاصة*، وهي تعتمد بشكل أساسي على تبادل بيانات الشيك الإلكتروني بين البنوك، حيث يتم هذا التبادل عبر تحويل المستند الورقي "شيك" بعد تصويره باستخدام أجهزة السكّانير، إلى صورة إلكترونية عبر الشبكة أو عبر الإنترنت، وعليه فالمقاصة الإلكترونية هي تقنية تقديم الشيك للوفاء عبر بياناته باستعمال التكنولوجيا الحديثة، وهذا وفقاً لما حدد في الفقرة الثانية من المادة 502 من القانون التجاري الجزائري والتي نصت على: "تقديم الشيك للوفاء بأي وسيلة تبادل إلكتروني تُعتبر بمثابة تقديمه للوفاء".

الفوائد المترتبة على استخدام المقاصة الآلية تشمل تقليل الوقت اللازم لتسوية الشيكات، وتحسين دقة المعالجة بفضل التكنولوجيا الحديثة، كما تعزز هذه الطريقة من سهولة إجراءات التحقق وتوثيق المعاملات المالية بشكل آمن، وللمقاصة الإلكترونية نظامين:

- نظام التسوية الاجمالية الفورية - (Algeria Real Time Settlements-ARTS).
- نظام الجزائر للمقاصة المسافية بين البنوك - (Algérie Tété-Compensation Interbancaire-ATCI).

2- السحب بالنظر Paiement A Vue-PAV

عملية السحب بصفة عامة في الحساب البريدي الجاري، تشير إلى تصرف صاحب الحساب للأموال المودعة في الحساب من خلال سحب جزء أو كل المبلغ المتاح في الحساب، حيث يُمكن لأصحاب الحسابات البريدية الجارية سحب الأموال نقداً من شبائيك البريد باستخدام الصكوك البريدية أو البطاقة النقدية المرتبطة بالحساب، أما فيما يخص عملية السحب بالنظر** (PAV) والمتعلقة أساساً بالصك البريدي دون غيرها، هي عملية تتم عند تقدم صاحب الحساب أو حامل الصك للشبائيك المجهزة بالإعلام الآلي، من أجل السحب النقدي لأمواله بواسطة هذا الصك، وهنا تمر العملية بمجموعة من المراحل هي:

- دور الوكيل (المكلف بالعملاء في الشباك): يراقب الوكيل الصك من حيث (المبلغ، مطابقة التوقيع، وصلاحيّة الحساب)، ويتأكد من اسم المستفيد بالمقارنة مع وثيقة الهوية المقدمة (بطاقة التعريف، جواز السفر)، يتأكد أيضاً من شكل المستفيد بالنظر إليه ومقارنة بالصورة الموجودة على الوثيقة التعريفية للشخص، بعدها مباشرة وبعد التأكد يقوم الوكيل بحجز المعلومات على النظام المعمول به في جهاز الحاسوب لديه (رقم الحساب، مفتاح المراقبة،

* غرفة المقاصة: بموجب التنظيم رقم (97) في الجزائر، يتم تنظيم وتسيير وأداء مهام غرفة المقاصة وفقاً للمادة الثالثة من التنظيم، حيث تتناول هذه المهام أساساً تسهيل العمليات المالية اليومية بين المشتركين، سواء كانت هذه العمليات تتم بشكل عادي أو إلكتروني، كما يتحمل المشتركون في غرفة المقاصة تكاليف تسييرها وفقاً للشروط المحدد من قبل البنك، وتشمل جميع العمليات التحويلية في السياق الجزائري، وفقاً للمادة (18) من التنظيم، والتي تنص على: "كافة العمليات التحويلية اليومية بين البنك الجزائري والأعضاء من جهة وبين الأعضاء فيما بينهم من جهة أخرى، لصالح صاحب الحساب لدى المشتركين فيها بكافة وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية، ويتم ذلك في مقر الغرفة وبحضور ممثل لكل عضو معني بالعملية التحويلية" (الجريدة الرسمية الجزائرية، التنظيم 97-03 المتعلق بغرفة المقاصة، 1998، الصفحات المادة 03-18).

** PAV : Paiement à vue.

المبلغ، رمز الرسم)، في حالة وجود المبلغ الكافي، يؤكد العملية الوكيل في النظام ويقوم بعملية التخليص، وذلك بعد ختم الصك في الخلف

- عمليات المحاسبة: تعالج الصكوك المؤداة بالنظر، مثل الصكوك المؤداة بواسطة السحب عند الاطلاع، حيث يسجل مبلغها في آخر النهار في عمود الاعتمادات، في الدفتر CH60 Bis، بالعبارة "صكوك مؤداة بالنظر"، ويحتفظ بالصكوك المؤداة بالنظر وقوائم CH60TER SP في الأرشيف لمدة (27) شهر.

ويمكن أن تقدم عملية السحب بمبالغ مختلف حسب طريقة السحب أو المستفيد منها (صاحب الصك/حامله):

- سحب الأموال باستعمال صك بريدي محرر باسم صاحبه: حيث يتم السحب مباشرة، بالنسبة لمبلغ سحب تقل قيمته عن 200.000,00 دج أو تعادلها؛ كما لا يسمح بإجراء السحب الذي يفوق القيمة المالية السابقة وأيضاً بعد انقضاء فترة 24 ساعة؛
- سحب الأموال باستعمال صك بريدي محرر باسم حامله: حيث يمكن لحامل الصك سحب مبلغ يصل إلى 5000,00 دج باستخدام مطبوعة الصك الأصلي؛
- سحب الأموال باستعمال صك بريدي محرر باسم وكيل مذكور على التوقيع المسلم من قبل مكتب البريد: ويكون السحب مباشراً بالنسبة لمبلغ سحب تقل قيمته عن 20.000,00 دج أو تعادلها؛
- سحب الأموال بواسطة الاستمارة الموحدة (Imprimé Unique-SFP01.1) وباستعمال البطاقة النقدية: حيث يشترط حضور صاحب الحساب شخصياً، مع التأكد من هويته، ومصحوباً بالبطاقة النقدية ورمز تعريفها الشخصي* (PIN)؛ ويكون السحب مباشراً لمبلغ سحب تقل قيمته أو تعادل 200.000,00 دج؛
- سحب الأموال باستعمال صك بريدي محرر باسم شخص حائز على توكيل: في هذه الحالة يسلم المبلغ مباشرة لطالبه (الشخص الحائز على التوكيل)، وهذا بالنسبة لمبلغ سحب مذكور على التوكيل، تقل قيمته أو تعادل 20.000,00 دج، بالنسبة للعملية الواحد فقط؛
- سحب الأموال باستعمال الاستمارة الموحدة (صك النجدة - SFP01): وهي خدمة مخصص فقط لصاحب الحساب البريدي الجاري، وبها يمكن سحب مبلغ يصل إلى 20.000,00 دج باستعمال المطبوع الموحد فقط (دون توفر البطاقة النقدية "الذهبية")، شرط تطابق الإمضاء مع وجوب تقديم نسخة من الوثيقة التعريفية للهوية، ويتم كل هذا بعد التأكد من عدم حصول المعني على دفتر الصكوك CH28 عبر نظام Trace Mail؛
- لا يسمح بسحب أكثر من 200 000.00 دج إلا على مراحل وفي أيام متوالية من آخر عملية سحب؛
- الصك الصادر لحامله صالح لمدة ثلاثة (3) أشهر.

3-الاقطاعات الحتمية Prélèvement d'Office

يمكن لأصحاب الحسابات البريدية الجارية، تقديم طلب لاقطاع مبلغ بعض الرسوم والواجبات، مثل الاشتراك في الصناديق البريدية، رسوم آلة التخليص، الرسوم المترتبة عن الاعفاء من الختم وغيرها، في هذه الحالة يتم سحب الأموال من الحساب وفقاً للأمر بالاقطاع الذي ينظمه القانون التجاري، والمعروف بـ "Prélèvement d'Office"، يتم تحديد هذا

* PIN : Personal Identification Number.

الأمر في المادة (543) من القانون التجاري والمكرر في المرسوم 21 من نفس القانون، ويحتوي أمر الاقتطاع على المعلومات الضرورية لتنفيذ العملية حسب القانون، مثل:

- اسم المدين الذي سيتم سحب الأموال من حسابه؛
- المعلومات المصرفية الخاصة بالمدين لتحديد الحساب المستهدف للسحب؛
- توقيع المدين، مُظهراً موافقته على عملية الاقتطاع؛
- قيمة المبلغ الذي سيتم اقتطاعه.

يُمكن لهذا الأمر نقل ملكية الأموال المشمولة بالاقتطاع بشكل قانوني فور تنفيذ عملية السحب من الحساب، كما يرسل إشعار إلى المدين يُبلغه بتفاصيل عملية الاقتطاع والمبلغ الذي تم سحبه.

4-الاقتطاع الآلي وعملية المسح Balayage & Prélèvement

يُمكن الاستفادة من هذه الخدمة من طرف الشركات والبنوك والأفراد الذين يتمتعون بصفة تاجر، والذين يقدمون ائتمانيات أو تسهيلات للدفع لعملائهم الذين يمتلكون حسابات بريدية جارية (Ccp) لاقتناء السلع والخدمات، كما تختص بالتعاونيات ومنظمات إدارة الأعمال الاجتماعية في مختلف القطاعات العامة أو الخاصة، حيث تقوم هذه الخدمة بتبسيط عملية استحقاق المدفوعات للأفراد الذين يستفيدون من قروض مختلفة، وبموافقة أصحاب الحسابات البريدية الجارية، يتم تفويض النظام لأخذ المبالغ المستحقة مباشرة من حساباتهم البريدية الجارية، ويعني هذا أن السداد يتم بشكل تلقائي دون الحاجة لتدخل يدوي، وهذا يعزز التسديد الفعال ويقلل من فرص حدوث تأخيرات في سداد المستحقات المالية، كما يساهم في تحسين تجربة المستفيدين من القروض، إذ يقلل من الإجراءات الإدارية ويضمن الالتزام بالمدفوعات في الوقت المحدد، وهذا يعزز أيضاً النظام المالي للأفراد والمؤسسات.

هذه الخدمة تتمثل أساساً في ضمان عمليات السحب التلقائي (الأتوماتيكي) للمبالغ المستحقة – الأقساط المتفق عليها في عقد البيع – من الحسابات البريدية الجارية للأشخاص المتعاقدين، وهذا بناءً على تفويض رسمي من صاحب الحساب البريدي الجاري.

5- العمليات المتعلقة بالمنصة الرقمية لبريد الجزائر E-CCP

يقصد بهذا النوع من الخدمات عن بعد في "بريد الجزائر" جميع العمليات التي تتم عبر الإنترنت أو خارج المكاتب البريد، دون الحاجة للتواصل المباشر مع موظفي البريد، وتشمل هذه الخدمات عادة عدة طرق متنوعة، تتيح للعملاء إتمام معاملاتهم بسهولة ويسر بدون الحاجة للحضور شخصياً إلى المكتب البريدي، ومن هذه الطرق نذكر:

أ- استخدام الموقع الإلكتروني www.poste.dz

عملت مؤسسة بريد الجزائر خلال السنوات الأخيرة على توفير أوسع نطاق من الخدمات عبر الإنترنت بهدف تسهيل التعاملات المالية لعملائها، وبالإضافة إلى موقعها الرسمي، توفر المؤسسة تطبيقها الشهير بريدي موب (BaridiMob) الذي يوفر مجموعة واسعة من الخدمات المالية للعملاء، مما يتيح لهم إدارة حساباتهم بكل سهولة.

- الاطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري: تتيح مؤسسة بريد الجزائر لكل عملائها إمكانية الاطلاع على رصيد حساباتهم الجارية عبر موقعها الرسمي، وذلك لمعرفة الرصيد واستظهار الكشف المتعلق بأخر عشر (10) عمليات على الحساب، كما يوفر إمكانية فتح حساب بريدي جاري عبر الإنترنت ودون عناء التنقل للمكتب، وبخطوات بسيطة عبر الرابط (ccpnet.poste.dz).
- طلب البطاقة الذهبية: توفر مؤسسة بريد الجزائر لكل عملائها إمكانية طلب البطاقة الذهبية عبر موقعها الإلكتروني الرسمي، كما تمكن إمكانية تتبع حالة البطاقة الذهبية (تاريخ صلاحيتها، تاريخ نهاية الصلاحية، ... الخ)، مع إمكانية تجميدها أو رفع التجميد عنها، كل هذا يتم عن بعد وعبر الموقع.
- تعبئة رصيد الهاتف النقال: هذه الخدمة توفر إمكانية تعبئة رصيد الهاتف النقال لمعاملتي الهاتف النقال في الجزائر الثلاثة (Ooredoo، Mobilis، Djazzy)، عن طريق استخدام البطاقة الذهبية عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة أو تطبيق بريدي موب، كل هذا عبر الرابط التالي: (baridinet.poste.dz/#recharge).
- تعبئة رصيد الإنترنت: تسهل هذه الخدمة لعملاء مؤسسة بريد الجزائر إمكانية تعبئة حسابات الإنترنت الخاصة باشتراكات مؤسسة "اتصالات الجزائر"، كما تمكنهم أيضاً من دفع فواتير الهاتف الثابت سواءً عبر فضاء العملاء أو عن طريق الانتقال إلى رابط الموقع التالي بشكل مباشر: (ec.algerietelecom.dz/portail.php).
- تحميل الاستثمارات الخاصة بـ "بريد الجزائر": يُمكن تحميل العديد من الاستثمارات والمطبوعات المهمة والقابلة للاستخدام عبر مكاتب البريد، التي توفرها المؤسسة لعملائها من خلال هذه الخدمة عبر الموقع الإلكتروني لها، وذلك عبر الرابط التالي: (ccpnet.poste.dz/Customer/imprimes).
- دفع الفواتير عبر الإنترنت: تتيح المؤسسة إمكانية دفع الفواتير الخاصة بالعديد من المؤسسات والمتعاملين الذين أقامت معهم اتفاقيات لتسهيل هذه الخدمة عن بعد وذلك في إطار مساعي الدولة الجزائرية لرقمنة الخدمات، ويُمكن أن نبرز قائمة الفواتير التي يُمكن دفعها عن بعد ومن خلال الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر كما يلي:
 - فواتير الجزائرية للمياه (ADE) عبر الرابط التالي: (www.baridinet.poste.dz/Ade).
 - فواتير سونلغاز (SONELGAZ) عبر الرابط التالي: (www.baridinet.poste.dz/Sonelgaz).
 - فواتير شركة المياه والتطهير للجزائر (SEAAL) عبر الرابط التالي: (www.baridinet.poste.dz/seaal).
 - فواتير متعامل الهاتف النقال موبيليس (Mobilis) عبر الرابط التالي: (www.e-paiement.mobilis.dz).
 - فواتير متعامل الهاتف النقال جازي (Djazzy) عبر: (www.baridinet.poste.dz/#recharge).
 - فواتير متعامل الهاتف النقال أوريدو (Ooredoo) عبر: (www.baridinet.poste.dz/#recharge).
 - فواتير الهاتف لاتصالات الجزائر (Alg/Télé) عبر: (www.ec.algerietelecom.dz/portail.php).
- شراء تذاكر السفر والتأمينات: من خلال هذه الخدمة يُمكن لعملاء مؤسسة بريد الجزائر الحصول على تذاكر الطيران عبر استخدام البطاقة النقدية "الذهبية"، وهذا يدخل في نفس النهج الذي تسعى إليه المؤسسة من خلال إبرام اتفاقيات مختلفة مع مجموعة واسعة من القطاعات والكيانات في الجزائر، مثل الشركة الوطنية "الخطوط الجوية الجزائرية"، والشركة الوطنية "طيران طاسيلي" وشركة التأمين الشامل "CAAT"، وأيضاً شركة كرامة للتأمين

"Caarama Assurance"، حيث يُمكن الاستفادة من هذه الخدمة وبسهولة تامة من خلال الموقع الرسمي لبريد الجزائر، وذلك عبر الرابط: (www.baridinet.poste.dz/#billets)، بالنسبة لتذاكر الطيران.

ب- استخدام البطاقة النقدية (الذهبية)

هي بطاقة دفع/ سحب أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر في جانفي 2017، بخصائص مطابقة لمعايير الأمان الدولي (EMV- يورو باد؛ ماستر كارد؛ فيزا)، حيث بإمكان حامل هذه البطاقة أن يجري العديد من العمليات المالية، ومن هذه الخدمات نذكر:

- عند استعمالها عبر الشباك البنكي (GAB)*: تتيح هذه البطاقة النقدية عبر هذا النظام البنكي (الشبابيك البنكية - GAB)، القيام بعمليات سحب نقدي وبالعلة الوطنية من أي صراف آلي، بالإضافة إلى إمكانية الاطلاع على رصيد الحساب وطلب إعداد كشف مصغر يتضمن آخر (10) عمليات تم إجراؤها بوساطة البطاقة، يُمكن أيضاً طلب دفتر الصكوك، كذلك يُمكن: (تحويل الأموال؛ دفع الأموال؛ تسديد الفواتير؛ تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال لكافة المتعاملين؛ كذلك من خلال هذه الشبابيك البنكية والبطاقة النقدية يُمكن تغيير رقم الهاتف الذي تم ربطه بالبطاقة وإضافة رقم جديد).
- عند استعمالها عبر نهائيات الدفع الإلكتروني بالمتاجر: عند استخدام الدفع الإلكتروني عبر نهائيات التسوق، تتيح هذه البطاقة النقدية لحاملها، تسديد قيمة المشتريات والخدمات (عند كل تاجر منخرط في الخدمة ويملك جهاز الدفع الإلكتروني (TPE).

ث- باستخدام التطبيق بريدي موب - BaridiMob

تتيح بريد الجزائر من خلال هذا التطبيق لعملائها استخدام مجموعة متنوعة من الخدمات البريدية عبر منصتها الإلكترونية السابقة الذكر (www.poste.dz)، حيث يتيح هذا النظام الوصول السريع والفعال للخدمات على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع، وهذا التطبيق تتوفر خدماته لكل حامل للبطاقة النقدية "الذهبية"، ومن الخدمات التي يوفرها نجد:

- عرض حالة الرصيد الحالية للحساب البريدي، وكذا معلومات الحساب، بالإضافة إلى تفاصيل العمليات التي تمت على الحساب باستخدام البطاقة النقدية؛
- حالة البطاقة النقدية "الذهبية"، وتفاصيل العمليات المنفذة باستخدامها، بالإضافة إلى تحديد الحد الأقصى للمبالغ المتاحة على البطاقة، يُمكن أيضاً تجميد البطاقة وإعادة تفعيلها بطلب من العميل؛
- التحويل: يتيح هذا التطبيق عملية تحويل ونقل الأموال من حساب إلى حسابات آخرين، مع مراعاة الشروط التالية: (يجب على الشخص المستفيد من التحويل أن يكون حاصلاً على البطاقة النقدية "ذهبية"؛ وأن تكون القيمة المالية للتحويلات داخل الحد اليومي المسموح به في تسقيف الدفوعات اليومية للبطاقة؛ تفرض رسوم متغيرة على كل عملية تحويل استناداً إلى قيمة المبلغ المنقول وبإذن من صاحب الحساب)؛

* GAB : Guichet Automatique Bancaire.

- يتم تحديد التعريف المطبقة لكل عملية تحويل وفقاً للأحكام الواردة في القرار التنفيذي رقم 14/299 الصادر في 21 أكتوبر 2014.

د- باستخدام تطبيق أو خدمة بريدي باي – Barid Pay

الطريقة المستخدمة لعمليات الدّفع في هذه الخدمة – تم التطرق لها سابقاً – تتم بدُون الحاجة لأي اتصال مادي، بمعنى أنها تتم بدُون استخدام البطاقة النقدية وبدُون حاجة للسيولة المالية، وذلك من خلال إجراء عملية مسح ضوئي باستخدام تطبيق "بريدي موب"، حيث ينشأ رمز الاستجابة السريع بناءً على هذا المسح، وكما ذكرنا سابقاً يتم تزويد التاجر من قبل مؤسسة البريد بالرمز الذي يتيح للعميل تحويل الأموال من حسابه إلى التاجر بشكل آمن وفوري، كل هذا يوفر لعملاء المؤسسة شراء المنتجات والخدمات ببسر وسهولة وأمان.

ثانياً: رصد عمليات خدمة الحساب البريدي الجاري - CCP

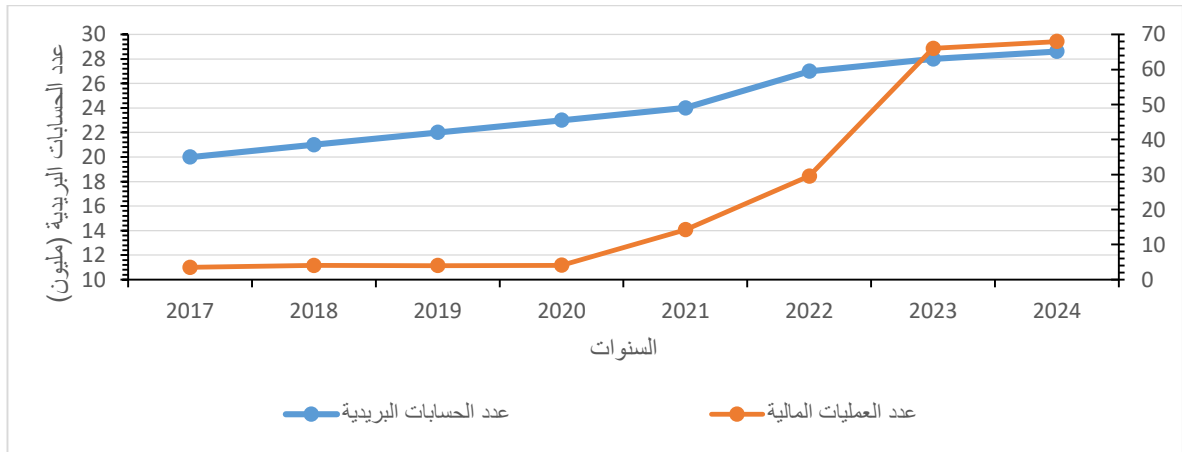
باعتبارها تشكل إحدى الخدمات الرئيسية التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، تظهر الأرقام المسجلة بوضوح مدى ضخامة قاعدة العملاء وحجم معاملاتها المالية، حيث ينجز العملاء هذه المعاملات بفعالية عبر مجموعة متنوعة من وسائل الدّفع والسحب والتحويلات – كما سبق وفصلنا فيه -، ويشمل ذلك المعاملات المالية الإلكترونية التي تتاح لهم عبر الوسائط الإلكترونية.

تُعزز تلك الأرقام الضخمة التي تسجلها المؤسسة من التزامها بتلبية احتياجات الجماهير (العملاء) المتنوعة، وتعكس استعدادها لتقديم خدمات مالية متنوعة تتسم بالسرعة والأمان، كما يتمثل التنوع في وسائل التعامل المالي المتاحة في إتاحة فرص العملاء لتحديد الخيار الذي يلبي تماماً متطلباتهم المالية ويسهم في جعل تجربتهم التعاملية مع المؤسسة أكثر فعالية وسلاسة.

1- عدد الحسابات البريدية الجارية والعمليات المالية عليها

شهدت الحسابات البريدية الجارية التي تم فتحها تطوراً كبيراً من سنة إلى أخرى، حيث يظهر الرسم البياني للشكل رقم (07-02) بوضوح هذه الزيادة الكبيرة، مما يعكس التطور الديناميكي والنمو الإيجابي لهذه الحسابات، مما أدى إلى جذب وتحفيز العملاء على إجراء المزيد من العمليات المالية.

الشكل رقم (07-02): تطور عدد الحسابات البريدية الجارية وعدد العمليات المالية البريدية



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لشركة SATIM، 2020)

من خلال تحليل منحى تطور عدد الحسابات الجارية وعدد العمليات عليها في الفترة (2017-2023)، نرصد تتقدماً مستمراً وكبيراً في عدد الحسابات البريدية الجارية على مستوى الوطن وفي جميع المكاتب البريدية، حيث وصل إجمالي عدد الحسابات نهاية سنة 2022 إلى أكثر من 27 مليون حساب، وهو ما يمثل زيادة بنسبة 9.41% مقارنة بعام 2021 الذي بلغ فيه عدد الحسابات أكثر من 24,5 مليون حساب، ووصل إجمالي عدد الحسابات خلال السداسي الأول سنة 2024 إلى أكثر من 28,61 مليون حساب، وهو ما يمثل زيادة بنسبة 1,96% مقارنة بعام 2022، وتعكس هذه النسبة الجديدة بشكل واضح الجهود المبذولة من قبل المؤسسة في نشر الوعي المالي بين عملائها، والتوسع المستمر في تقديم خدماتها.

تعود هذه النتائج إلى توسيع الشبكة البريدية التي امتدت إلى 4289 مكتب بريدي في السداسي الأول لسنة 2024 عبر ربوع الوطن، مما أسهم في استمرار العمليات المالية بشكل مستمر وطردي مع نمو الحسابات من عام إلى آخر، خاصة بعد أزمة "كوفيد-19" التي أثرت على الجزائر في بداية عام 2020.

في هذا السياق، يُمكن ربط هذا الارتفاع في عدد العمليات بالمنحة الحكومية للشباب البطالين، حيث أسهمت في تعزيز التحفيز المالي لهم، مما دفع بزيادة العمليات المالية.

إلى جانب هذا التطور في عدد الحسابات الجارية وعدد التعاملات المالية، نوضح في الجدول رقم (04-02) مؤشرات تفصيلية لمختلف المعاملات المالية على الحساب الجاري البريدي (CCP)، وذلك لسنتين الماضيتين (2022-2023).

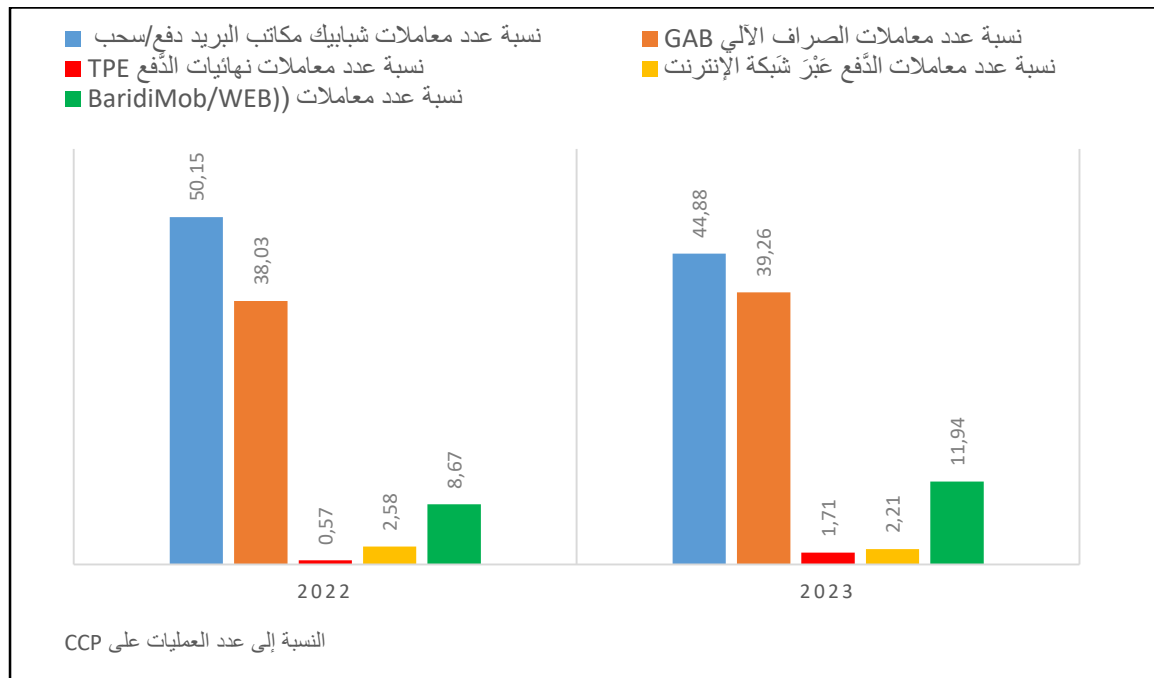
الجدول رقم (04-02): مؤشرات المعاملات على الحسابات الجارية البريدي

المؤشرات	2022	النسبة %	2023	النسبة %
عدد معاملات شبابيك مكاتب البريد دفع/سحب	151 648 137	50.15	177 910 928	44.88
عدد معاملات الصراف الآلي GAB	114 972 914	38.03	155 603 450	39.26
عدد معاملات نهائيات الدّفع TPE	1 704 278	0.57	6 786 072	1.71
عدد معاملات الدّفع عبر شبكة الإنترنت	7 798 558	2.58	8 752 842	2.21
عدد معاملات (BaridiMob/WEB)	26 221 904	8.67	47 334 556	11.94
عدد الإجمالي لمعاملات CCP (دفع/سحب)	302 345 791	100	396 387 843	100

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لشركة SATIM، 2020) و(www.mpt.gov.dz، 2024)

تظهر البيانات التحليلية من خلال الجدول، لعامي (2022-2023) تطوراً في أنماط المعاملات المالية لمؤسسة بريد الجزائر، حيث يسجل عدد معاملات شبابيك مكاتب البريد (سحب/دفع) انخفاضاً بنسبة 5,27% في عام 2023، بينما يشهد عدد المعاملات على الصراف الآلي (GAB) استمراراً في الارتفاع بنسبة 1.23%، في المقابل يرتفع أيضاً عدد المعاملات على نهائيات الدّفع (TPE) بنسبة 298,19% وهي نسبة عالية مقارنة بعام 2022، وهذا يشير إلى زيادة الاعتماد على وسائل الدّفع الإلكتروني لدى العملاء وفي نقاط البيع، كذلك شهدت معاملات الدّفع عبر الإنترنت ارتفاعاً بنسبة 12,89%، بينما يرتفع عدد المعاملات على التطبيق (BaridiMob/WEB) بنسبة 3,27، مشيراً إلى زيادة حجم استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة ومواقع الويب.

الشكل رقم (02-08): توزيع النسب المئوية للوسائل المستخدمة حسب إجمالي عدد عمليات CCP



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (www.mpt.gov.dz, 2024)

إجمالاً تشهد نسب المعاملات على الحساب الجاري البريدي (CCP) ارتفاعاً بنسبة 31,08 % خلال الفترة (2022-2023)، مما يرجح تبني تقنيات جديدة أو تغيرات في سلوك المستهلكين.

يعكس هذا التحليل تحولات ديناميكية في تفضيلات العملاء واعتماد تكنولوجيا الدفع التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر وتسعى جاهدة لتطويرها وتوسيع دائرة استخدامها لدى عملائها، وهذا قد يكون نتاجاً عن تأثيرات كثيرة، مثل متطلبات السوق، التحول الرقمي، والابتكار التكنولوجي وغيرها من المدخلات.

2-الشباك الآلي والبطاقة النقدية (الذهبية)

تمتلك مؤسسة بريد الجزائر شبكة آلية (GAB) تضم 1993 نقطة خدمة موزعة عبر كامل الوطن، بالإضافة إلى أكثر من 13,17 مليون بطاقة نقدية "ذهبية"، تسمح لهم بإجراء الكثير من المعاملات المالية، حيث بلغت 90 مليون معاملة سنوياً، ولتوضح هذا أكثر ندرج الجدول رقم (02-05) لتحليل ومناقشة العلاقة بين طول شبكة هذه الموزعات الآلية والعمليات التي تحدث من خلالها بواسطة البطاقة الذهبية (www.mpt.gov.dz, 2024).

الجدول رقم (02-05): عدد الصرافات الآلية وعدد حاملي البطاقة (الذهبية) ومختلف العمليات بها

المؤشرات	عدد الصرافات الآلية لبريد الجزائر	عدد حاملي البطاقة الذهبية	عدد العمليات على الخط	عدد العمليات على بريدي موب	عدد العمليات على TPE	تعبئة رصيد الهاتف النقال عبر الصرافات
2017	1.300	7.492.508	-	-	-	-
2018	1.378	5.781.104	-	-	-	-
2019	1.403	5.602.684	-	-	-	-
2020	1.407	6.766.383	4.070.057	-	-	-
2021	1.409	8.841.339	6.936.531	5.991.451	1.317.356	-
2022	1.920	10.124.456	8.059.207	19.343.269	1.624.343	516.279
2023	1.993	12.334.584	12.374.649	50.594.287	2.376.770	658.367
2024/s ₁	2.012	14.345.596	15.012.689	59.569.185	2.986.325	936.125

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لشركة SATIM، 2020)

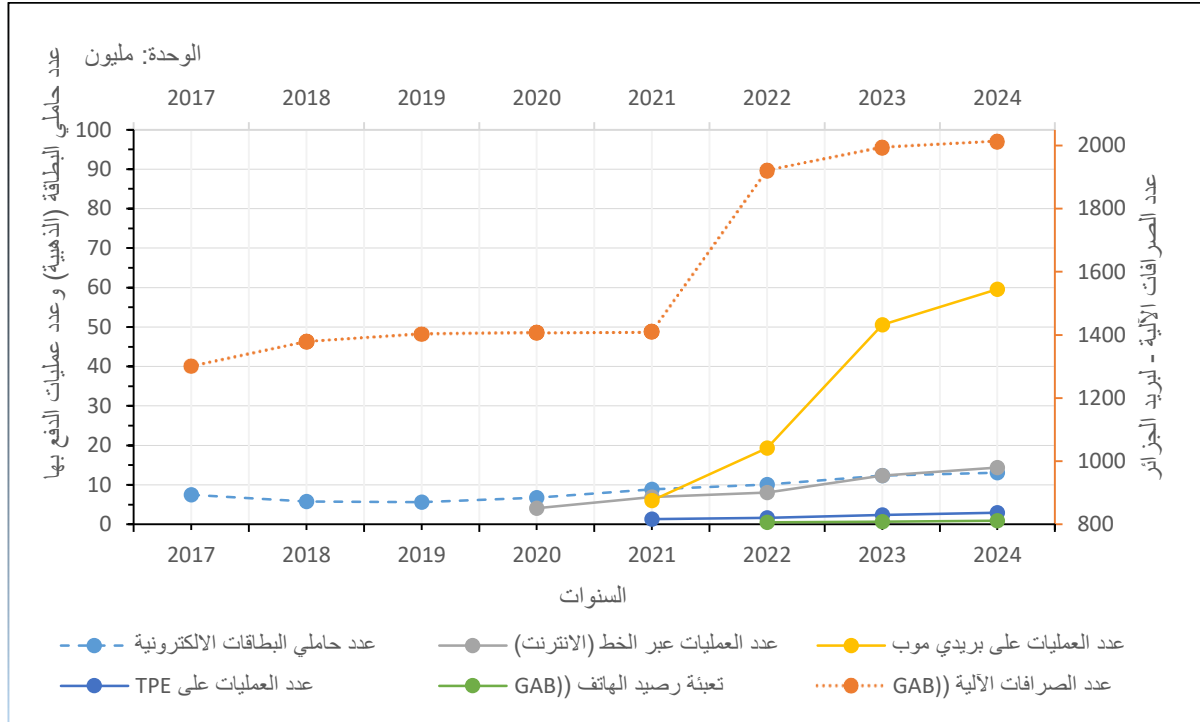
تظهر البيانات في الجدول تطوراً كبيراً في خدمات بريد الجزائر على مدى السنوات الماضية (2017-2023)، ففيما يتعلق بعدد الصرافات الآلية لمؤسسة بريد الجزائر، نلاحظ أنها شهدت زيادة مستمرة من 1.300 في عام 2017 إلى 2.012 موزع آلي في النصف الأول من سنة 2024، ما يمثل نمواً بنسبة 54,77%، أما عدد حاملي البطاقة النقدية "الذهبية"، وكما أشرنا له سابقاً، فقد ارتفع بنسبة 80,6%، فمن 6.766.383 بطاقة موزعة في عام 2020 إلى 14.345.596 بطاقة موزعة في النصف الأول من سنة 2024.

فيما يتعلق بالعمليات التي أجريت بالبطاقة "الذهبية"، فنجد أن العمليات على الخط (الإنترنت)، شهدت زيادة هائلة بنسبة 268,9%، فمن أكثر من 4 مليون عملية عام 2020 إلى 59.57 مليون في السداسي الأول لسنة 2024، وهذا يمثل قفزة كبيرة جداً في اتجاهات المستخدمين لمثل هذه الخدمات المالية الرقمية، وبالنسبة للعمليات على التطبيق "بريدي موب"، فقد نمت هي الأخرى بنسبة عالية تقدر بـ 223% بين عامي 2021 و2022، لتنتقل بنسبة أقل تقدر بـ 161,66% في عام 2023.

تظهر البيانات المتاحة حتى النص الأول من سنة 2024 نمو قوي في استخدام الخدمات المالية الرقمية لبريد الجزائر، مما يدل على تحول واضح نحو اعتماد الوسائل التكنولوجية، ويتضح من الأرقام في الجدول أعلاه زيادة الطلب على الخدمات الرقمية والتوسع المستمر في شبكة الصرافات والخدمات المتاحة، مما يسهم في تحسين جودة الخدمة المقدمة للمستخدمين وتقليل الضغط على المكاتب البريدية التقليدية.

والشكل رقم (02-09) يوضح هذا التطور:

الشكل رقم (02-09): العلاقة بين عدد الصرافات الآلية وعدد حاملي البطاقة (الذهبية)



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لشركة SATIM، 2020) و(المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

تظهر البيانات أن عدد العمليات على نهائيات الدّفع (TPE) شهد نُموّاً ملحوظاً بدءاً من عام 2021، وهي بداية تعميم هذه الخِدْمَة على المتاجر وإلزامهم بمسك هذه الأجهزة من طرف الحكومة عن طريق مصالح ومديريات التجارة عبر كامل الوطن، وهذا يشير إلى بداية استخدام تقنيات نقاط البيع الإلكتروني في الخدمات المالية والتجارية في بريد الجزائر.

ارتفع عدد العمليات على (TPE) بنسبة 80,84% من عام 2021 إلى غاية السداسي الأول من عام 2024 يظهر انتقالاً كبيراً في الاعتماد على هذه التقنية، ويُمكن أن يرتبط ذلك بالتحسينات في البنية التحتية التكنولوجية والتوسع في استخدام وسائل الدّفع الإلكتروني، هذا النُّمو قد يعكس أيضاً اتجاهاً عاماً نحو التحول الرقمي في قطاع الخدمات المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر بصفة خاصة والتجارية في الجزائر بصفة عامة.

المطلب الثاني: خدمة الحوالات البريدية والمعاشات - Les Mandats Et Les Pensions

تعتبر خدمة الحوالات والمعاشات من بين الخدمات المالية الحيوية التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، وتلعب دوراً أساسياً في تلبية احتياجات العملاء، حيث توفر هذه الخدمة سبلاً سهلاً وفعّالة لنقل الأموال واستلام المعاشات، مما يساهم في تحسين خدمة العملاء وتيسير حياتهم المالية، فبفضل هذه الخدمة يُمكن للأفراد أن يقوموا بمجموعة من الخدمات، مثل دعم عائلاتهم أو تلقي المعاشات الخاص بهم بشكل موثوق وفعّال.

وحسب المادة (87) من القانون 03-2000، الحوالة "هي وسيلة لتحويل الأموال، يصدرها المتعامل وترسل بالبريد أو التيلغراف أو إلكترونياً" (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2000).

ومن خلال هذا الجزء من الدراسة سنقوم بشرح مفصل لأنواع هذه الحوالات ودور كل نوع منها على المستويين النظام الداخلي (الفرع الأول) والنظام الخارجي (الفرع الثاني)، حسب النظام المعمول به في مؤسسة بريد الجزائر.

الفرع الأول: الحوالات المصدرة - Les Mandats Emis

تقسم الحوالات المصدرة (M-Emis) في بريد الجزائر إلى نظامين، داخلي وخارجي، وذلك استناداً إلى الجهة المرسلة إليها هذه الحوالة.

أولاً: الحوالات المصدرة في النظام الداخلي

الحوالات المصدرة في هذا النظام، تشمل الحوالات التي تُصدرها مكاتب البريد لصالح المتعاملين داخل الوطن (نظام داخلي)، وتصنف إلى (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024):

1- حوالات الدفع السريع 1418 - Les Versements Accélérés

يستخدم هذا النوع من الحوالات لتعبئة رصيد الحساب البريدي الجاري من قبل صاحب الحساب أو أي شخص آخر، ويتم ذلك باستخدام المطبوع الموحد (Imprimé Unique)، ورغم فعاليتها، إلا أنه يُعتبر من عيوبها عدم وجود رقم إصدار يُمكن الرجوع إليه في حالة الشكاوى، مما قد يؤثر على إمكانية حل المشكلات أو الاستفسارات في وقت لاحق.

2- الحوالة الاجتماعية 1419

يُصدر هذا النوع من الحوالات من طرف المركز الوطني للصكوك البريدية، ويتم استحقاقها على مستوى القباضات الرئيسية لبريد الجزائر، خصوصاً للأفراد الذين لا يمتلكون حساباً بريدياً جارياً، غير أنه ومع مرور الوقت أصبحت هذه الحوالات ذات طابع اجتماعي نادرة الاستعمال في الوقت الحالي (أسباب تتعلق برقمنة القطاع)، مما يعكس التحولات في أساليب التعامل المالي والتفضيلات المتغيرة لدى العملاء.

3- الحوالة الإلكترونية - Mandat Electronique/M-E

هي حوالة صادرة نقداً أو بشيك، يتم دفعها نقداً في النظام المحلي، جاءت لتعويض خدمات الحوالات الأخرى باستثناء الحوالة 1418 و1419 سابقتي الذكر، يتم إصدارها من قبل مؤسسة بريدية (مكتب البريد) المتصلة بالشبكة،

وتدفع في مؤسسة بريدية أخرى في الوقت الفعلي إلى المستفيد أو الممثل القانوني له، أساسها إرسال الأموال إلى محل إقامته دون الحاجة لرقم حسابه البريدي، وهذا باستخداً المطبوع الموحد (Imprime Unique)، وتكون هذه الحوالة صالحة للدفع لمدة ستين (60) يوماً - ثلاثون يوم في مكتب الأداء وثلاثون يوم في مكتب الإصدار - من تاريخ إصدار السند (يتم تمديد هذه الفترة من خلال تأشيرة التاريخ)، وإذا لم يتم الدفَع ترجع إلى مرسلها بشكل آلي، ولا توجد قيود على المبلغ المرسل، باستثناء الحوالات الإلكترونية المرسلة إلى البريد الماكث، أو الأماكن العامة (الفندق، المقهى، إلخ) والتي تقتصر على خمسة عشر ألف (15.000,00) دج، غير أنه إذا تعدى المبلغ المرسل عتبة 200.000,00 دج وجب على مكتب الاستقبال قبل التخليص طلب التأكد (la Confirmation) من مكتب الإرسال، والحوالات التي لم تؤدي أو لم تسترجع، توضع قيد الإيداع تلقائياً من قبل النظام على مستوى المركز المالي الجهوي التابعة له.

4- حوالتك - H@walaTIC

هي خدمة تقدمها مؤسسة بريد الجزائر كباقي الحوالات الأخرى، تمتاز بتحويل الأموال بشكل فوري وبمبسط، حيث يتم ذلك عبر حوالة إلكترونية تمنح العميل إمكانية التحويل السريع والأمن للأموال داخل الجزائر، وتتضمن الخدمة ملء الاستمارة الموحدة (SFP1)، يتم إشعار المرسل والمستفيد بوصول الحوالة ورمزها عبر رسالة قصيرة (SMS)*، وذلك كإشعار للمستفيد لاستدعائه لاستلام الأموال من أي مكتب بريدي قريب له مع تقديم الرمز المرسل ووثيقة اثبات الهوية، هذه الخدمة تركز على السهولة والسرعة (www.poste.dz, 2023).

بالنسبة للمبالغ الممكن إرسالها، فقد حدد الحد الأدنى لمبلغ الحوالة بـ 1.000 دينار جزائري، وكحد أقصى لا يتجاوز 200 000,00 دينار جزائري، أما في حالة عدم سحب المبلغ في مدة ثلاثون (30) يوماً، يتم إعلام المرسل برسالة قصيرة (SMS) كاستدعاء للتوجه إلى مكتب البريد لاستعادة المبلغ بواسطة وثيقة الهوية ووصول الدفَع، ولكن في حالة تجاوز المدة عامين (24 شهر)، لا يمكن المطالبة بالاسترجاع.

ثانياً: الحوالات المُصدرة في النظام الخارجي

تأخذ هذه الحوالات المصدرة ** (TFP1) في هذا النظام الشكل الذي يُتيح المركز الوطني للصكوك البريدية بعد الحصول على الترخيص من بنك الجزائر، تمثل هذه العملية استثناءً في إجراءات المؤسسة، إذ يتطلب إصدارها إجراءات محددة وموافقة رسمية، حيث تستخدم هذه الحوالات لتلبية احتياجات المتعاملين من خارج الوطن، وتعكس توجهات السياسة المالية والتشريعات الرسمية المتبعة في هذا السياق، وتكون بالشكل التالي:

❖ حوالة النظام المالي العالمي *** IFS-IMO: هي حوالة مالية إلكترونية دولية تتميز بكونها وسيلة فعالة لتحويل

الأموال عبر الحدود الدولية، حيث يتم إصدارها بعد استيفاء جميع الإجراءات والتصاريف الضرورية من قبل بنك

* SMS : Short Message Service.

** TFP1 : يشير إلى " تحويلات الأموال عبر البريد إلى الخارج (Transferts de Fonds vers l'Étranger via Poste) "، وهي الحوالات المالية التي يتم إرسالها عبر خدمات البريد إلى دول أخرى، وتخضع لترخيص من بنك الجزائر.

*** IFS-IMO: International Financial System/ International Money Order.

الجزائر، يُجسد مكتب صرف العملات الأجنبية في مركز الوطني للصكوك البريدية هذا العمل، مما يسهم في توفير وسيلة موثوقة وسريعة لتحويل الأموال إلكترونياً عبر الحدود الوطنية (www.poste.dz, 2023).

الفَرْع الثاني: الحوالات المدفوعة (المؤداة) - Les Mandats Payés

تحظى جميع الحوالات المؤداة في مكاتب البريد بتركيز واهتمام خاص، والتي تستهدف متعاملين داخل الوطن، في حين يكون مصدرها إما من داخل الوطن أو خارجه، وهذا يبرز تنوع هذه الحوالات وأشكالها، مما يعكس التطور والتنوع في وسائل التحويل المالي المتوفرة في مؤسسة بريد الجزائر لتلبية احتياجات المستفيدين بفعالية وسهولة.

أولاً: الحوالات المدفوعة في النظام الداخلي

يعتبر هذا النوع من الخدمات الذي تقدمه مؤسسة بريد الجزائر لتسهيل عمليات التحويل المالي بين المشاركين في هذا النظام داخل الوطن، من الوسائل الآمنة والشائعة لنقل الأموال، حيث تمكن هذه الخدمة للعملاء من استلام الأموال بشكل سهل عبر كل من الحولتين (1418-1419).

ثانياً: الحوالات المدفوعة في النظام الخارجي

باستخدام جهاز حاسوب مربوط بالشبكة ومخصص لهذا النوع من الحوالات في المكتب البريدي، يتم فحص ومعاينة الحوالات المالية في النظام الخارجي، وفي خطوة تلي هذه المرحلة يتم طباعة الحوالات وتسليمها إلى المستفيد أو الممثل القانوني عليه، ولضمان الأمان وتحقيق من هوية المتلقي، يجب عليه تقديم وثائق ثبوت الهوية (بطاقة الهوية، جواز السفر) والرمز السري الخاص الذي يتفق عليه مع المرسل، كل هذه الخطوات والإجراءات تتيح التأكد من سلامة العملية المالية وحمايتها من أي محاولات احتيال أو استخدام غير مصرح به.

1- ويسترن يونيون (WU) - Western Union

تُقدم ويسترن يونيون (WU)* خدمة إلكترونية سريعة وعاجلة لتحويل الأموال للعملاء في الجزائر، سواء كانوا مواطنين جزائريين أو أجانب، حيث يتم تأمين التحويلات من خلال نظام فعال، يضمن نقل الأموال إلى الشخص المعني الذي تم تحديده مسبقاً من قبل المرسل وهذا ما يحقق (الموثوقية) لهذه الخدمة، كما يتم تحويل الأموال في غضون دقائق، دون النظر إلى بلد المنشأ أو هوية المستلم المشارك في هذه الخدمة وهذا ما يحقق (السرعة) في هذه الخدمة، أيضاً في هذه الخدمة لا حاجة لفتح حساب مصرفي أو حساب بريدي، ولا تفرض أي رسوم على المستلم الذي يشارك في هذه الخدمة وهو ما يحقق (السهولة والبساطة)، في حين يتم دفع نسبة من رسوم العمولة بشكل دوري إلى البريد الجزائري، كتعويض مقابل أي عملية تحويل يقوم بها عملاؤه، وينبغي الإشارة إلى أن هذه الخدمة في الجزائر، تكتفي بالاستلام للأموال المحولة من الخارج إلى الوطن فقط (لا يسمح إرسال الأموال بهذه الخدمة إلى خارج الوطن)، كما ينبغي للمستفيد

* ويسترن يونيون (WU): تعتبر خدمة التحويل السريع للأموال، التي أنشئت بواسطة جمعية أمريكية، من الخدمات الرائدة في مجالها، حيث بدأت نشاطها في عام 1856 تحت اسم "شركة البرقية للاتحاد الغربي"، وبدأت نشاطها المالي في عام 1914 من خلال تقديم خدمات تحويل الأموال، وفي عام 1974، أطلقت بطاقة الانتماء باسم "شركة البرقية للاتحاد". وفي عام 1989، بدأت عمليات تحويل الأموال خارج الولايات المتحدة. تغطي الشركة حالياً تقريباً كل دول العالم، ويبلغ عدد وكالاتها أكثر من 120.000 وكالة في 190 دولة، تضمنت هذه الخدمة الجزائر منذ 09 ماي 2001، حيث انخرطت 46 مكتب بريدي في هذا النظام، وتمتد حالياً عبر أغلب المكاتب البريد ذات التصنيف (RP, HC, R1, R2) مغطيتاً جميع ولايات الوطن (Algérie Poste, support de formation relatif au service transfert rapide de fonds -wu, 2019).

أن يكون مصحوباً بوثيقة إثبات الهوية، وكذا برقم مراقبة تحويل الأموال (MTCN) والرمز السري اللذين يزودهما به المرسل.

2- الحوالات الدولية - (MP12) Les Mandats Internationaux

هذه الحوالات تعتمد على استلامها عبر البريد العادي، حيث يتم إرسالها عادةً من فرنسا وبلجيكا، ولاستلام المبلغ، يقوم المستلم بتقديم وثائق اثبات الهوية في المكتب البريدي المعني، من الجدير بالذكر أن البريد العادي يعتبر وسيلة تقليدية لنقل وثائق الأموال أو الأموال في حد ذاتها، وعلى الرغم من سهولة الاستخدام، يُمكن أن تتسبب في تأخيرات زمنية وتحمل مخاطر فقدان والتلف، وفي الأوقات الحالية تتاح وسائل أخرى أكثر فعالية لتحويل الأموال عبر الحوسبة الإلكترونية وخدمات التحويل المالي عبر الإنترنت.

3- المعاشات الفرنسية المحوسبة - Les Pensions Françaises Informatisé

هذا النوع من الحوالات يمثل نقلاً مالياً خاصاً ومخصصاً للمتقاعدين الجزائريين الذين يحصلون على معاشاتهم من صناديق الضمان الاجتماعي الفرنسية، حيث يتم توجيه هذه الحوالات عبر البريد العادي، إلى المستفيدين في الجزائر، ليقوم المستفيد بالحصول على قيمة هذه الحوالات عبر تقديم وثائق الهوية المطلوبة الخاصة به، وذلك للتحقق من هويتهم قبل تسليم المبلغ المالي لهم.

المطلب الثالث: خدمة الادخار التابعة للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - CNEP*

تأسس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في الجزائر كان جزءاً من رؤية الدولة لتحقيق التنمية الاقتصادية وتعزيز الاستقلال المالي، ففي أعقاب الاستعمار الفرنسي، كانت الجزائر تواجه تحديات هائلة في بناء هيكل اقتصادي قائم على الموارد الوطنية، وتأتي خطوة تأسيس الصندوق كواحدة من بين مساعي الدولة، التي سعت من خلالها لجمع واستثمار الأموال المدخرة لدى المواطنين، والتركيز على دعم قطاعات البناء والتشييد لتحفيز النمو الاقتصادي. تبرز هذه التفاصيل أهم العمليات المنفذة على حسابات (CNEP)، بالإضافة إلى الدور البارز الذي تلعبه مؤسسة بريد الجزائر في تعزيز النظام المالي وتحفيز النشاط الاقتصادي.

الفصل الأول: تقديم بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - CNEP

تم تأسيس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في العاشر من أغسطس عام 1964 بموجب القانون رقم 64-227، حيث بدأ كصندوق لتضامن وجمع المدخرات، واستمر هذا الوضع حتى الأول من مارس 1967، حينما تم افتتاح أول وكالة في ولاية تلمسان، ويسعى الصندوق إلى تعزيز ثقافة التوفير وإدارة الاحتياط، وتحقيق استدامة النمو الاقتصادي. يظهر الارتباط التاريخي بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP) ومؤسسة بريد الجزائر تكاملاً يعزز الاستقرار المالي ويدعم التنمية، وهذا ما أكدته النتائج المالية المترتبة على نشاط الصندوق ضمن العلاقة بينه وبين بريد الجزائر.

وفي هذا السياق، سندسلط الضوء (أولاً) على مسار نشأة البنك، بدءاً من تأسيسه وتطوره التاريخي، وصولاً إلى الوضع الحالي للبنك، ثم ننتقل (ثانياً) لفصل في الاتفاقية المبرمة بين البنك ومؤسسة بريد الجزائر، حيث سنركز على مختلف جوانب الشراكة الاستراتيجية بين الصندوق/البنك و بريد الجزائر، أيضاً نستعرض الأهداف المشتركة التي ضمتها هذه الاتفاقية.

أولاً: نشأة بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - CNEP

تأسس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP)، في 10 أوت 1964، ونتيجة لهذا التأسيس، تم حل جميع صناديق التوفير الأخرى (CSDCA)، بما في ذلك صندوق التضامن للمقاطعات والبلديات في الجزائر، وهذا وفق التقنين رقم 64-227 (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 64-227 المتضمن إنشاء صندوق التوفير والاحتياط، 1964)، الذي أوضح من خلال المادة (08)، نشاطات الصندوق الوطني لتوفير والاحتياط، ومن بين هذه النشاطات:

- تجميع الادخارات التي يتم جمعها من خلال المصالح البريدية بصفة رسمية باسم الصندوق الوطني؛
- إطلاق وإدارة أشكال مختلفة من التوفير التي تستهدف تشجيع قطاع الإسكان؛
- التدخل لتسهيل التمويل اللازم لبناء السكن في إطار برنامج السكن الريفي؛
- منح قروض البناء مع فرض ضمانات عقارية.

* CNEP : Caisse Nationale d'épargne et de Prévoyance.

أ- المراحل التاريخية المهمة لصندوق التوفير والاحتياط CNEP

مرّ الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط/بنك بعدة مراحل وقد عبرت هذه المحطات التاريخية في طوره على تاريخ النظام البنكي والمالي الجزائري منذ نشأته بعد الحقبة الاستعمارية، سنركز في دراستنا على المراحل التي تلت تحول الصندوق من اعتباره قطاع عام مرتبط بجمع الادخارات الأسرية وتمويل العقار إلى اكتسابه الطابع التجاري كبنك.

1- مرحلة تحول الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط إلى بنك (1997-2004)

بناءً على القرار رقم 100 الصادر بتاريخ 09 جوان 1997 من وزارة المالية، تم تعديل وضعية الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ليكون مؤسسة بنكية معترف بها، ويخضع لأحكام المواد 114 و139 من القانون 10-90، التي تسمح له القيام بالأنشطة المصرح بها في المواد من 110 إلى 113 من نفس القانون.

قام الصندوق بتغيير وضعيته إلى شركة ذات أسهم برأسمال يبلغ 14 مليون دينار جزائري، وهذا بعد أن كانت وظائف الصندوق في السابق تتركز في جمع الودائع وتمويل المشاريع السكنية كقطاع عام مرتبط بجمع الادخارات الأسرية وتمويل العقار.

وفي ضوء طابعه التجاري الجديد، بدأ الصندوق/البنك في القيام باستثمارات في قطاعات أخرى بخلاف السكن، حيث تم افتتاح في هذه المرحلة 200 وكالة و3200 نقطة في مكاتب البريد على مستوى كامل التراب الوطني، مما يسهم في تعزيز الحضور وتوسيع نطاق الخدمات المصرفية لمدخري الصندوق/البنك، مستغلاً بذلك الشبكة الواسعة الانتشار لمؤسسة بريد الجزائر (www.poste.dz, 2023).

2- مرحلة ممارسة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط نشاطاته كبنك (2004-2018)

في الحادي والثلاثين من ماي 2005، اتخذت الجمعية العامة غير العادية للصندوق، قراراً بتوجيه استثماراتها في قطاع العقارات بشكل أكثر تركيز، وذلك من خلال منح الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط/بنك فرصة لتعزيز تركيزه في تمويل البنية التحتية والأنشطة المرتبطة بالبناء، وبشكل خاص في إنشاء الممتلكات العقارية ذات الطابع المهني والإداري والصناعي.

وفي الثامن والعشرين من فبراير 2007، اعتمدت الجمعية العامة العادية استراتيجية جديدة تتعلق بإعادة التمرکز للبنك، مما سمح له بتوسيع نطاق تقديم القروض العقارية، بما في ذلك القروض الرهنية والقروض الاستهلاكية، حيث تعطى في ذلك أولوية وأهمية خاصة للموفرين، مع تقديمها بشكل ثانوي للغير مدخرين، كما تم توجيه التمويل أيضاً لتعزيز الترقية العقارية وتنفيذ برامج سكنية موجهة حصرياً لفئة المدخرين (www.poste.dz, 2023).

3- مرحلة ما بين (2018-2023)

في عام 2018، شهد رأسمال البنك ارتفاعاً ملحوظاً من 14 مليار دينار جزائري إلى 46 مليار دينار جزائري، وتميزت هذه المرحلة بدخول صيغ الصفرية والتمويل التشاركي، تلاها الصيرفة والتمويل الإسلامي، حيث وإلى غاية نهاية 2023، شهد البنك زيادة في عدد الوكالات ليصل إلى 224 وكالة، بالإضافة إلى 15 مديرية جهوية، و156 موزعاً ألياً للأوراق النقدية (GAB)، و118 شباكاً تمويل إسلامي، وتشمل البنية الفرعية أيضاً وكالة إسلامية، و23 وكالة آلية، وتخدم هذه الشبكة أكثر من 9,3 مليون عميل (www.poste.dz, 2023).

ثانياً: الاتفاقية المبرمة بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ومؤسسة بريد الجزائر

أظهرت الخدمات المالية المقدمة من خلال فتح دفاتر الادخار في بريد العاصمة كأول دفتر للتوفير سنة 1966، تأثيراً إيجابياً، فقد توسعت الشبكة في الفترة بين 1966 و 1967 لتشمل وكالتين و 575 نقطة تجميع في بريد الجزائر، مما عزز من توفر هذه الخدمة للمواطنين، وفي عام 1990، أظهرت الأرقام التجميعية لـ (CNEP) ارتفاعاً ملحوظاً حيث بلغت 82 مليار دينار جزائري كودائع في الصندوق، حيث ساهمت مكاتب البريد بشكل كبير في هذا النجاح، وبلغت مساهمتها 48 مليار دينار جزائري من إجمالي ودائع الصندوق، مما يعكس التفاعل الإيجابي بين الخدمات المقدمة واستجابة المواطنين لفرص التوفير المقدمة عبر بريد الجزائر (www.poste.dz, 2023).

علاوة على ما سبق، يتيح الاتفاق المبرم بين الصندوق/البنك و بريد الجزائر تحقيق التكامل من خلال تسهيل تداول المعلومات والتوثيق، مما يؤدي إلى تسهيل إدارة حسابات التوفير والاحتياط بشكل شامل، كما يتيح الاتفاق تحديد مكافآت تُمنح لمكاتب البريد التي تقدم خدمات ممتازة، مما يعزز الحافز لتقديم خدمات ذات جودة عالية. وبهذا الشكل تظهر الاتفاقية بين الصندوق/البنك (CNEP) مؤسسة بريد الجزائر كآلية لتحقيق أهدافهم المشتركة في تعزيز ثقافة التوفير وتوفير خدمات مالية موثوقة للمواطنين (العملاء).

أ- مضمون الاتفاقية (بريد الجزائر - كنبانك - CNEP BANK)

يتمثل مضمون الاتفاقية في توفير خدمة جمع المدخرات لصالح الصندوق/بنك من قبل كامل شبكة مكاتب بريد الجزائر، حيث يتم هذا الجمع من قبل المودعين الجزائريين أو الأجانب المقيمين في الجزائر، وذلك وفقاً لمجموعة من الضوابط والقواعد المحددة التي تضمن تسيير العمليات بشكل فعال ومنظم.

تلك الخدمة تشمل أيضاً توفير مجموعة من الخدمات الإضافية مثل فتح دفاتر التوفير والاحتياط، وضمان سير المعلومات المالية للعملاء، بالإضافة إلى تنفيذ جميع العمليات المتعلقة بنشاط حسابات الصندوق/بنك (CNEP)، وهذا يؤكد على الالتزام بتقديم خدمات فعّالة وموثوقة بما يتوافق مع معايير وقوانين محددة لتعزيز ثقافة التوفير والاحتياط في المجتمع.

ب- الالتزامات الناشئة حسب سياق الاتفاق المبرم - CNEP BANK-ALG POSTE

وفي سياق الالتزامات، (كنبانك/بنك CNEP BANK) ملتزم وفي إطار مضامين الاتفاقية بتقديم خدماته بكفاءة من خلال توفير جميع الوثائق والنصوص التنظيمية اللازمة لحسابات الدفاتر؛ كما يعزز البنك فعالية خدمة الادخار من خلال نشر دعائم الإعلان وجعلها في متناول مكاتب البريد؛ ويمنح مكافآت تقدير للمكاتب البريدية التي تقدم الخدمة بشكل مميز.

من جهة أخرى بريد الجزائر يلتزم بتنفيذ جميع الإجراءات الضرورية لتسيير حسابات التوفير والالتزام بالقواعد الخاصة بالبنك، ويعمل على تسليم قائمة العملاء وكشف العمليات الجارية في مكاتب البريد؛ ويقدم تقرير شهري للصندوق/بنك (CNEP BANK) تشمل محفظة الحسابات المتعلقة بمراقبة تسيير الحسابات؛ يضمن بريد الجزائر أيضاً توفير الوثائق والمعلومات اللازمة حول حسابات العملاء.

اتفاقية التعاون (CNEP BANK-ALG POSTE) تعمل على تحسين وتوفير الخدمات المالية للمواطنين (العملاء)، كما تسهم بالفائدة على الطرفين وتشجع ثقافة التوفير وتعزز التكامل بين القطاعين المالي والبريدي، كما يعطي مؤسسة بريد الجزائر الخبرة من خلال احتكاكها بمختلف العمليات المالية المصرفية، وهذا ما يسمح لها بتجسيد رؤيتها المستقبلية كبنك (BANK POSTE).

الفرع الثاني: العمليات المتاحة على حساب الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - CNEP

منذ تأسيسه في عام 1964، يستمر البنك الوطني للتوفير والاحتياط في ترسيخ مكانته في المشهد المالي، حيث يتجاوز دوره كبنك لتمويل السكن ليصبح بنكا شاملا وحديثا، يخدم عملائه بشكل متميز ويتقدم بخدماته المتنوعة بجودة عالية، فعلى مدى أكثر من نصف قرن من الخدمة، نجح في التكيف مع التحولات المختلفة وعمليات إعادة الهيكلة التي شهدتها الاقتصاد الجزائري، واستجاب لمتطلبات العصر الحديث وتحرير القطاع المصرفي.

هذا المسار المتميز زاد من تعزيز أسس النمو المتوازن، مع ضمان اكتساب البنك الوطني للتوفير والاحتياط للشهرة والقدرة التنافسية، مكنه من كسب ثقة ملايين العملاء له وتحقيق نجاحات استثنائية رفقة الشريك الاستراتيجي بريد الجزائر الذي يسمح له من خلال الاتفاقية المبرمة عرض جملة من الخدمات.

أولاً: صيغ دفتر التوفير لدى مؤسسة بريد الجزائر

هي تشمل جميع العمليات المالية المنفذة في الوقت الفعلي على دفاتر التوفير، تشمل جميع الايداعات، السحب، والتحويلات النقدية التي يقوم بها العملاء على حساباتهم من خلال نفس الدفتر وفي المكتب البريدي المعين، مما يتيح لهم التفاعل مع حساباتهم بشكل فوري ومستمر، وهذا يعزز سرعة وفعالية إدارة المدخرات ويوفر للعملاء رؤية فورية لممارسة العمليات المالية على حساباتهم.

أ- دفتر التوفير السكن (LEL) Livret d'Épargne Logement

ويهدف هذا النوع من الادخار إلى تحفيز الافراد على تركيز جهودهم المالية نحو تحقيق هدف الحصول على سكن خاص، وذلك بفضل نسبة الفائدة التي تبلغ 02%، وهذا ما يمكنهم من تحقيق مكاسب مالية إضافية على مدى فترة التوفير.

وعليه فهذا النوع من الادخار هو موجه للراغبين في الحصول على سكن، مع تقديم فوائد على المبلغ المودع بنسبة 2%.

ب- دفتر التوفير العام (LEP) Livret d'Épargne Populaire

بنسبة فائدة أعلى من الفائدة المطبقة في النوع السابق، والتي تبلغ 2,5%، يتيح هذا النوع من الادخار للمودعين تحقيق عوائد مالية مجزية على المبالغ التي يقومون بادخالها، حيث تعزز هذه الفائدة جاذبية هذا النوع من الادخار كوسيلة لجذب العملاء للتوفير من قبل البنك.

وفي حال وجود الدفتر لدى المركز الجهوي يمكن إجراء العمليات المالية على الوصل (Reçu 21N)، مما يسهل عمليات التسوية بشكل فعال وميسر.

ثانياً: العمليات على حساب CNEP

تتقاسم الحسابات المصرفية والحسابات البريدية الجارية العديد من السمات والوظائف الرئيسية، حيث يساهم كلاهما في توفير بيئة آمنة وفعالة لإدارة الأموال المودعة من قبل العملاء، فيشترك كلاهما في توفير وسيلة لتخزين وتداول الأموال، ففي الحسابات المصرفية، يتيح الحساب الجاري للأفراد والشركات القيام بعمليات الإيداع وسحب، وكذلك التحويلات وعمليات الدفء، وبشكل مشابه تقدم الحسابات البريدية الجارية نفس الإمكانيات حيث يمكن لأصحابها إيداع الأموال والقيام بعمليات سحب وتحويل الأموال (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024).

وفي سياق العمليات على حسابات الصندوق/بنك الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP) فالأمر نفسه، وهذا ما يدفعنا لدراسة كل من عمليات الدفء/السحب التي تجري على حساب (CNEP).

أ- الدفء في الحساب - Le Versement sur le Compte

تضمن عملية تغذية الحساب من مصادر خارجية (كالدفء نقداً للرفع من رصيد الحساب)، وذلك لتحقيق مختلف المدفوعات في المستقبل للحساب، وهي تنقسم بالنسبة لحسابات (CNEP) إلى قسمين:

1- الدفء الأولي (فتح الحساب) - Le Premier Versement

يحق لكل فرد، سواء كان شخصاً طبعياً أو معنوياً، الحصول على دفتر (حساب) لدى الصندوق/بنك الوطني للتوفير والاحتياط، حيث تحرر الطلبات على مطبوعات خاصة بشكل مجاني، متاحة في جميع المكاتب البريدية، يطلب من الأفراد الذين يرغبون في فتح حساب لأنفسهم تقديم طلب باستخدام المطبوع رقم 01 بينما يجب على الأفراد الراغبين في فتح حساب لفائدة الغير استخدام المطبوع رقم 01 مكرر، أما استخدام المطبوع رقم 03 فيستعمل في حالة كان طالب فتح الحساب شخصاً معنوياً (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)، - أنظر الملحق رقم (11) -.

يتوجب على طالب الحساب دفع المبلغ الأولي المطلوب لافتتاح الحساب، سواء كان ذلك نقداً أو من خلال صك بريدي أو بنكي، ويُحدد الحد الأدنى له بمبلغ 5.000 دينار جزائري بالنسبة للدفتر (LEL)، وبمبلغ 10.000 دينار جزائري للدفتر (LEP)، تسجل كل هذه العمليات على المطبوع (SPF1)، الذي يتضمن بيانات صاحب الحساب وتوقيعه، ويحتفظ به المكتب الفاتح (الماسك) للحساب، كتمييز للحساب المحلي عن الحسابات الأخرى.

يجدر بالذكر أن امضاء المرأة المتزوجة، يُمكن أن يعطى بلقبها الأصلي أو لقب زوجها أو كليهما معاً؛ أيضاً يعتبر طلب التوفير بمثابة العقد، الذي يحكم العلاقة بين العميل و(CNEP)، لذا يشدد على أهمية صياغته بعناية دون أي اختصارات، كما يجب المصادقة على كل تعبئة تتعلق بالدفتر (الحساب)، ونموذج الامضاء عند الطلب سوف يقارن لاحقاً مع امضاءات طلبات الاسترجاع من قبل المركز.

ينصح العميل من قبل وكيل الشباك بفتح حساب محلي، وهذا ما يسمح له لاحقاً لإجراء الاسترجاع بسرعة، وفي حالة رفض العميل يتوجب على الوكيل تدوين ذلك بعبارة "لا يرغب في حساب محلي" متبوع بامضاء العميل.

2- الدفء اللاحق (الدفعات بعد الدفء الأولي) في الحساب - Le Versement Ultérieurs

وهي دفعات تجري بعد فتح الحساب وإصدار الدفتر، مقبولة في جميع المكاتب البريدية، وذلك باستظهار الدفتر أو الوصل (N21) وتحرر المطبوعة رقم (02) - أنظر الملحق رقم (11) -، مهما كانت الجهة التي تقوم بعملية الدفء، وتحدد

قيمة المبلغ المدفوع كحد أدنى بـ 1000 دينار جزائري، اما بنسبة لقيمة المبلغ كحد أقصى فهي غير محددة مهما كان المبلغ، كما لا يمكن لمبلغ الدفعة اللاحق أن تحتوي على أجزاء الدنانير.

ب- السحب من الحساب - Le Remboursement

ذكرنا سابقاً أن وكيل الشباك ينصح العميل بأن يفتح حساب محلي، وفي حالة الرضا يُوْن الوكيل ذلك مع امضاء العميل، وذلك يقودنا لتحري عن السبب، أولاً يتعين علينا التفريق بين الحساب المحلي الذي يتم فتحه للمرة الأولى، والذي يتيح إجراء العمليات المصرفية في مكتب البريد الذي تم فيه فتح الحساب، حيث في هذا النوع من الحسابات لا يوجد فيه حد أقصى للمبلغ الذي يمكن سحبه، مما يتيح لصاحبه الوصول الحر إلى أمواله.

على الجانب الآخر، يختلف الأمر بالنسبة لحامل الدفتر، الذي يرغب في سحب أمواله من مكتب بريد غير الذي قام فيه بفتح الحساب للمرة الأولى، وفي هذه الحالة، يكون هناك حد أقصى محدد للمبلغ الذي يمكن سحبه (20.000 دج)، والذي يحدد كإجراء وقائي للتحقق من الهوية وضمان الأمان.

يؤكد هذا الفارق بين الحساب المحلي وحامل الدفتر على أهمية فهم تفاصيل السياسات والقواعد المنصوص عند فتح الحساب لأول مرة، وتقديم توجيهات واضحة للعملاء حول إجراءات السحب والحدود المالية المتاحة لهم في كل نوع من الحسابات، حيث يوجد عدة أنواع من هذه السحوبات على الحساب ويمكن تلخيصها فيما يلي:

1- السحوبات الجزئية في الحساب المحلي - Les Remboursements Partiels Sur Compte Local

وتهدف عمليات الاسترجاع (السحب) الجزئي إلى تلبية احتياجات صاحب الحساب بشكل فعال وميسر، ويجري هذا الاسترجاع على المطبوع رقم 13 الجزء الأول بعد التحقق من صحة التوقيع على طلب السحب، ويكون مشروطاً بتوفر البطاقة الخاصة بالسحب لتأكيد الهوية - أنظر الملحق رقم (11) -.

ومن الضروري أن تحتوي طلبات السحب على جميع المعلومات اللازمة - تم ذكرها سابقاً - لتسهيل عملية المطابقة، وذلك من أجل حماية الأمان المالي وضمان الشفافية في العمليات، كل هذا يجري في المكتب البريدي المسؤول عن فتح الحساب، مما يعزز الراحة في تسوية المعاملات المالية لصاحب الحساب.

وإذا قُدم الطلب في مكتب غير مكتب ماسك الحساب المحلي، فإنه يرسل هذا الأخير (المطبوع رقم 13 على النظر) إلى المكتب الماسك للحساب المحلي، أين يتم إجراء عملية مقارنة الطلب بالمطبوع "1 ثلاثي" الخاصة بالرصيد - أنظر الملحق رقم (11) -، اسم ولقب ورقم الدفتر، ويتم تسجيل جميع الدفعات التي أنجزت في العشرين يوماً الأخيرة.

الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط		رقم 2	
VERSEMENT دفع		ENAG - ULC - Reghas	
Titulaire du livret		Réserve au Service	
N°		avec CL	
Nom		sans CL	
(Pour les femmes nom de jeune fille)		montant	
Prénoms		طريقة الدفع (القرن نقدية)	
Adresse		mode de paiement	
Code postale		(autre que numéraire)	
Montant du versement		CHP	
(en chiffres)		CHR	
(en lettres)		Autres	
Avoir au livret		Date de	
Signature		Valeur	
A		Livret	
B		Remplacé	
C		Réglié	
D		Remplacé	
E		Et réglé	
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			
U			
V			
W			
X			
Y			
Z			
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			
K			
L			
M			
N			
O			
P			
Q			
R			
S			
T			

بريدي، مما يوفر للعميل المرونة في إدارة أمواله وسحبها وفقاً لاحتياجاته الشخصية، وهذا طبعاً وفق الشروط والقواعد المنصوص عليها فيما تعلق بنوع الحساب والاجراء المتبع في كل نوع من الحسابات.

3- السحب الكلي العادي Le Remboursement Intégral Ordinaire

هذا الطلب الذي يحرر على المطبوع 14 والذي يُعبر عن رغبة صاحب الفتر (الحساب) في سحب المبلغ الإجمالي لرصيد الحساب، مما يعني إغلاقه بشكل نهائي - أنظر الملحق رقم (11) -، حيث يتطلب هذا الإجراء الحصول على موافقة المركز الجهوي للتوفير والاحتياط، وهنا يقوم المركز بحساب الفائدة النهائية التي تمنح لصاحب الحساب، بالإضافة إلى المبلغ الرئيسي.

بمجرد الحصول على الموافقة، يتم سحب الدفتر الخاص بالساحب وإرساله إلى المركز الجهوي، وهنا بهذا الاجراء يُنهي علاقة الحساب بشكل نهائي، ويتم تسوية جميع الأمور المالية المتعلقة به، ويرسل الدفتر إلى المركز الجهوي للحفظ.

4- السحب الكلي بعد الوفاة - Les Remboursements Intégral Apre Décès

يقصد بها عملية الاسترجاع الكلية التي يطلبها ورثة صاحب الحساب بعد وفاته، والتي تتم بناءً على طلب من الورثة بعد تقديم شهادة الملكية "فريضة"، وإرسالها من طرف مسؤول المكتب البريدي إلى المركز الجهوي للصندوق/بنك، وهناك تحدد حصص كل وريث، وبعدها يقوم المركز بتوجيه الدفتر المدون فيه هذه الحصص المالية مع ترخيص إلى نفس المكتب الماسك للحساب، وتستعمل في هذه العملية كل من المطبوع رقم (14 Succession 1^{ère} partie) والمطبوع رقم (15) - أنظر الملحق رقم (11) -.

ثالثاً: رصد المعاملات على حسابات CNEP

تتجلى أهمية الأرقام المسجلة على حسابات CNEP عبر مكاتب البريد، التي تظهر احصائيات هامة لصالح صندوق/بنك الوطني للتوفير والاحتياط، الدور البارز للتعاون الاستراتيجي الوثيق بينهما، مما يعكس التكامل في تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء بشكل فعال، ومن جهة أخرى يتجلى لنا دور مؤسسة بريد الجزائر البارز كمزود رئيسي للخدمات المصرفية في السوق المالية الجزائرية.

❖ عدد حسابات CNEP والعمليات المنجزة عليها لدى مؤسسة بريد الجزائر

وتشمل جميع الحسابات لصندوق/بنك الوطني للتوفير والاحتياط، المفتوحة والمتاحة على مستوى المكاتب البريدية المنتشرة عبر الوطن، سواء ما تعلق بحسابات المخصص للسكن (LEL) أو الحسابات العامة (LEP) كما أسلفنا ذكره سابقاً، بالإضافة إلى مؤشرات العمليات عليها، وهذا ما سنبرزه من خلال الجدول رقم (02-06) الموضح لتطور حسابات (CNEP) وتطور العمليات لها خلال الفترة الممتدة من عام 2017 إلى عام 2023.

الجدول رقم (06-02): مؤشرات تطور عدد حسابات CNEP لدى بريد الجزائر وعدد العمليات

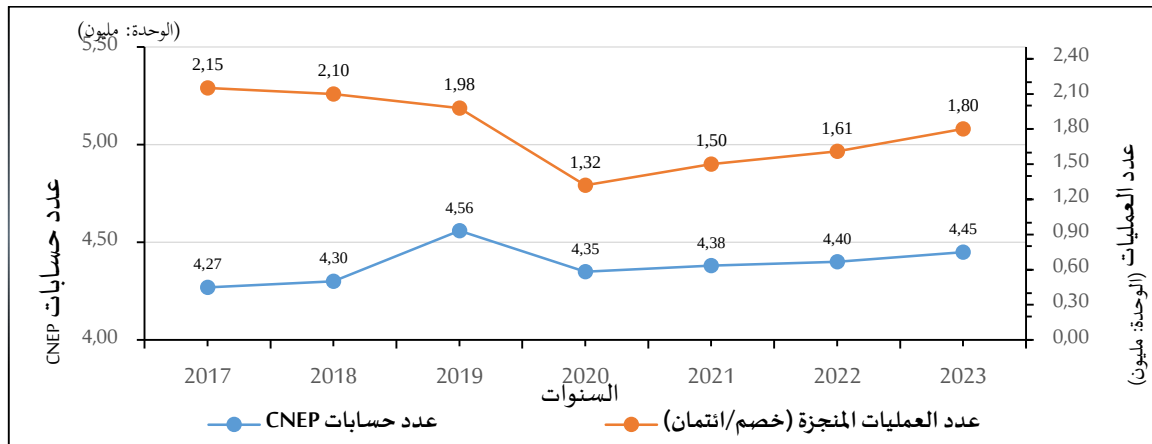
المنجزة عليها

المؤشرات	عدد حسابات CNEP (المتوفى لى بريد الجزائر)	عدد العمليات (خصم/اتنما)
2017	4.266.000	2.148.753
2018	4.304.569	2.097.139
2019	4.355.648	1.976.569
2020	4.353.030	1.322.056
2021	4.377.213	1.503.439
2022	4.400.232	1.606.291
2023	4.457.054	1.802.346

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

تظهر البيانات الواردة من خلال الجدول، تطورات في عدد حسابات (CNEP) لدى بريد الجزائر خلال الفترة (2017-2023)، حيث سجل العدد الإجمالي لحسابات (CNEP) زيادة بنسبة حوالي 3.85% منذ عام 2017 حتى عام 2023، حيث ارتفع من حوالي 4,27 مليون حساب إلى حوالي 4,46 مليون حساب، وللتوضيح أكثر ندرج الشكل رقم (10-02) لبيان هذه الزيادة وعلاقتها بحجم المعاملات المنجزة عليها.

الشكل رقم (10-02): العلاقة بين عدد حسابات CNEP وعدد العمليات المنجزة عليها



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

من خلال بيان الشكل أعلاه، نلاحظ أن عدد العمليات (خصم/اتنما) على حسابات CNEP شهدت تراجعاً بنسبة تقارب 38,2% وهذا خلال نفس الفترة حيث تناقص من حوالي 2.15 مليون عملية في عام 2017 إلى حوالي 1,33 مليون في عام 2020، وهي نفس الفترة التي كان يشهد فيها ارتفاعاً في عدد الحسابات، ثم سجلت علاقة طردية مع الزيادة في عدد الحسابات خلال نفس الفترة من 2020 إلى 2023، حيث ارتفعت بنسبة 36,32% وهي نسبة جيدة نوعاً ما.

هذا النمو في عدد الحسابات CNEP يُشير إلى استمرار الاقبال على خدمات الصندوق/بنك الوطني للتوفير والاحتياط، في حين تراجع وانخفاض عدد المعاملات يستدعي اهتماماً لفهم التحولات في أنماط الانفاق أو التأثيرات الاقتصادية العامة أو عوامل أخرى ترجع للصندوق/بنك CNEP.

المبحث الثالث: الأسس النظرية لجودة الخدمات المالية البريدية

إن فكرة العولمة المالية (Financial Globalisation) كانت نتيجة لتحرير الأسواق المالية في كل الدول المصدرة والمتلقية لها، فقد قامت الكثير من الدول، ومنها الدول النامية بإلغاء القيود على التدفقات المالية (Financial flows) عبر الحدود وأصبحت هذه الدول متكاملة مع النظام المالي العالمي، وبات من الضرورة الملحة لأن يأخذ موضوع تسويق الخدمات المالية بعداً جديداً يتوافق مع الحاجات المتزايدة لهذه الخدمة، على صعيد منظمات الأعمال تحديداً وامتدادها إلى الأفراد أيضاً (الصرن، 2007).

وفي ظل هذه الضرورة الملحة المتعلقة بتعزيز جودة الخدمات المالية، أصبح التعاون في قطاع الخدمات المالية والمصرفية أمراً لازماً ليتبناه الجميع نظراً للظروف الراهنة والمصالح المشتركة، خاصة أن هذا القطاع يعد من الجوانب الحيوية لتحقيق التنمية، وفي هذا السياق قادت هذه الضرورة المجموعة الدولية لإيجاد إطار منظم يساهم في تنظيم هذا القطاع، وقد انعكست هذه المحاولة في إطار منظمة التجارة العالمية (WTO)، حيث تعتبر اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات (GATS) جزءاً من هذه الجهود متعدد الأطراف، حيث تسعى إلى وضع القواعد واللوائح التي تحكم الخدمات المالية والمصرفية، بهدف تحقيق توازن وشفافية في هذا القطاع الحيوي.

المطلب الأول: السياق النظري لجودة الخدمة

في ظل التغيرات والتطورات الحالية، أصبحت المؤسسات المصرفية والمالية تعمل في بيئة يسودها التنافس الشديد، ومن أجل ضمان بقائها وثمورها وتحقيق استمراريتهما في السوق، يتوجب عليهما مواجهة التحديات المتعددة والاستجابة للتغيرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية من حولها بشكل فعال، يجب عليهما أيضاً السعي نحو الابتكار في خدماتها المتنوعة بصفة عامة والخدمات المالية المقدمة بصفة خاصة، وذلك بهدف تحقيق مستوى عالٍ من رضا العملاء وتلبية تطلعاتهم، وتقديم خدمات عالية الجودة تتناسب واحتياجاتهم.

تأتي الجودة على رأس الأولويات لهذه الكيانات المصرفية أو المالية، حيث يدركون أنها تلعب دوراً حيوياً في نجاحهم وبقائهم في السوق، حيث تعتبر جودة الخدمات المقدمة معياراً رئيساً للنجاح وتحقيق الأهداف، وتعتبر استراتيجية رئيسية تتبعها هذه المؤسسات الخدمية سواء بنوك أو مؤسسات مالية، والتي تسعى من خلالها إلى تقديم خدمات فائقة الجودة والكفاءة، مما يساهم في الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.

الفرع الأول: مفهوم الجودة وتطورها التاريخي

بفعل التطورات الكبيرة التي شهدتها العالم في الآونة الأخيرة، ازداد اهتمام المنظمات بشكل كبير بفهم مفهوم الجودة، حيث أدركت هذه الأخيرة مدى أهميتها وأصبحت تعتبرها حجر الزاوية لاستراتيجياتها، وأضحت الجودة توضع في صدارة الأولويات للمنظمات سواء كانت خدمية أو تقدم سلع ملموسة، وامتد ذلك حتى بالنسبة للمنظمات غير الربحية، التي جعلت من الجودة أحد الأركان الرئيسية لنجاح أعمالها، كل هذا كان من بين أحد أهم العوامل لبقاء هذه المنظمات.

يُعزز مفهوم الجودة أيضاً التفاعل مع التحديات المتغيرة في البيئة التشغيلية، الذي يتطلب تكنولوجيا متقدمة وابتكارات في العمليات الداخلية، بالإضافة إلى النظر من قبل المنظمات الساعية خلف تحقيق الجودة النظر إليها كعنصر محفز للابتكار وتطوير خدماتها.

وفي سياق العمليات المالية على مستوى البنوك أو المؤسسات المالية، فيُعدُّ تحسين الجودة أمراً حاسماً لتحقيق الثقة لدى العملاء في مثل هكذا قطاعات تعتمد بشكل كبير على الثقة والمصداقية، فالابتكار في تقديم خدمات مالية وتوفير تجارب إيجابية للعملاء يعزز الجودة ويساهم في بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء.

أولاً: مفهوم الجودة

رغم أهمية مفهوم الجودة، إلا أنه يصعب الوصول إلى تعريف شامل وموحد يجعل التوافق بين الباحثين والدارسين وحتى المهنيين، وهذا يعود إلى وجود آراء وآفاق متنوعة، مما أدى إلى تباين في مختلف التعاريف، حيث يتأثر تحديد الجودة بالزوايا والمنظورات المختلفة، مما يعكس التنوع في السياقات والاحتياجات، كذلك يظهر هذا التناقض والتباين بين التعاريف كنتيجة للتطورات السريعة في التكنولوجيا والاقتصاد وحتى المجتمع، وهو ما يستلزم مراعاة السياق الزمني والمكاني لإرساء مفهوم الجودة.

يضم مفهوم الجودة الخصائص الأساسية المدركة للسلع أو الخدمات التي تلتقي أو تفوق توقعات العملاء، خصوصاً تلك المتعلقة بالسمات والأداء، والتي يتم على أساسها النظر لنشاطات المنظمات بما فيهم البنوك والمؤسسات المالية، على أنها تنتج قيمة مضافة، وذلك باعتبار الجودة على أنها تُعد إحدى سمات ومؤشرات أداء السلعة أو الخدمة فهي تلعب دوراً هاماً في عملية التنافس، وفي جعل الأداء التنظيمي متميزاً (الصرن، 2007).

في هذا السياق تبرز الحاجة الملحة لتوحيد تعريف الجودة ليكون متناسباً مع هذه التباينات، ويُمكن فهمه بشكل شامل في مختلف السياقات والتخصصات.

أ- تعريف الجودة

تعددت تعريفات الجودة بين الباحثين والدارسين والمهنيين، وذلك لتعدد وجهات النظر والآراء في إعطاء تعريف شامل وموحد للجودة، وفيما يلي نورد أهم التعاريف التي وقفنا عليها بحثنا هذا:

- الجمعية الفرنسية للتقنين (AFNOR): عرفت هذه الجمعية الجودة على أنها "مجموعة من الخصائص والمميزات الجوهرية القادرة على إرضاء العملاء وتلبية متطلباتهم المعلنة والضمنية" (Duret & Pillet, 2002, p. 21).
- منظمة الأيزو (ISO-1994): تضمن تعريف الجودة لهذه المنظمة على أنها "عبارة عن المجموع الكلي لخصائص وصفات الوحدة التي تظهر قدرتها على إرضاء الاحتياجات الظاهرة والضمنية".
- وفي التعريف الحديث للجودة وفقاً لنفس المنظمة (ISO-2000): تعني بأنها "قابلية مجموعة من الخصائص الباطنية لمنتج لإرضاء المتطلبات" (جبلي، 2010، صفحة 63).
- وعُرفت الجودة أيضاً على أنها: "تعني توقع احتياجات العميل الحالية والمستقبلية" (الصرن، 2007، صفحة 40)، وترجمة هذه الاحتياجات في تحويلها إلى سلع أو خدمات مفيدة وقابلة للاعتماد، وإيجاد نظام ينتج السلع أو الخدمات بأقل تكلفة ممكنة، الذي يتم من خلال تحسين العمليات واستخدام التكنولوجيا الحديثة، مما يخلق قيمة جديدة للعميل ويحقق أرباحاً للمنظمة.

- كما عُرِفَت من قبل المنظمة الأوروبية لضبط الجودة بأنها: "مجموعة من الخصائص والمميزات التي تجعل الخدمة أو المنتج قادرا على الإيفاء بحاجة معينة، وأكدت على أن جودة المنتجات المصنعة تعتمد بشكل كبير وأساسي على جودة التصميم وجودة التصنيع" (القزاز، 2015، صفحة 16).

تُظهر هذه التعاريف أهمية فهم توقعات العملاء وضمان تلبية احتياجاتهم، مع التركيز على أهمية التصميم والتصنيع الفعالين في تحقيق جودة المنتج أو الخدمة.

بناءً على ما سبق، وفي ضوء التعاريف السابقة للجودة، يُمكن أن نعطي تعريف إجرائي للمفهوم بشكل شامل، على أنه "عملية مستدامة تستند إلى فهم دقيق لاحتياجات وتطلعات العملاء، واعتماد نظام فعال يجمع بين التكنولوجيا الحديثة والتحسين المستمر لتحقيق قيمة مضافة للعملاء وتحقيق أرباح للمنظمة".

ب- التطور التاريخي لمفهوم الجودة

هناك توافق على أن موضوع الجودة يؤكد وجوده الخاص عبر مختلف الحقب الزمنية، حيث يعتبر مطلباً إنسانياً لا يختلف حول أهميته، ففي القرن العشرين بدا التركيز على مفهوم الجودة في اليابان، من خلال تطوير نماذج فعالة لتحسين العمليات وضمان التميز، لينتقل بعدها هذا الاهتمام إلى القارتين الأمريكية والأوروبية، وسرعان ما امتد تأثيرها ليشمل باقي دول العالم، ويُمكن عرض أهم التطورات التي مرت بها الجودة على النحو التالي:

1- شواهد العصور القديمة على الجودة

الجودة تمتد إلى عصور موعلة في القدم، حيث تظهر شواهد قانونية في شريعة حمورابي تعود إلى القرن الثامن عشر (18) قبل الميلاد، وكانت المادة 229 تنظم الأعمال وتحدد المسؤولية في البناء، وفي حال انهيار البناء بسبب سوء العمل، كانت العقوبة هي قتل البناء.

وتستمر الدلائل على جودة العمل عبر العصور، حيث تشير الآثار إلى الإتقان والجودة في التنفيذ، ولعلا أكبر الشواهد على ذلك ما شملته أهرامات مصر، وجدران المعابد، وسور الصين العظيم، ومثدنة الملوية في سمراء وسد مأرب، حيث ظلت هذه الآثار شاهداً على الجودة والدقة في العمل على مر الزمن، بما في ذلك قصور ومساجد وقلاع وكنائس في مختلف الأقطار الإسلامية والمسيحية.

2- شواهد الجودة في الإسلام

يشير الإسلام إلى الأخلاقيات والقيم الرفيعة التي يجب أن يتبعها المسلمون في جميع جوانب حياتهم، بما في ذلك الأعمال التجارية والإنتاج، ويُمكن الاستدلال بالعديد من النصوص القرآنية والأحاديث النبوية حول موضوع الجودة، وإتقان العمل وإحقاق الحقوق للعاملين.

- **الاتقان والتميز في العمل:** يشدد الإسلام على ضرورة الاتقان والتميز في الأعمال، فالإنسان المسلم حق عليه أن يبذل قصارى جهده ويسعى لتحقيق أفضل النتائج في عمله وبشكل متقن، يقول الله في محكم تنزيله "قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ اللَّهُ وَاحِدٌ فَمَن كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا" (القرآن الكريم، الآية (110) من سورة الكهف).

- التحذير من الغش والاحتيال: يُحظر الإسلام بشدة الغش والاحتيال في الاعمال والتجارة، وفي الآية الكريمة قوله تعالى "وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾" (القرآن الكريم، الآيات (1-2-3) من سورة المطففين).
- الاتقان والتميز: تُظهر أيضاً الأحاديث النبوية الأهمية البالغة في الاتقان والتميز في الأعمال التي يقوم بها المسلم، وكيف يُحب الله أن تكون الأعمال من قبل عباده، ففي حديث أخرجه أبو يعلى والطبراني، وصححه الألباني في صحيحه، يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه"، ويرتبط هذا المعنى بمبدأ الإحسان (sharh-alhadith.com, 2024)، حيث يُحب الله من المؤمنين أن يسعى كل فرد لتحقيق أعلى مستويات الجودة والتميز في أدائهم وأعمالهم، وهذا يعكس اهتماماً بتحقيق الأفضل والمحافظة على المعايير الأخلاقية والفعالة في جميع جوانب الحياة.

3-شواهد الجودة بعد الثورة الصناعية

منذ العصور القديمة، كان لبعض الحرفيين والمهن التقليدية حس ملحوظ نحو أداء الأعمال بجودة عالية وإتقان فائق، وحقق هؤلاء الحرفيين شهرة تُعتبر كدافع داخلي يحثهم على الاستمرار في تحسين جودة منتجاتهم وجذب العملاء إليهم.

ومع ظهور الثورة الصناعية في أوروبا الغربية في القرن الثامن عشر وما تبعها من انتشار الإنتاج الضخم وتوافر كميات كبيرة من السلع في الأسواق، بدأت المنافسة تلعب دوراً مهماً في تفكير الإداريين، ومن هنا بدأ السعي المتواصل نحو تحسين عملية الإنتاج، سواء من حيث الكمية أو الجودة، مع الحرص على الحفاظ على مستوى عالٍ من الإنتاجية (بوخلوة، 2016، الصفحات 3-4).

وبعد الثورة الصناعية، كان هناك عدة مراحل مهمة سمحت بتطور مفهوم الجودة، نشير إليها فيما يلي (بوعكاز، 2020، الصفحات 80-81):

- المرحلة الأولى (من القرن الثامن عشر حتى أوائل القرن العشرين): تمثلت في الاهتمام بفحص المنتجات باستخدام الوسائل الفنية، نتيجة لظهور الثورة الصناعية وتوسع حجم الإنتاج؛
- المرحلة الثانية (من العشرينيات حتى الخمسينيات): كانت هذه المرحلة تشهد تركيزاً كبيراً على ضبط الجودة باعتبار احتياجات العملاء وتحديد أموراً أساسية، فركزت على فحص المنتج والوقاية لتحسين الجودة وضمان تطابق التصميم مع احتياجات العملاء؛
- المرحلة الثالثة (من الخمسينيات حتى الستينيات): ركزت على توكيد الجودة وأصبحت المسؤولية لا تقتصر على إدارة واحدة، وفيها تم التركيز على جعل الجودة جزءاً من خطط المنظمة وتنسيقها بين الأقسام؛
- المرحلة الرابعة (من 1996 إلى 1980): وهي مرحلة ضمان الجودة، حيث سعت المؤسسات إلى تطوير أساليب الرقابة على الجودة وخفض عيوب المنتجات؛

- المرحلة الخامسة (من 1980 إلى 2000): في هذه المرحلة ظهرت ما يعرف بإدارة الجودة الشاملة* كنهج إداري يركز على مساهمة جميع أفراد المنظمة في تحقيق النجاح طويل الأمد؛
- المرحلة السادسة (ما بعد سنة 2000): وهنا كان الاهتمام بقيمة المستهلك، مع التركيز على تلبية رغباته وتحقيق رضاه بشكل أفضل؛
- المرحلة السابعة (ما بعد المستهلك): تعتمد هذه المرحلة على تحقيق المنفعة للمستهلك بشكل اجتماعي، مع مراعاة مصلحته وسلامته، وتقديم منتجات خضراء تحترم البيئة.

ويعرض الجدول رقم (07-02) تطور إدارة الجودة حتى وصلت حالتها الاستراتيجية الحالية:

الجدول رقم (07-02): تطوير الإدارة العالمية للجودة الشاملة

الفترة	تطور مفهوم الجودة	المراكز	الأحداث الرئيسية	ابتكارات إدارة الجودة الشاملة وظهور النماذج
قبل الخمسينيات	الملاءمة للمعايير	الإنتاج الكبير؛ خط الإنتاج التنميط؛ المعاينة	تقديم الرقابة الإحصائية لليابان	الرقابة الإحصائية للعملية
الستينيات	الملاءمة للاستعمال (جودة التصميم)	بحوث السوق؛ المشاركة الوظائفية المتبادلة؛ الجودة المتوقعة	زيادة إدراك العميل	دوائر رقابة الجودة الرقابة الشاملة للجودة
السبعينيات	الملاءمة للتكلفة	تحسين العمل؛ مشاركة جميع المستويات في الهيكل التنظيمي الجودة المتوقعة بسعر تنافسي	أزمة النفط (زيادة التكلفة)	توكيد الجودة
الثمانينيات	الملاءمة للمتطلبات الضمنية (التفكير المتقدم)	الأدوات الإدارية لتحسين الجودة الجاذبة تحسين جميع العمليات	المنافسة من الاقتصادات الصناعية الجديدة وإدراك ميزة التكلفة والمنافسة العالمية الكثيفة	حركة إدارة الجودة الشاملة (البلدان الغربية) نشر وظيفة الجودة سلسلة الآيزو 9000 وشهاداتها
التسعينيات	الملاءمة لثقافة المنظمة	الإدارة الشاملة للمشروع	زيادة الاهتمامات البيئية	إعادة هندسة عمليات العمل المنظمة المتعلمة الإدارة بالمشروعات؛ الآيزو 14000
عام 2000 وما بعدها	الملاءمة للبيئة العالمية والمجتمعية	جودة الحياة للجميع جودة الخدمات	البّحث عن المواطنة	ما بعد إعادة الهندسة والجودة الشاملة؛ جودة إدارة الحياة

المصدر: تمّ اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (الصرن، 2007، صفحة 47).

* إدارة الجودة الشاملة (TQM): عرفت منظمة الآيزو (ISO-1994) بأنها "المدخل الإداري للمنظمة الذي يركز على الجودة المحددة على مشاركة جميع الأعضاء، وتهدف لتحقيق النجاح في الأجل الطويل من خلال إرضاء العميل وتحقيق الفوائد لجميع أعضاء المنظمة والمجتمع، ويضم تعبير جميع الأعضاء الأفراد في كل الأقسام أو في كل مستويات الهيكل التنظيمي، فالقيادة القوية والمثابرة للإدارة العليا والتعليم والتدريب لجميع الأعضاء في المنظمة تعد من متطلبات نجاح هذا المدخل (الصرن، 2007، صفحة 43).

ج- الجودة المدركة Perceived Quality

استقطب مفهوم الجودة المدركة اهتمام العديد من الباحثين لاعتقادهم بوجود تأثير كبير لها على الأداء التسويقي، إذ يُعتقد أنّ الإدراك العالي للجودة يؤدي إلى تكرار عملية الشراء، ومن المهم فهم العلاقة بين الجودة المدركة ومستوى الرضا الذي يؤدي في النهاية إلى اتخاذ قرار الشراء وتكراره، وهذا ما يساعد في تطوير نموذج جديد لعملية اتخاذ القرار، ويوفر للممارسين في النشاطات التسويقية مؤشرات تساعد على تعميق اهتماماتهم التسويقية وإدارة مواردهم النادرة بكل فعالية (الخشروم وسليمان، 2011).

فهم هذه العلاقة يمكن أن يؤدي تحسين استراتيجيات التسويق وزيادة الكفاءة في تخصيص الموارد، مما يعزز القدرة التنافسية للمؤسسات في السوق، أيضاً تساهم الجودة المدركة في بناء سمعة قوية للخدمة أو المنتج، مما يزيد من درجة الولاء ويقلل من حساسية المستهلكين اتجاه الأسعار، وعليه يمكن للمؤسسات أو الشركات التركيز أكثر على تقديم قيمة مضافة (Value Added) لعملائها، مما يؤدي إلى تعزيز العلاقات طويلة الأمد وزيادة الحصة السوقية.

كما أن الجودة المدركة تلعب دوراً حيوياً في التأثير على تقييّمات العملاء التي تساهم بدورها في جذب عملاء جدد، وتستخدم المؤسسات هذه المعلومات لتطوير برامج تدريبية لموظفيها لتحسين جودة الخدمات أو المنتجات المقدمة، وتساعد هذه البيانات أيضاً والمستخلصة من تقييّمات الجودة المدركة في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين، وعليه توجيه جهود التطوير بشكل أكثر دقة (الخشروم وسليمان، 2011).

وتعرف الجودة المدركة بأنها: "تقييم المستهلك لجودة منتج أو خدمة بناءً على تجربته الشخصية أو توقعاته، وليس بالضرورة على الخصائص المادية أو الفنية الفعلية للمنتج أو الخدمة"

مما سبق يمكن أن نعطي مفهوم للجودة المدركة وكتعريف إجرائي على أنها: "إدراك العميل لمستوى الجودة الذي يحصل عليه مقارنة بما كان يتوقعه قبل الشراء أو الاستخدام، ويتأثر هذا الإدراك بعوامل متعددة مثل تجارب الشراء السابقة، العلامة التجارية، سمعة المنتج/الخدمة، تقييّمات ومراجعات الآخرين، الإعلانات"، الجودة المدركة هي كيف يرى العملاء جودة المنتج أو الخدمة بعد عملية التفاعل معها، وهذا الإدراك يلعب دوراً حاسماً في قرار الشراء وتكراره.

ثانياً: أهمية الجودة في الخدمات

يعد مفهوم الجودة في الخدمات أكثر صعوبة في قياسه من الجودة في السلع المصنعة، على اعتبار أن الشيء الذي نحاول قياسه يتصف بصفة التجريد وليس بالصفة المادية، ولا يحمل صفة الديمومة، وهو يتعلق بالعوامل الذاتية النفسية، ومن ناحية أخرى قد يحتفظ مستعمل الخدمة ببعض الخصائص والمواصفات التي يستخدمها كأساس للمقارنة بين البدائل المتاحة، ويُمكن أن يؤدي فقدان إحدى هذه المواصفات إلى تقليل احتمالية اختيار المنظمة الخدمية المحددة في الاعتبار، وبالتالي يُمكن فهم الجودة في الخدمات على أنها مجموعة من المواصفات.

تلك المواصفات تتعامل مع جوانب متعددة، بدءاً من تلبية احتياجات وتوقعات العميل، وصولاً إلى القدرة على تقديم الخدمة بفعالية، ويتداخل تحديد جودة الخدمات مع العوامل النفسية والاجتماعية للفرد، مما يجعلها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بتجربة العميل ورضاه.

في هذا السياق يصبح فهم الجودة في الخدمات تحدياً، حيث تعتمد على مستوى رضا العميل واستجابته لتلبية احتياجاته الفردية، وبالإضافة إلى ذلك يعزى جزء كبير من فهم الجودة في الخدمات إلى القدرة على الحفاظ على المواصفات والخصائص التي يعتبرها المستهلك أساسية لتقييم الخدمة المقدمة.

وفي هذا المجال، استخدم كل من "Parasuraman & Berry & Zeithaml وآخرون"، أسلوب المقابلات حيث طبقاه على اثنتي عشرة (12) مجموعة من العملاء، وقد توصلنا إلى النتائج التالية (الصرن، 2007، صفحة 67):

- تنتج مدركات العملاء لجودة الخدمة من خلال مقارنة توقعاتهم مع الخدمة، وهذا يشير إلى أن جودة الخدمة تقدر على أساس التقائها بتوقعات العملاء؛
- تُشتق مدركات الجودة من العملية الخدمية، ومن نتائج الخدمة أيضاً، وبذلك يكون أسلوب إنجاز الخدمة عنصراً هاماً للخدمة من وجهة نظر العميل؛
- إن لجودة الخدمة وجهان: الأول طبيعي (عادي) ويظهر مستوى الجودة المسلم للعميل، والثاني استثنائي يشير إلى أن هناك مستوى للجودة يدل على الاستثناءات أو المشكلات التي تم دراستها.

❖ تعريف جودة الخدمة

ومن بين أهم التعاريف التي قُدمت في جودة الخدمة نذكر:

- عرفها (Grönroos): "جودة الخدمة هي نتيجة عملية تقييم يقارن فيها العميل توقعاته بالخدمة المقدمة له أو التي قدمت له" (Grönroos, 1984, p. 39)، يعني أن الجودة تظهر كنتيجة لتقييم؛
- وعرفها كل من (Parasuraman, Berry and Zeithaml): "جودة الخدمة تعني الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها" (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, p. 42)، يعكس هذا التعريف الفارق بين توقعات العملاء وتجربتهم الفعلية، وكمية هذا الفارق تحدد جودة الخدمة بنظر العميل؛
- أما (Lovelock and Wright): فقد عرفها على أنها "تقييم إدراكي طويل المدى يقوم به العميل لعملية تقديم الخدمة لمنظمة ما" (Lovelock & Wright, 1999, p. 87)، يبرز هذا التعريف الجانب الطويل المدى لتقييم العميل، حيث يأخذ في اعتباره ليس فقط الأداء الحالي ولكن أيضاً التأثيرات طويلة المدى على انطباعات العميل اتجاه الخدمة. يستخلص من التعاريف السابقة أن جودة الخدمة تعتمد على تقييم العميل، ويعتبر مفهومها نسبياً حيث يعتمد على توقعات وتجارب كل عميل وحده، ولهذا السبب يصبح قياساً نسبياً يتفاوت من فرد لآخر.

وهنا تظهر أهمية العلاقات الجيدة مع العملاء للمحافظة على جودة الخدمة بغض النظر عن نوع الخدمة المقدمة، وهذا يشير إلى إمكانية قياس جودة الخدمة عن طريق إغلاق الفجوات بين التوقعات والادراكات (الصرن، 2007، صفحة 67).

الفرع الثاني: أهم نماذج قياس جودة الخدمات المالية البريدية

أولاً: أبعاد ونماذج جودة الخدمة المالية البريدية

شهدت القطاعات العامة والخاصة في القرن الواحد والعشرين اهتماماً متزايداً بجودة الخدمات، فعبّر العقود السابقة قام الباحثون والأكاديميون بتطوير عدة نظريات ونماذج تهدف إلى تقييم جودة الخدمات، بهدف تحديد نقاط الضعف وتحسين جودة الخدمات المقدمة، وذلك لتحقيق الميزة التنافسية، وتحسين الربحية، وزيادة العائد على الاستثمار، وتعزيز كفاءة العمليات، وتقليل التكاليف، وأيضاً لضمان رضا المستفيدين وتعزيز ولائهم.

تسارع وتيرة النمو وشدة المنافسة بين الشركات على الصعيدين المحلي والعالمي، عزز أهمية جودة الخدمات وجعلها محل اهتمام في مختلف الأسواق والمجالات، حيث أدى هذا الاهتمام المتزايد إلى تطوير الباحثين لنماذج متنوعة لقياس وتقييم جودة الخدمات، بهدف تحديد المشكلات المحتملة في المنتجات (سلع/خدمة)، ومعالجة نقاط الضعف وتحسين كفاءة وربحية ومستوى الأداء في الشركات.

1- أبعاد جودة الخدمة

أغلب الدراسات التي استعرضت موضوع جودة الخدمة ناقشت الأبعاد التي يستند إليها العملاء لتشكيل توقعاتهم وبالتالي تقييمهم لجودة الخدمات التي يتلقونها، ومع ذلك فإن هذه الدراسات لم تتوحد وتتفق حول تعريف محدد لتلك الأبعاد أو العناصر الرئيسية التي تشكل كل بعد.

الاختلاف في وجهات النظر بين الباحثين حول فهم الأبعاد المكونة لجودة الخدمة والعوامل المؤثرة في تكوين تلك الأبعاد، يُظهر أن هناك تبايناً في التصنيفات المستخدمة للفهم الشامل لجودة الخدمة، مما يجعل الفهم العام لها يتباين بين الأبحاث المختلفة وحسب كل سياق أخذت أو وضعت من أجله.

وفي هذا السياق، يشير (Lehtinen-1982) إلى أن جودة الخدمة تتألف من ثلاثة أبعاد رئيسية، وهذه الأبعاد تتجسد

في (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988) :

- **الجودة المادية (Physical Quality):** يتعلق هذا البعد بالجوانب المادية للخدمة، مثل التجهيزات والمباني، ويتمثل هدفها في ضمان توفير بيئة جذابة وفعالة لتقديم الخدمة؛
- **جودة المنظمة (Corporate Quality):** يرتبط هذا البعد بصورة المنظمة في نظر العملاء، ويهدف إلى تحقيق سمعة إيجابية للمؤسسة وتعزيز ثقة العملاء عبر تحسين الصورة والأداء العام للمنظمة؛
- **الجودة التفاعلية (Interactive Quality):** ينشأ هذا البعد نتيجة التفاعل بين موظفي المكاتب الأمامية والعملاء، حيث يركز على تحسين جودة التفاعل والتواصل مع العملاء لضمان تجربة إيجابية ورضا عالي.

بالإضافة إلى ذلك يُميز نفس الباحث بين جودة الخدمة المتعلقة بعملية تقديم الخدمة وجودة المخرجات، يعني ذلك بأنه يجب تحسين كل عملية تقديم الخدمة والنتائج النهائية لضمان تلبية توقعات واحتياجات العملاء بشكل شامل وفعال.

وفي دراسة أجراها (Parasurman et al-1985)، أُعتمدَ فيها على المقابلات التي أجروها مع أربعة أنواع مختلفة من مؤسسات خدمية (خدمات التجزئة المصرفية-بطاقات الائتمان-السمسرة في الأوراق المالية-صيانة وإصلاح المنتجات)، وذلك في محاولة من أجل بناء مقياس لجودة الخدمة، حيث توصلت الدراسة إلى وضع عشرة (10) أبعاد لجودة الخدمة، تتمثل هذه الأبعاد فيما يلي (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 47):

الجدول رقم (08-02): أبعاد جودة الخدمة المتوصل إليها من قبل (Parasurman et al-1985)

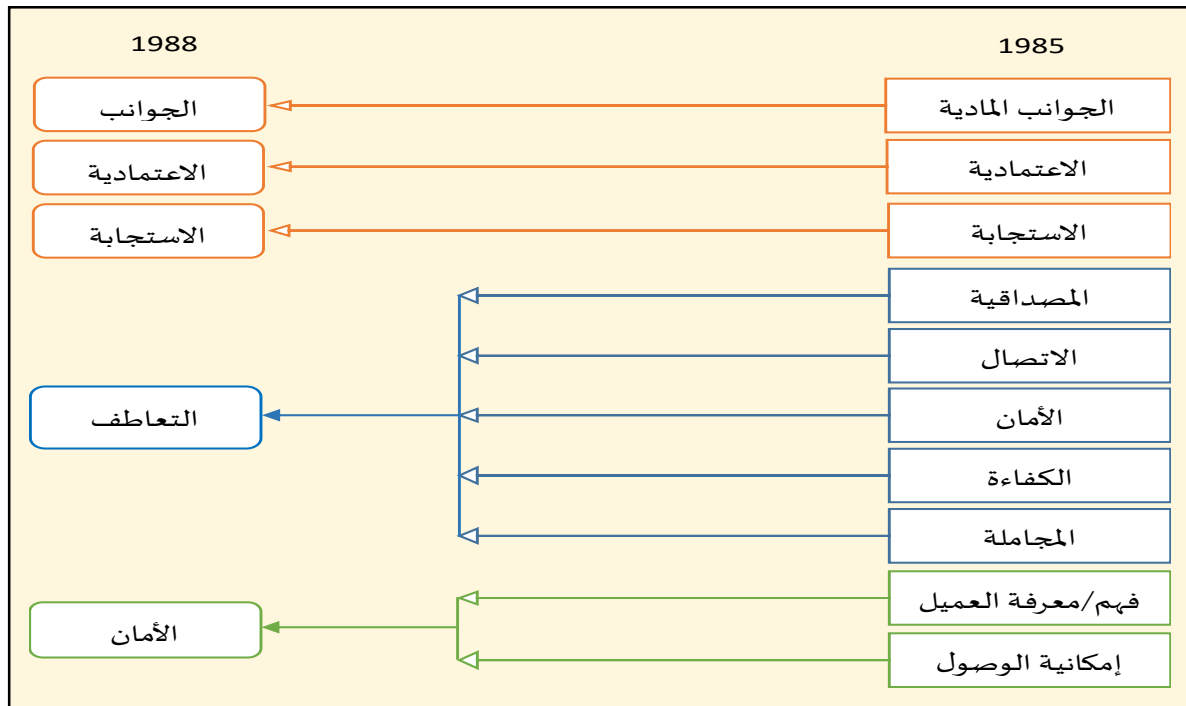
الرقم	البعد	توصيف البعد	عناصر البعد
1	الاعتمادية (Reliability)	ثبات الأداء وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة بدقة وكما وعدت بها، وبشكل صحيح من أول مرة.	- الدقة في الحسابات؛ - الحفاظ على سجلات صحيحة؛ - تقديم الخدمة في المواعيد المحددة.
2	الاستجابة (Responsiveness)	رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء.	- الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء؛ - الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى للعملاء؛ - تقديم خدمة فورية مثل (تحديد المواعيد بسرعة)
3	الكفاءة (Competence)	امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة.	- معارف ومهارات موظفي المكتب الأممي؛ - معارف ومهارات موظفي الجهاز التنظيمي؛ - قدرة المنظمة على إنجاز بحوث من أجل تقديم خدمات أفضل.
4	الوصول إلى الخدمة (Access)	قرب وسهولة الاتصال بمقدم الخدمة.	- سهولة الوصول إلى الخدمة عن طريق الهاتف؛ - مدة الانتظار من أجل الحصول على الخدمة؛ - ملائمة أوقات العمل؛ - ملائمة مكان تقديم العمل.
5	المجاملة (Courtesy)	أدب واحترام موظفي المكاتب الأمامية للعملاء وتكوين الصداقات معهم.	- مراعاة ظروف العملاء والتعاطف معهم؛ - حسن مظهر موظفي المكتب الامامي؛
6	الاتصال (Communication)	جعل العملاء على علم دائماً بخصائص الخدمة وكيفية الحصول عليها، مع توضيح الخدمة، وتكلفتها، والانصات للعملاء للحصول على ردود فعل.	- شرح الخدمة نفسها للعملاء؛ - توضيح الخدمة؛ - طمأنة العميل على إمكانية حل مشكلة ما؛ - توضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة.
7	المصداقية (Credibility)	تعبير عن الثقة في اسم المنظمة وموظفيها، وتعبير عن الصدق والأمانة فهي تعني جعل خدمة العميل من أهم أولويات المنظمة.	- الثقة في اسم المنظمة؛ - الثقة في سمعة المنظمة؛ - الثقة في الخصائص الشخصية لموظفي المكتب الامامي؛ - درجة الصعوبة في البيع أثناء التفاعل مع العملاء.
8	الأمان (Security)	خلو الخدمة من الخطر، المخاطرة والشك.	- الأمن المادي؛ - الأمن المالي؛ - المحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة.
9	فهم/معرفة العميل (Knowing the customer)	بذل الجهد من أجل فهم حاجات العميل.	- معرفة حاجات العميل بدقة؛ - تقديم اهتمام فردي لكل عميل؛ - معرفة العملاء الدائمين للمنظمة.

10	الجوانب المادية (Tangibles)	تشير إلى الدلائل المادية التابعة لمنظمة الخدمة.	- التسهيلات المادية؛ - مظهر الموظفين في منظمة الخدمة؛ - الأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة؛ - الصورة المادية للخدمة مثل (كشوفات البنك، والبطاقات البلاستيكية)؛ - العملاء الآخرون في منظمة الخدمة.

المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 47)

في عام 1988 قام نفس الباحثين بدراسة جديدة، توصلوا من خلالها إلى إمكانية تقليص هذه الأبعاد العشرة المذكورة في الجدول أعلاه وتجميعها في خمسة أبعاد، الموضحة في الشكل رقم (11-02):

الشكل رقم (11-02): أبعاد جودة الخدمة حسب (PZB-1985-1988)



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988)

من خلال الشكل أعلاه، نرى أن الباحثين (PZB) قاموا من خلال دراستهم في عام 1988 بدمج الأبعاد المتعلقة بـ (الاتصال، المصداقية، الأمان، الكفاءة، والمجاملة) في بعد واحد أطلق عليه اسم (التعاطف)، كما قاموا بتجميع بُعدي (فهم/معرفة العميل، إمكانية الوصول إلى الخدمة) في بعد واحد سموه (الأمان)، بينما بقيت الأبعاد الأخرى والمتمثلة في (الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة) كما هي دون أي دمج أو تغيير، ليتوصل في الأخير الباحثون من خلال هذه الدراسة إلى خمسة أبعاد أساسية لقياس جودة الخدمة، وفيما يلي سنشرح باختصار هذه الأبعاد (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 23):

- الجوانب المادية الملموسة (Tangibles): وتشمل كل من (التسهيلات المادية، التجهيزات، ومظهر الموظفين)؛
- الاعتمادية (Reliability): أي قدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل دقيق ويُمكن الاعتماد عليها؛
- الاستجابة (Responsiveness): تعني الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة فورية؛

- الأمان (Security): يعني هذا البعد معرفة ومجاملة العاملين وقدرتهم على جعل العميل يشعر بالثقة والأمان؛
- التعاطف (Empathy): يقصد به مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي تقدمه المنظمة لعملائها.

تمثل هذه الأبعاد الخمسة الجديدة للباحثين (PZB)، مفهوماً متكاملًا يعكس الجوانب المختلفة لجودة الخدمة، مما يعزز التركيز على تجربة العميل وتفاعله مع المنظمة.

ويرى كل من (Dagger and Sweeney – 2007) أن الأبعاد المكونة لجودة الخدمة هي سبعة (7) أبعاد، تتمثل فيما يلي (Dagger & Sweeney, 2007, pp. 37-38):

الجدول رقم (09-02): أبعاد جودة الخدمة حسب (Dagger and Sweeney – 2007)

الرقم	البعد	توصيف البعد
1	التفاعل (Interaction)	تعاطف مقدم الخدمة، وفهمه، ومستوى العناية التي يبديها للعملاء، بالإضافة إلى قدرته على التواصل
2	مخرجات الخدمة (Outcome)	النتائج التي تحقق كنتيجة لتقديم الخدمة، مع التركيز على الإنجازات النهائية
3	الخبرة (Expertise)	كفاءة مقدم الخدمة ومهارته في التشخيص والمعالجة، بالإضافة إلى الاهتمام بالعميل
4	الجو السائد عند التقديم (Atmosphere)	العناصر التي تؤثر في تحسين جو تقديم الخدمة وخلق تجربة إيجابية
5	الجوانب المادية الملموسة (Tangibles)	المظاهر ووسائل الراحة ووظائف المحيط المادي في تقديم الخدمة
6	التوقيت المناسب (Timeliness)	توفير الخدمة بفعالية وفي الوقت المناسب، وضمان الإيقاع الملائم
7	العملية (Operations)	الإجراءات والعمليات الإدارية المتضمنة في العملية الشاملة لتقديم الخدمة

المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Dagger & Sweeney, 2007, pp. 37-38)

الملاحظ أن هناك اختلاف واضح في صياغة ابعاد جودة الخدمة، فبين الدراسة الأولى لـ (PZB-1985) والدراسة الثانية لـ (Dagger and Sweeney - 2007)، نجد تباين واضح لهذه الأبعاد، وذلك يعود إلى عدة أسباب حسب رأينا، ومن هذه الأسباب نذكر:

- السياق والصناعة: تختلف احتياجات وتوقعات العملاء وجودة الخدمة بشكل كبير بحسب الصناعة والسياق، فعلى سبيل المثال، قد تكون أبعاد جودة الخدمة المهمة في مجال الصحة مختلفة عن تلك في قطاع الخدمات المصرفية؛
- البحوث والمنهج: يختلف النهج البحثي والمنهج المتبع في كل دراسة، حيث يُمكن للباحثين اختيار مجموعة مختلفة من الأبعاد بناءً على تحليلاتهم واهتماماتهم البحثية؛

- التطور الزمني: تتغير توجهات البحث وفهم الدارسين والمختصين لجودة الخدمة مع مرور الوقت، فمن الممكن أن تظهر أبعاد جديدة أو تتغير الأبعاد المعترف بها بناءً على الاكتساب المستمر للمعرفة والتجارب؛
 - الاختلافات الثقافية: الثقافة تلعب دوراً كبيراً في تحديد كيفية قياس جودة الخدمة وما يعتبر مهماً في تلبية توقعات العملاء، فمثلاً قد تختلف الأبعاد الملموسة في ثقافة معينة عن غيرها؛
 - استجابة السوق: قد تتغير أبعاد جودة الخدمة بناءً على تحولات السوق وتغيرات احتياجات العملاء، فعلى سبيل المثال تكنولوجيا المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي قد تسهم في إظهار أبعاد جديدة لجودة الخدمة.
- لذلك نجد أن هذا التباين في أبعاد جودة الخدمة بين باحث وآخر أمراً ضرورياً، إذا أخذنا في الاعتبار أن التراكمات المعرفية والخبرات في تزايد، لهذا يجب أن يكون فهم أبعاد جودة الخدمة قابلاً للتكيف وفقاً للسياق الخاص بالصناعة واحتياجات العملاء في الزمان والمكان المعين.

2- أهمية قياس جودة الخدمة

الغرض من قياس جودة الخدمة قد أثار جدلاً ملحوظاً في أدبيات الجودة، إذ يشير (Sliwa, 2008, pp. 133-150) إلى أن هناك حاجة ملحة لقياس جودة الخدمات بهدف كشف الأسباب المحددة التي تقف وراء نقص جودة الخدمات المقدمة، ويرى (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1985) بأن قياس جودة الخدمة يسهم في تحديد التباين بين الوعد والأداء الفعلي، بهدف تحسين تقديم الخدمة.

من جهة أخرى، يؤكد (Cronin & Taylor, 1992) على أن قياس الجودة يركز بشكل رئيسي على التفاوتات في تقديم الخدمة، فيما يركز (Jensen & Markland) على دور القياس كأداة تنبؤ لمقدار الجودة الشاملة للخدمة، يُظهر هذا التركيز على القياس كوسيلة لتحديد المشكلة الكامنة وتحديد نقاط التحسين اللازمة في خدمات المؤسسة. يتضح أن الغاية من قياس الجودة لا تقتصر على تقييم الوضع الحالي لمكونات الخدمة فقط، وإنما تتسم بالأهمية الكبيرة في تحديد اتجاهات التغيير في مستوى جودة الخدمة العامة المقدمة.

تنوع النماذج المطورة والمستخدمية في المؤسسات لفحص وتقييم جودة خدماتها بهدف تحسينها في المستقبل، ومن بين هذه النماذج والذي يعتبر أشهرها في مجال جودة الخدمات نجد نموذج "SERVQUAL"، حيث يركز على قياس الجودة من خلال الجوانب المدركة مثل اهتمام المؤسسة بالعملاء وفهم احتياجاتهم، ومع ذلك تم تعديل هذا النموذج ليتناسب أكثر مع متطلبات المؤسسات، وقد أطلق عليه اسم "SERVPERF" والذي يهدف إلى قياس الأداء الفعلي للخدمات دون التركيز الكبير على توقعات العملاء، كما يعتبر هذا التعديل وسيلة فعالة لتحليل رضا العملاء وتقدير جودة الخدمات بالاستناد إلى تجاربهم الفعلية من الخدمة، دون الحاجة للمقارنة المستمرة بين الأداء والتوقعات.

يُظهر بناء وتطوير نموذج "SERVPERF" كنموذج معدل لـ "SERVQUAL" رغبة المختصين والباحثين في هذا المجال الحيوي وتلبية لرغبات المؤسسات التي تسعى لتحسين الأداء الفعلي للخدمات المقدمة من قبلها، والذي من شأنه أن يسهم في تحديد نقاط القوة والضعف لديها بهدف تحقيق تطوير مستدام في جودة الخدمات المقدمة.

والجدير بالذكر أن العديد من الباحثين قاموا بتطوير نماذج متعددة لقياس وتقييم جودة الخدمات، غير أن أكثر هذه النماذج شهرة وتطبيقاً هما ما أسلفنا ذكره، وسوف نتطرق لهما بشكل من التفصيل فيما يلي.

ثانياً: نماذج جودة الخدمة (SERVQUAL) و (SERVPERF)

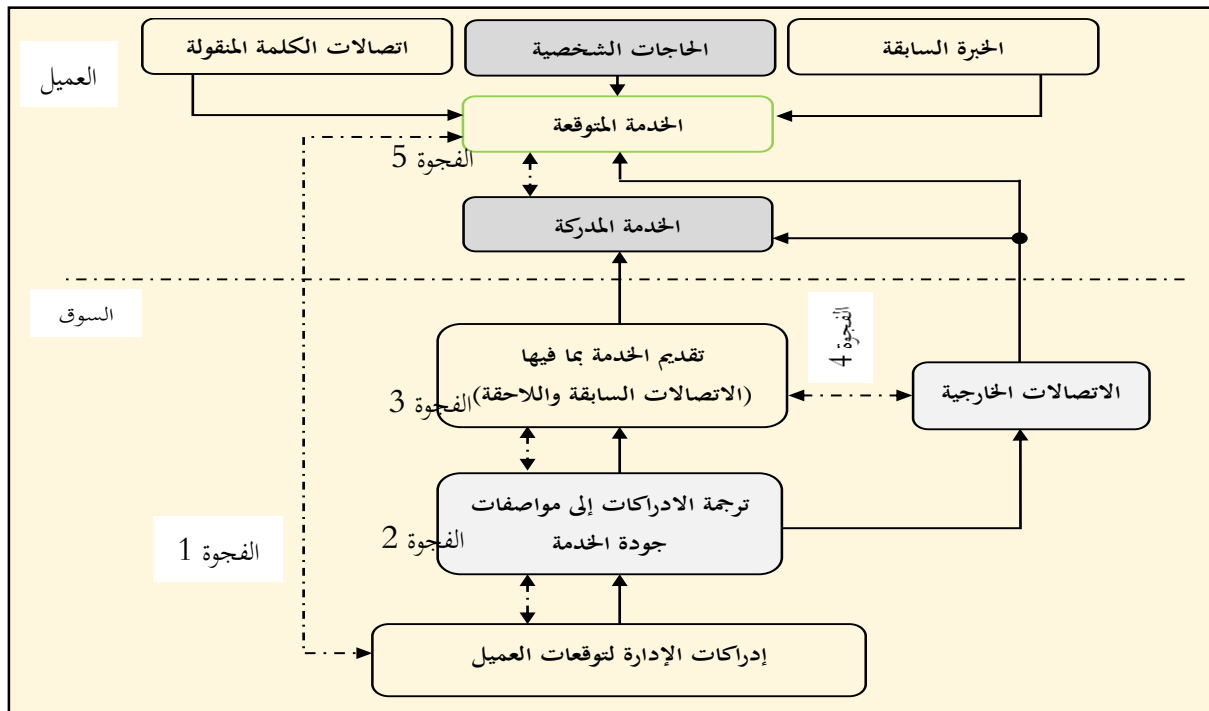
شكلت التطورات البحثية لجودة الخدمات إسهاماً مهماً في فهم العلاقة بين الخدمات المقدمة وتقييم العملاء لها، ويعتبر نموذج "الفجوات بين الإدراك والتوقعات" ونموذج "أداء الخدمة" أحد الأطر الرائدة، حيث يركز الأول على تحديد مدى توفر الخدمات بما يتفق مع توقعات العملاء، في حين يقوم الثاني بقياس الأداء الفعلي لتلك الخدمات.

1- نموذج الفجوات بين الإدراك والتوقعات (SERVQUAL)

يعرف هذا النموذج باسم "جودة الخدمة" أو "SERVQUAL" المختصر من "Service Quality"، ويطلق عليه أحياناً نموذج "الفجوات" أو "The Gaps Model"، وتم تطوير هذا النموذج المطور عام 1985، من قبل الباحثين (PZB)، كأداة لقياس وتقييم جودة الخدمة.

يعتمد نموذج "الفجوات" على فكرة "الإدراكات ناقص التوقعات"، أي يُقاس من خلاله الفرق بين تلك الإدراكات التي يحصل عليها العميل وبين توقعاته، حيث يقسم هذا النموذج إلى خمسة فجوات، أربعة منها تتعلق بمقدم الخدمة أو المسوق، بينما الفجوة الخامسة تتعلق بالعميل أو متلقي الخدمة، والشكل المرفق رقم (12-02) يوضح هذه الفجوات.

الشكل رقم (12-02): النموذج المفاهيمي لجودة الخدمة



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1985, p. 44)

حسب (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1985)، فإن القسم العلوي من النموذج والمعروف بـ (External Measurement) يمثل الفجوة المتعلقة بتوقعات العميل، ويتطلب قياساً خارجياً، في المقابل يُمثل الجزء السفلي والمعروف بـ (Internal Measurement) الفجوات الأربعة المتعلقة بمقدم الخدمة، وهي تتطلب قياساً داخلياً، حيث تمثل مجمل هذه الفجوات التفاصيل التي يُمكن تحسينها داخل المؤسسة لتحقيق توقعات العملاء، وهي كما يلي:

الجدول رقم (10-02): الفجوات الخمسة لنموذج SERVQUAL

البيان	الخدمة المتوقعة	الاتصالات الخارجية	التسليم الفعلي للخدمة	مواصفات جودة الخدمة	إدراك الإدارة لتوقعات العميل
الخدمة المدركة	الفجوة 5				
تسليم الخدمة		الفجوة 4			
مواصفات جودة الخدمة			الفجوة 3		
إدراك الإدارة				الفجوة 2	
توقعات العميل					الفجوة 1

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1985)

- الفجوة الأولى (بين توقعات العميل وإدراك الإدارة لهذه التوقعات): هذه الفجوة تعكس الفارق بين ما توقعه العميل وكيفية إدراك الإدارة لتلك التوقعات، حيث يسبب هذا الاختلاف عجزاً في فهم احتياجات ورغبات العملاء المتوقعة، فإذا كانت إدارة المؤسسة على دراية بتوقعات العملاء فإنها تمتلك القدرة على تقديم خدمات تتفق مع هذه التوقعات أو تفوقها، مما يؤدي إلى رضا العملاء.

وفيما يتعلق بأسباب ظهور هذه الفجوة، وحسب (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988, pp. 38-44) فإن هذه الأسباب تنقسم إلى ثلاثة عناصر:

- التوجيه ببحوث التسويق (-) * (Orientation Marketing Research): ويضم (حجم بحوث التسويق؛ مدى استخدام بحوث التسويق؛ درجة تركيز بحوث التسويق على جودة الخدمة؛ درجة التفاعل المباشر بين الإدارة والعملاء)؛
- الاتصالات الصاعدة (-) (Up Ward Communication): والذي يُعبر عن مستوى الاتصال بين الموظف والمدير؛ جودة الاتصال بين الإدارة العليا وموظفي المكاتب الامامية؛
- مستويات الإدارة (+) (Levels of Management): حيث كلما زاد عدد المستويات بين مقدم الخدمة والإدارة العليا زادت واتسعت الفجوة الأولى؛

- الفجوة الثانية (بين إدراك الإدارة ومواصفات جودة الخدمة): تحدث هذه الفجوة نتيجة للاختلافات بين مواصفات الخدمة المقدمة فعلياً وتصورات الإدارة لتوقعات العملاء، يعني ذلك أنه حتى وإن كانت احتياجات ورغبات العملاء معروفة للإدارة، فقد لا تترجم بشكل دقيق إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة، ويمكن تفسير ظهور هذه الفجوة بالأسباب التالية:

* إشارة (-): تدل على أن وجود هذا العنصر يؤدي إلى تضيق الفجوة؛ أما إشارة (+)، فتعني أن وجود هذا العنصر يؤدي إلى اتساع الفجوة.

- التزام الإدارة بجودة الخدمة (-) (Management Commitment to Service Quality): في سياق التزام الإدارة بجودة الخدمة، يتم تضمين عدة جوانب مهمة، حيث يتضمن ذلك تخصيص حجم مناسب من الموارد لدعم الالتزام بالجودة؛ كما يشمل تنفيذ برامج داخلية مخصصة لتحسين جودة الخدمة؛ بالإضافة إلى توجيه جهود المسيرين في المؤسسة نحو فهم جهودهم في تحسين جودة الخدمات؛

- تحديد الهدف (-) (Goal Setting): يتضمن هذا الجانب وضع أهداف محددة تتعلق بجودة الخدمة؛

- تنميط المهمة (-) (Task Standardization): يتضمن ذلك استخدام تقنيات تعتمد على الأجهزة لتنميط العمليات؛ بالإضافة إلى تبني تكنولوجيا تعتمد على البرمجيات لتنميط العمليات؛

- إدراك القابلية (-) (Perception of Feasibility): يتعلق الأمر بوجود كفاءات وأنظمة لتحقيق المواصفات؛ وأيضاً قناعة المسيرين بقدرتهم على تلبية توقعات العملاء.

• الفجوة الثالثة (بين مواصفات جودة الخدمة والتسليم الفعلي للخدمة): تعرف هذه الفجوة أيضاً باسم فجوة أداء الخدمة الفعلي (Service Performance Gap)، حيث تنشأ نتيجة للاختلاف بين مواصفات جودة الخدمة والأداء الفعلي لتلك الخدمة، بمعنى آخر لا يكفي وجود مواصفات مناسبة لجودة الخدمة، بل يجب أن يلتزم مقدمو الخدمة بتلك المواصفات لضمان تقديم الخدمة وفقاً للمعايير المحددة، وبالتالي تلبية توقعات العملاء، ويرجع ظهور هذه الفجوة إلى عدة أسباب، تتمثل في:

- فريق العمل (-) (Team Work): وهذا بالتركيز على تفعيل العلاقات الداخلية بين الموظفين، حيث يتجلى ذلك في اعتبارهم لبعضهم البعض كعملاء، وهذا ما يعزز التواصل والاحترام؛ يتأتى ذلك ضمن بيئة تتسم بإحساس الموظفين بالاهتمام الإداري والدعم، الأمر الذي يساهم في بناء بيئة عمل إيجابية؛ بالإضافة إلى التأكيد على تركيز التعاون بدلاً من المنافسة بين موظفي المكاتب الأمامية، وتعزيز روح الفريق الواحد وتحقيق التناغم الداخلي؛ يشير هذا العنصر أيضاً إلى التزام الموظفين بجودة الخدمة كعنصر حاسم يحفز على المشاركة الفعالة في تحسين الخدمات وتحقيق رضا العملاء، مما يساهم في تعزيز الأداء الشامل للمؤسسة؛

- ملائمة الموظفين للعمل (-) (Employee-Job Fit): وذلك من خلال فهم أهمية قدرة الموظفين على أداء العمل؛ مع التركيز البارز على أهمية وفعالية عمليات اختيار الموظف الملائم لضمان الاندماج الأمثل والأداء المتميز؛

- ملائمة التكنولوجيا للعمل (-) (Technology-Job Fit): أي مدى ملائمة الأدوات والتكنولوجيا من أجل أداء العمل، وذلك من خلال اختيار وتكامل الأدوات التقنية بشكل يتناسب تماماً مع طبيعة العمل واحتياجاته، وهذا ما يؤدي إلى تعزيز تقديم الخدمات بشكل أكثر كفاءة وجودة، مما يعود بالفائدة على رضا العملاء وتحقيق الأهداف؛

- الرقابة المدركة (-) (Perceived Control): ويضم إدراك الموظفين بأنهم يراقبون أعمالهم؛ ومدى إحساس موظفي المكاتب الأمامية بالمرونة في معاملاتهم مع العملاء؛ وكذلك قدرة الموظفين على التنبؤ بالطلب؛

- أنظمة الرقابة الإشرافية (-) (Supervisory Control Systems): أي مدى تقييم الموظفين لما يقومون به (السلوكيات) بدلا من تقييمهم على حجم المخرجات الفردية.

• الفجوة الرابعة (بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية): تحدث هذه الفجوة نتيجة لاختلاف بين الوعود الكلامية أو الكتابية التي تُقدمها المؤسسة وبين تنفيذ الخدمة على أرض الواقع، وبمعنى آخر المؤسسة قد تعد بخدمة معينة أو توفير مستوى جودة محدد، لكن عندما يتم تقديم الخدمة بشكل فعلي، قد لا تتوافق النتائج مع تلك الوعود، وهنا تظهر هذه الفجوة من عدة أسباب تتمثل في:

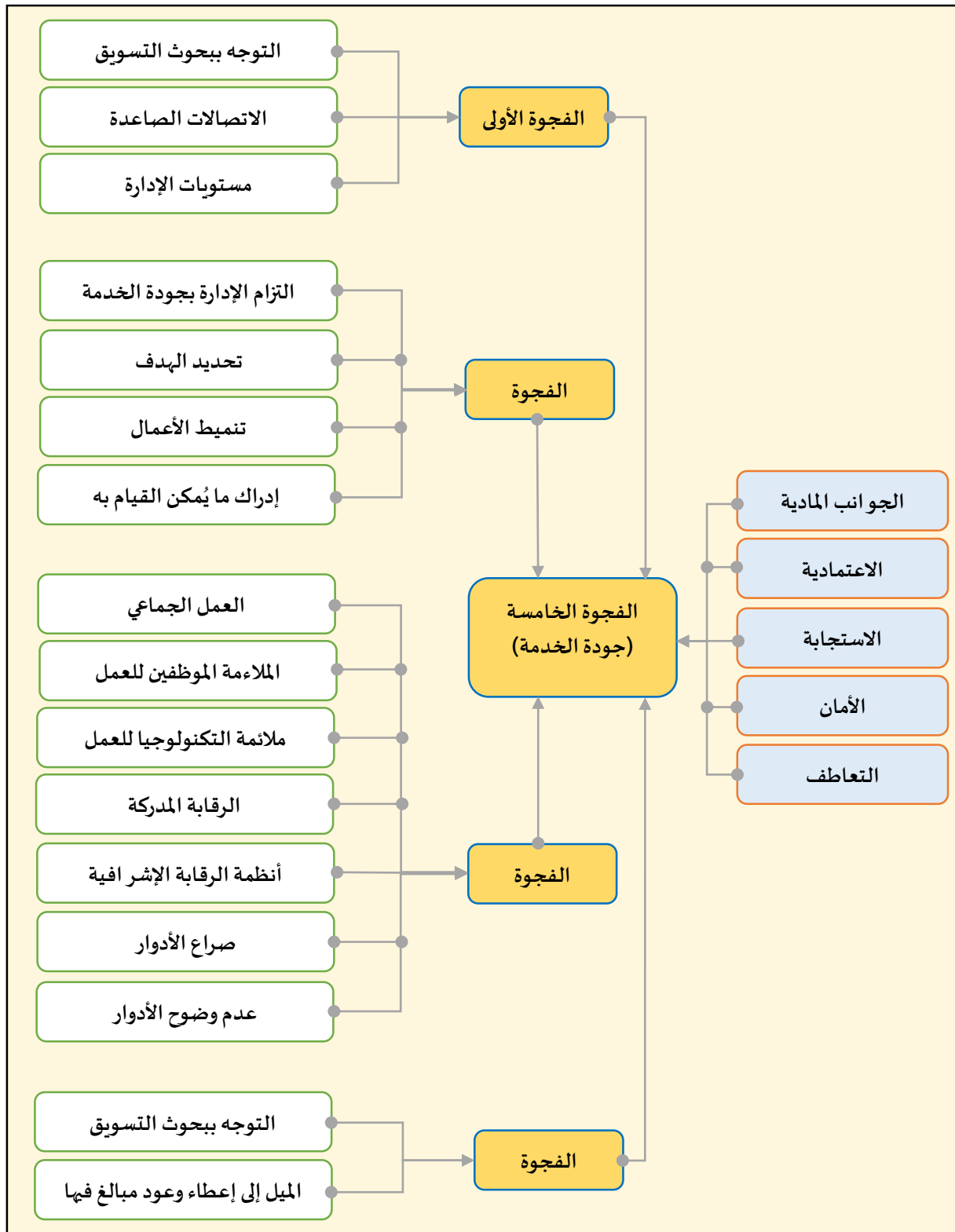
- الاتصالات الأفقية (-) (Horizontal Communication): تحسين الاتصالات الأفقية يُعد عنصراً حيوياً في تحسين أداء المؤسسة، حيث يشمل ذلك تعزيز التواصل بين موظفي المكاتب الأمامية وموظفي الإشهار، وهذا التفاعل يساهم في تحقيق تكامل في تقديم الخدمات لتلبية التوقعات المعلن عنها، فإدراك موظفي المكاتب الأمامية لأهمية التواصل المباشر مع العملاء يعزز فهماً أعمق لاحتياجات العملاء

- الميل لإعطاء وعود مبالغ فيها (+) (Propensity to Overpromise): يضم مدى إحساس المؤسسة بالضغط حول جلب عملاء جدد؛ ودرجة إدراكها حول مبالغة المنافسين في إعطاء الوعود.

• الفجوة الخامسة (بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة): هذه الفجوة (5) تُعبر عن التقييم الشامل لجودة الخدمة، حيث يتم احتسابها باستخدام الفجوات السابقة (فج 1، فج 2، فج 3، فج 4)، حيث تكون هذه الفجوة (5) النهائية المعيار الذي يُقَيِّم جودة الخدمة بشكل عام، وتظهر هذه الفجوة نتيجة ظهور أحد الفجوات السابقة أو جميعها، مما يعني أن الخدمة لم تُقدَّم بمستوى يلي توقعات العملاء.

ولسد هذه الفجوة، يتعين على المؤسسة تقديم جهود لسد الفجوات السابقة، فحسب (PZB-1988)، تم تقديم نموذج متقدم لجودة الخدمة يشمل مختلف الأسباب المؤدية، حيث يُعتبر الفجوة الخامسة (5) متغيراً تابعاً يعتمد على ظهور الفجوات الأربعة السابقة كمتغيرات مستقلة، والشكل رقم (02-13) يوضح ذلك.

الشكل رقم (13-02) النموذج الموسع لجودة الخدمة (Extended Model of Service Quality)



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 46)

كما أشرنا سابقاً، أجرى الباحثون (PZB) تطويراً على النموذج الذي قدموه في عام 1985، والمتعلق بقياس جودة الخدمة، حيث قدموا نموذجاً جديداً يعتمد على خمسة أبعاد رئيسية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف) في عام 1988، ومن هذه الأبعاد، استنبط الباحثون اثنين وعشرون محدداً لجودة الخدمة، وذلك من خلال

سلسلة من المقابلات التي أجروها مع جماعات تركيز، تمثل عملاء مؤسسات خدمية متنوعة، ويطلق على هذه المحددات اسم (Quality Determinants)، وتشكل جزءاً أساسياً من نموذج جودة الخدمة.

يتألف نموذج جودة الخدمة (SERVQUAL) الذي وضعه من مجموعتين من عناصر القياس، الأولى تُستخدم لقياس توقعات العميل من المؤسسة المميزة والخدمات التي يُفترض أن تُقدم، وتحتوي على اثنين (2) من العناصر المُعرّفة باسم (Item)؛ أما المجموعة الثانية فتتألف من عشرون (20) عنصراً (عبارة- Item) تُستخدم لقياس إدراكات العميل، أي تقييمه للخدمة التي استفاد فعلاً منها؛ وتضاف اثنتان وعشرون عنصراً آخرين لتحديد الفارق بين توقعات العميل وإدراكاته، والذي يُظهر جودة الخدمة المدركة، ويُمكن توضيح هذه العملية من خلال المعادلة الآتية:

$$(Q) \text{ جودة الخدمة} = (P) \text{ الإدراك الفعلي للخدمة} - (E) \text{ توقعات}$$

وحسب (Parasurman, Zeithaml, & Berry, 1988)، فإنه إذا كانت التوقعات بشأن الجودة تتفوق على الخدمة الفعلية (الأداء الفعلي)، فإن جودة الخدمة تكون أقل من المرضية؛ بينما إذا كانت التوقعات تتساوى (=) مع الجودة المدركة، فإن جودة الخدمة تكون مرضية؛ وفي حال توقعات أقل من الجودة المدركة، فإن جودة الخدمة تكون أكثر من مرضية.

في دراسة مراجعة نموذج جودة الخدمة لعام 1991، قام الباحثون بتعديلات وإضافات مهمة بهدف تحسين اعتمادية ومصداقية المقياس، وتمثلت هذه التغييرات والإضافات في النقاط التالية (Parasuramn, Berry, & Zeithmal, 1991):

- تعزيز الاعتمادية والمصداقية: حيث قاموا بتغيير صياغة بعض العبارات لتحسين واقعية التعبير، مثل تغيير عبارة "يجب على شركات الهاتف الاحتفاظ بسجلاتها بدقة" بعبارة "سوف تحتفظ شركات الهاتف الممتازة بسجلات خالية من الأخطاء"؛ أجروا أيضاً إعادة صياغة لعبارات كانت سلبية لتصبح إيجابية، نظراً للمشاكل التي نشأت نتيجة للصياغة السلبية.
- استبدال وتعديل بعض عبارات المقياس: وذلك من خلال استبدال عبارتين في المقياس الأصلي، إحداها تتعلق بالجوانب الملموسة والأخرى تتعلق ببعد الأمان.

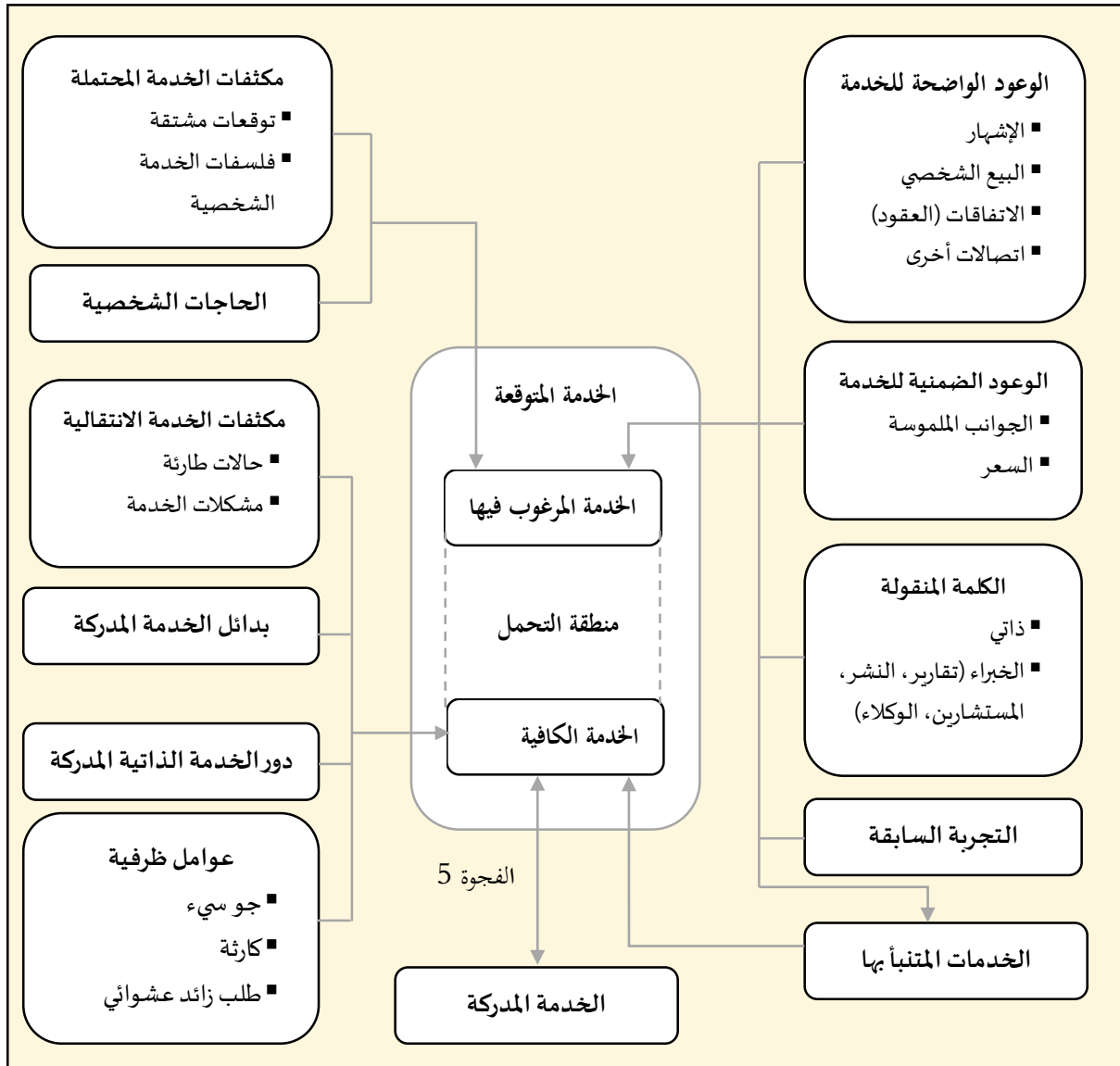
من خلال النموذج الأصلي لجودة الخدمة، استنتج نفس الباحثون في دراسة (PZB-1991) الأهمية النسبية لكل بُعد من أبعاد جودة الخدمة بطريقة غير مباشرة من نتائج تحليل الانحدار، ورغم ذلك رأوا أن القياسات المباشرة تكون ذات أهمية، خاصة عند قياس الجودة الكلية للخدمة باستخدام الأوزان، وهو ما يعرف بنموذج جودة الخدمة المرجح (Zone of Tolerance)، وذلك وفقاً للمعادلة التالية:

$$(SQ) \text{ جودة الخدمة} = (W) \text{ وزن كل بُعد} [(P) \text{ الإدراك الفعلي للخدمة} - (E) \text{ توقعات العميل}] \text{ العملاء}$$

استجابةً لهذا الاستنتاج، أضافوا جزءاً جديداً إلى استبيان جودة الخدمة، حيث طلبوا من العملاء توزيع 100 نقطة على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة ووفقاً لأهميتها النسبية بالنسبة لهم.

ويعتبر عام 1993 وفي مسار تطوير النموذج من طرف (PZB-1993)، نقطة مهمة في تطوير النموذج، حيث قاموا بدراسة لفهم توقعات العملاء، وشملت هذه الدراسة منطقة التحمل ونوعين من توقعات العميل: الخدمة المرغوب فيها والخدمة المناسبة، كل من هاتين النقطتين تتأثر بمجموعة من المؤثرات، وهذا ما سيتم توضيحه في الشكل رقم (14-02).

الشكل رقم (14-02): محددات وطبيعة توقعات العملاء للخدمة



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Parasuramn, Berry, & Zeithmal, 1991, p. 5)

رغم الانتشار الواسع الذي حقق نموذج جودة الخدمة وتطبيقه في مختلف دول العالم على مختلف أنواع الخدمات، إلا أنه لم يخلُ من انتقادات العديد من الباحثين، سواء من الناحية المفاهيمية أو التطبيقية، غير أن هذه الانتقادات تعتبر جزءاً من الحوار المستمر حول كيفية تحسين وتطوير نماذج قياس جودة الخدمة، فنجد بعض الانتقادات قد ركزت على اعتبار النموذج كأداة مطلقة دون النظر إلى سياقات محددة أو تفاصيل فريدة لنوعية الخدمة المقدمة.

من الناحية المفاهيمية، يُركز البعض على أن تقييم جودة الخدمة لا يمكن أن يعتمد فقط على الفرق بين ادراكات وتوقعات العملاء، بل يجب أيضاً أخذ عوامل أخرى في اعتبارها، أما من الناحية التطبيقية، يشير البعض إلى تحديات في تطبيق النموذج على بعض الصناعات أو الخدمات الفريدة التي قد تتطلب تعديلاً في النموذج لتحقيق دقة أكبر.

أشارت دراسة من قبل (Cronin & Taylor, 1992) أنه ليس من الضروري أن يتم دمج توقعات العملاء في عملية قياس جودة الخدمة، حيث يفضل التركيز على إدراكاتهم، واستناداً إلى هذا الرأي، قدموا نموذجاً اتجاهياً لقياس جودة الخدمة الذي يعرف بنموذج أداء الخدمة – سنفصل فيه فيما بعد -.

وفي دراسة أخرى قام بها (Coulthard & Morisson, 2004)، جاءت بأنه يُعتبر مناسباً أكثر استفسار العملاء حول المعايير بدلاً من توقعاتهم، كما اقترحت دراسة أجريت من قبل (Cronin & Taylor, 1994) حيث رأوا أن مقياس جودة الخدمة لا يقيس بالضرورة جودة الخدمة أو رضا العملاء، فبالنسبة لهم يُعتبر المقياس نوعاً من أنواع التوقعات/عدم التطابق، كما أشاروا إلى فشل النموذج في تحقيق صدق البناء.

تُعبّر الدراسة التي قام بها كل من (Boulding, Kalra, Zeithaml) والتي كان ضمنها أحد مطوري نموذج جودة الخدمة (SERVQUAL) وهو الباحث (Zeithaml) بمثابة مرجعاً رئيساً ودليلاً لصحة الدراسة التي قدمها (Cronin & Taylor, 1994)، حيث توصلوا إلى أن جودة الخدمة تتأثر فقط بإدراكات العملاء.

إلى جانب ما سبق، استنتج باحثون آخرون بشكل عام أن نموذج جودة الخدمة الذي يعتمد على مقياس ليكرت يواجه انتقادات متعددة، تتعلق أساساً بطريقة استخدام مقياس ليكرت، والذي يظهر أن بعض المجيبين (العملاء) قد يفتقرون إلى المعرفة الكافية لفهم والرد على العبارات بشكل صحيح، وهذا يساهم في إلحاق الضرر بجودة البيانات المجمعة.

الباحثون يشيرون أيضاً إلى نقص في تكامل المقياس حيث يفتقر إلى عبارات لفظية في بعض الدرجات، مما يُمكن أن يؤدي إلى تضخيم استخدام العملاء للنقاط المعبرة على حيادهم بشأن الخدمة، كما يُظهر نقص في توفر عبارات لفظية لكل رقم في المقياس على أنه يُمكن أن يؤدي إلى بيانات ضعيفة.

وعلى الرغم من هذه الانتقادات، لا يزال نموذج جودة الخدمة القائم على مقياس ليكرت، هو النموذج الأكثر استخداماً مع نموذج أداء الخدمة (Service Performance)، رغم ظهور الكثير من النماذج الأخرى.

2- نموذج أداء الخدمة - SERVPERF/ Service Performance

التسمية البديلة (SERVPERF) والتي هي اختصار لـ (Service Performance)، تطلق على نموذج أداء الخدمة، حيث يركز هذا النموذج والمبني على الأداء، على الإدراكات فقط، وينسب هذا النموذج الذي ظهر عام 1992 إلى الباحثين "جوزيف كرونين وستيفن تايلور"، وهذا جاء نتيجة الانتقادات التي وجهوها لنموذج جودة الخدمة (SERVQUAL)، خاصة ما يتعلق بالتوقعات، حيث يرون أنه من غير الملائم قياس جودة الخدمة بالاعتماد على الفارق بين توقعات العملاء وإدراكاتهم – كما تم توضيحه سابقاً -، واستجابةً لهذه الانتقادات، قدموا مقياساً جديداً يعتمد على الأداء الفعلي للخدمة كشكل من أشكال التقييم.

تم اعتبار مقياس الأداء فقط (غير المرجح) كأفضل الأدوات لقياس جودة الخدمة، وتوصل الباحثان "كرونين وتايلور" إلى هذا الاستنتاج بعد دراسة تطبيقية أجروها عام 1992، والتي قاموا من خلالها بفحص أربعة بدائل لمقياس جودة الخدمة، وهذه البدائل كالتالي (Cronin & Taylor, 1992):

- مقياس جودة الخدمة: الصياغة هي جودة الخدمة = الأداء الفعلي – التوقعات؛

- مقياس جودة الخدمة المرجح: الصياغة هي جودة الخدمة = الأهمية * (الأداء الفعلي - التوقعات)؛
- مقياس أداء الخدمة: الصياغة هي جودة الخدمة = الأداء الفعلي؛
- مقياس أداء الخدمة المرجح: الصياغة هي جودة الخدمة = الأهمية * الأداء الفعلي.

ووفقاً لنفس الدراسة (Cronin & Taylor , 1992) ، توصل الباحثان إلى استنتاج يفيد بأن إضافة وزن نسبي للأهمية لا يزيد من قوة التفسير لأي مقياس، سواء كان ذلك في نموذج جودة الخدمة (SERVQUAL) أو نموذج أداء الخدمة (SERVPERF)، بمعنى آخر لا تسهم إضافة أوزان للأهمية في تحسين الفهم والتحليل الأفضل للمقياس؛

أما فيما يتعلق بأبعاد ومحددات جودة الخدمة، قام الباحثان باستخدام نفس الأبعاد ونفس العبارات الـ 22 المنقحة والتي اقترحها مطورو نموذج جودة الخدمة (PZB) في عام 1991، ولاحظوا أن هذه العبارات والأبعاد تظل ذات أهمية في تقييم جودة الخدمة (Cronin & Taylor , 1992) ؛

ولقياس الأهمية النسبية لكل عبارة من العبارات الـ 22 المعتمدة في النموذج، اعتمد الباحثان مقياس ليكرت ذي الأوزان السبعة، حيث يتيح هذا المقياس تحديد الأهمية النسبية لكل عبارة في النموذج، مما يساعد في فهم الجوانب ذات الأهمية البارزة في تقييم جودة الخدمة (Cronin & Taylor , 1992).

يُعتبر مقياس جودة الخدمة (SERVQUAL) ومقياس أداء الخدمة (SERVPERF) أكثر المقاييس استخداماً في قياس جودة الخدمة حتى الآن، وهذا ما تأكده الكثير من الأبحاث والدراسات في مختلف المجالات الخدمة المستخدمة لهذين النموذجين، ورغم ذلك يظل الجدل قائماً حول أيهما يفضل استخدامه، حيث انقسم الباحثون إلى مؤيدين ومعارضين لكل منهما، وهذا يفرض عليهم ضرورة إجراء المزيد من الدراسات التطبيقية في هذا السياق، والشكل الموالي رقم (02-15) يوضح بعض الدراسات التي قارنت بين المقياسين على أساس معامل التحديد R^2 .

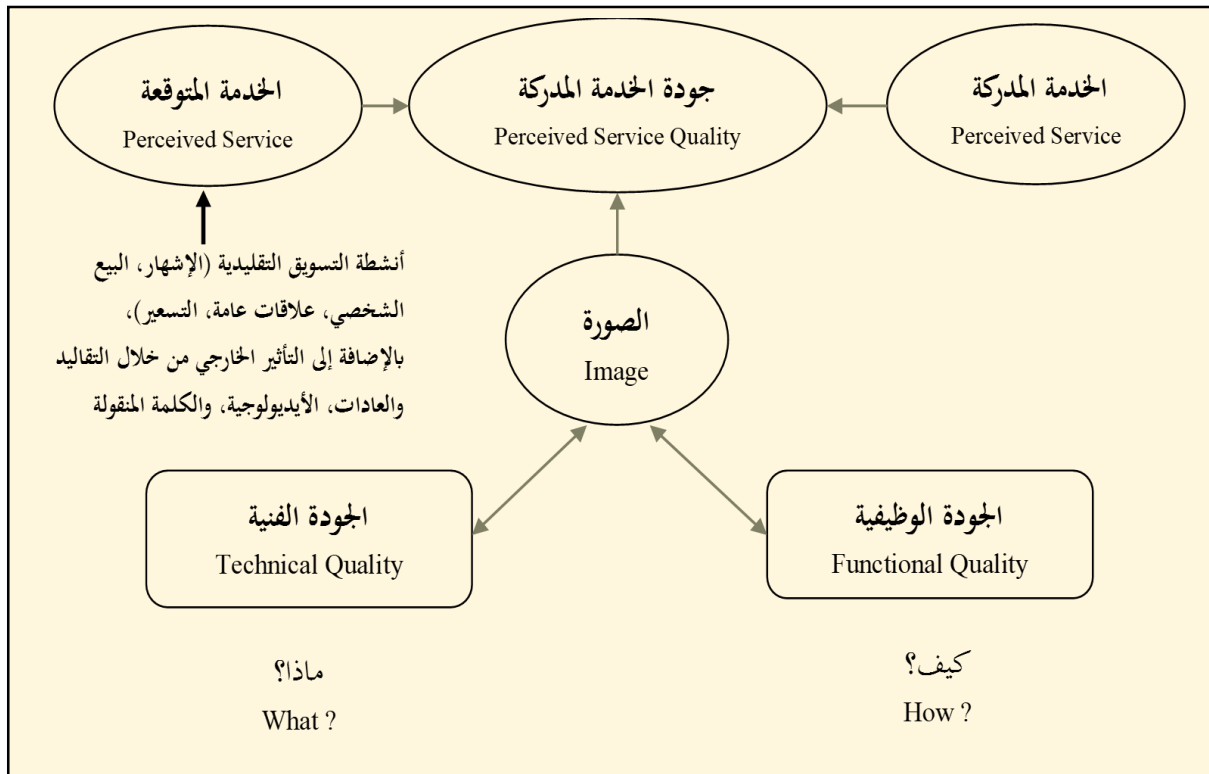
بالإضافة إلى هذين النموذجين، قدم الكثير من الباحثين نماذج مماثلة، وكما ذكرنا سابقاً يتأثر تحديد الجودة بالزوايا والمنظورات المختلفة، مما يعكس التنوع في السياقات والاحتياجات، والتي من خلالها سمحت بوجود هذا التنوع في مقاييس جودة الخدمة، ومن بين هذه النماذج نذكر:

الفرع الثالث: نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة

أولاً: نموذج الجودة الفنية والوظيفية - Technical and Functional Quality Model

في عام 1984 قدم الباحثان (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004) هذا النموذج، والمعروف نموذج "الجودة الفنية والوظيفية"، حيث ارتكز على ثلاثة أبعاد لجودة الخدمة (الجودة الوظيفية، الجودة الفنية، والصورة الذهنية للمؤسسة)، حيث تتمثل جودة الخدمة في تقييم هذه الأبعاد، من خلال تحليل الأداء الوظيفي والمستوى التقني، والصورة العامة للمؤسسة، والشكل رقم (16-02) يساهم في بناء صورة واضحة حول هذا النموذج، ويعكس التفاعل الهام بين هذه الأبعاد وكيفية تأثيرها على جودة الخدمة بشكل شامل.

الشكل رقم (16-02) نموذج الجودة الفنية والوظيفية



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004, p. 916).

وفقاً لهذا النموذج، يُعتبر تقييم جودة الخدمة المدركة دالة عند العملاء، ويتم ذلك عبر قياس الفارق بين إدراكاتهم تجاه الخدمة، والنموذج أعلاه يوضح العوامل المؤثرة على الخدمة المتوقعة، حيث تتضمن العوامل الداخلية أنشطة التسويق التقليدية، فيما تشمل العوامل الخارجية مثل العادات، والإيديولوجيا، والكلمة المنقولة.

بموجب هذا النموذج، يظهر أن فهم تجربة العميل للخدمة يعتمد بشكل كبير على تفاعل العميل مع الخدمة المقدمة، وكيفية تحقيق هذه الخدمة لتلبية أو تجاوز توقعاته، ويعزى هذا التقييم إلى الجمع بين التأثيرات الداخلية والخارجية على السياق الذي يشكل تجربة العميل.

ثانياً: نموذج الجودة المعياري وتقييم الأداء - Evaluated Performance and Normed Quality Model

يستند مطور هذا المقياس (Teas, 1993) المعروف بنموذج الجودة المعياري وتقييم الأداء على فرضية قدرة المنتج، سواء كانت سلعة أو خدمة، على خلق الرضا الذي يُمكن تفسيرها بالتطابق، والربط بين جودة الخدمة ورضا/عدم الرضا، ويعرف هذا المصطلح بـ (ميزات المنتج المثلى للمستهلك)، وهو يعبر عن التناغم بين المنتج والمواصفات المثلى التي يُفضلها المستهلك، كما يقوم النموذج على الاتجاه الكلاسيكي المبني على النقطة المثالية، ويقوم النموذج على المعادلة التالية (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004, p. 916):

• إطار تقييم الأداء (EP):

$$Q_i = -1[\sum_{j=1}^m w_j |A_{jk} - I_j|]$$

حيث تعبر كل من:

- :(Q_i): الجودة المدركة الفردية للغرض (i)؛
- :(W_j): أهمية الخاصية (j) كمحدد للجودة المدركة؛
- :(A_{ij}): مقدار (k) من الصفات (j)؛
- :(I_j): المقدار الأمثل للصفات (j) المتصور في النماذج الاتجاهية للنقطة المثالية الكلاسيكية؛
- :(m): عدد السمات (الخاصيات)؛

مع افتراض أن القدرة الملموسة للمنتج قادرة على تحقيق الرضا والتي يُمكن تصورها على أنها التطابق النسبي للمنتج مع ميزات المنتج المثالية.

- إطار الجودة المعياري: إذا تم تعريف الغرض i على أنه معيار التميز، والذي هو محور مفهوم جودة الخدمة المنقح، فيُمكن استخدام المعادلات المذكورة أعلاه لتحديد الجودة المدركة لمعيار التميز Q. وذلك من حيث التشابه بين التميز (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004, p. 916)، حيث أن جودة غرض آخر i، Q_i المرتبطة بجودة معيار الامتياز يُمكن تعريفها كفجوة معيارية (Normed QG) أو الجودة المعيارية (NQ) بالقاعدة التالية:

$$NQ = [Q_i - Q_e]$$

حيث أن:

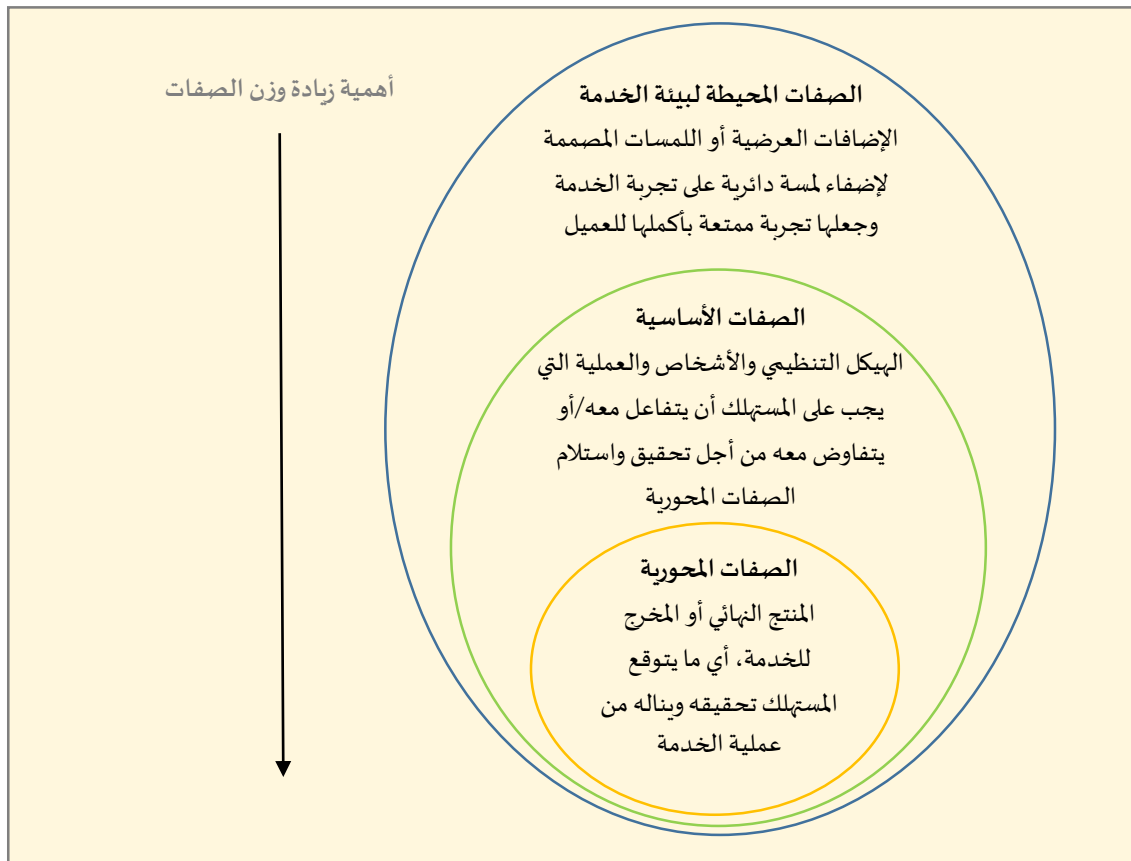
- :(NQ): يمثل مؤشر الجودة المعيارية للغرض i؛
- :(Q_e): هو الجودة المدركة الفردية لمعيار امتياز الغرض.
- والنسبة للجودة المعيارية للنقطة المثالية اللانهائية، تأخذ القاعدة التالية:
- $$NQ = \sum_{j=1}^m w_j (A_{ij} - A_{ej})$$
- حيث أن:
- :(A_{ej}): يمثل مقدار الخاصية j التي يمتلكها معيار التميز e.

ثالثاً: نموذج الصفات السمة – PCP Attribute Model

قدم الباحثان (Philip & Hazlett, 1997) هذا النموذج الذي يأخذ شكل هيكل هرمي، والذي يعتمد على ثلاثة فئات رئيسية من الصفات، وهي الصفات المحورية، الأساسية، والمحيطية (Pivotal, Core and Peripheral)، حيث تتألف كل خدمة من ثلاثة مجالات متداخلة وفق هذا النموذج، ويتم تحديد نوعية الخدمات بناءً على الأبعاد والمفاهيم الرئيسية التي تم استخدامها لبناء هذا المقياس.

تشكل الصفات الثلاث في النموذج مستويات هيكل الهرم، ويصنف إلى مستويين، حيث يمثل المستوى الأول المدخلات والعمليات (مشتركة بين الصفتين الأساسية والمحيطية)، والمستوى الثاني يمثل النتائج أو مخرجات النموذج (المحورية). وتعد الصفات المحورية والمتواجدة في مركز الهيكل الهرمي، العنصر الوحيد الذي يمتلك تأثيراً على سبب اتخاذ المستهلك لقرار التعامل مع شخص محدد (مقدم الخدمة)، وتمارس تأثيراً أكبر على مستويات الرضا، ولتوضيح أكثر ندرج الشكل رقم (17-02).

الشكل رقم (17-02): نموذج الصفات (السمة) - PCP Attribute Model



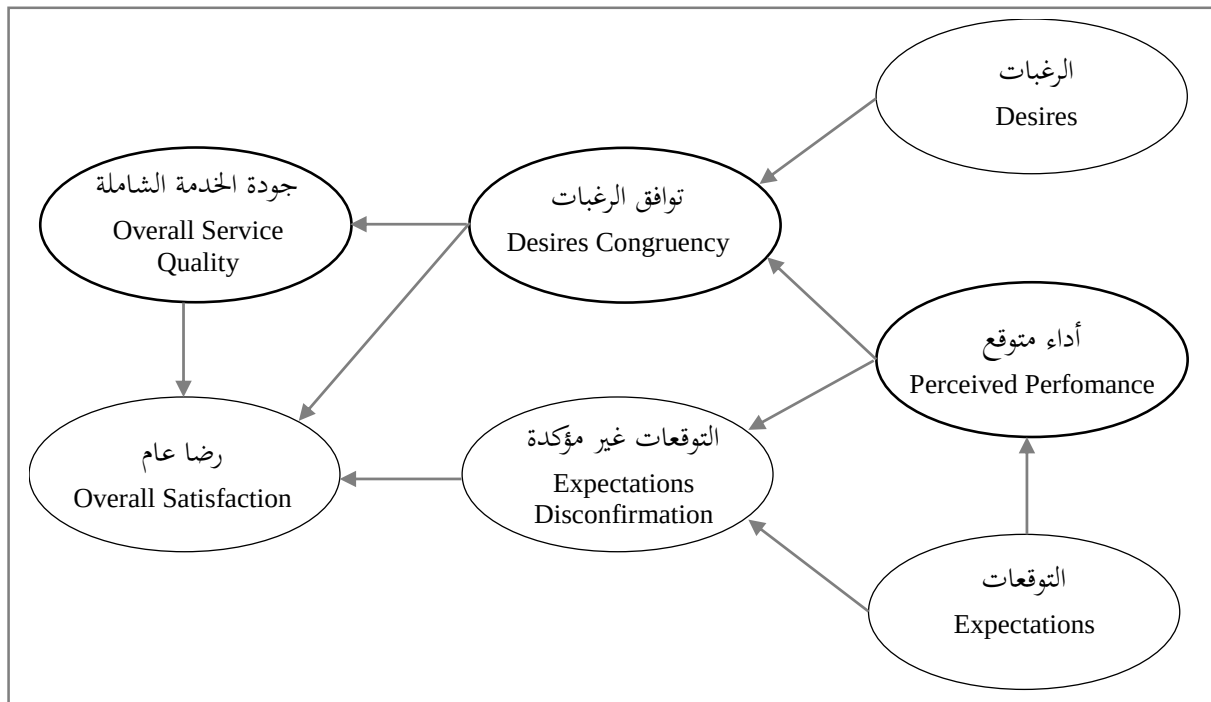
المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004, p. 926)

رابعاً: نموذج جودة الخدمة المدركة والرضا **Model of Perceived service Quality and Satisfaction** يحاول هذا النموذج المطور من قبل (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004) تعزيز فهم عملية بناء جودة الخدمة المدركة والتركيز على رضا المستهلك، حيث يسلط النموذج الضوء على تأثير التوقعات، ورغبات الأداء المتوقع، والتوافق المرغوب بينهما، وكذلك التوقعات غير المؤكدة بشأن الجودة الشاملة ورضا العميل.

ويعتبر هذا نموذج تعديلاً لنموذج (Oliver's Model – 1993)، والذي يعتمد بالأساس على مجموعة تتكون من عشرة خصائص لتقديم البيانات وجمعها (السهولة في تحديد المواعيد، تمتع الموظفين بالبشاشة والود، استماع مستشار الخدمة للعملاء، تقديم المعلومات الدقيقة حول الخدمة، درجة معرفة العميل بمستشار الخدمة، اتساق النصائح المقدمة للعميل، مساعدة العميل على التخطيط طويل المدى، مساعدة العميل في اختيار الخدمة، اهتمام مستشار الخدمة بالحياة الشخصية للعملاء، مهنية أماكن تقديم الخدمة).

يتمحور هذا النموذج حول تحسين تجربة العميل وتلبية توقعاته من خلال تحسين أداء الموظفين وتوفير معلومات دقيقة ومساعدة، حيث يسعى لإشراك العملاء بشكل فعال في عملية تقديم الخدمة وضمان الجودة والرضا لهم، ولتوضيح أكثر ندرج الشكل رقم (18-02).

الشكل رقم (18-02): نموذج جودة الخدمة المدركة والرضا



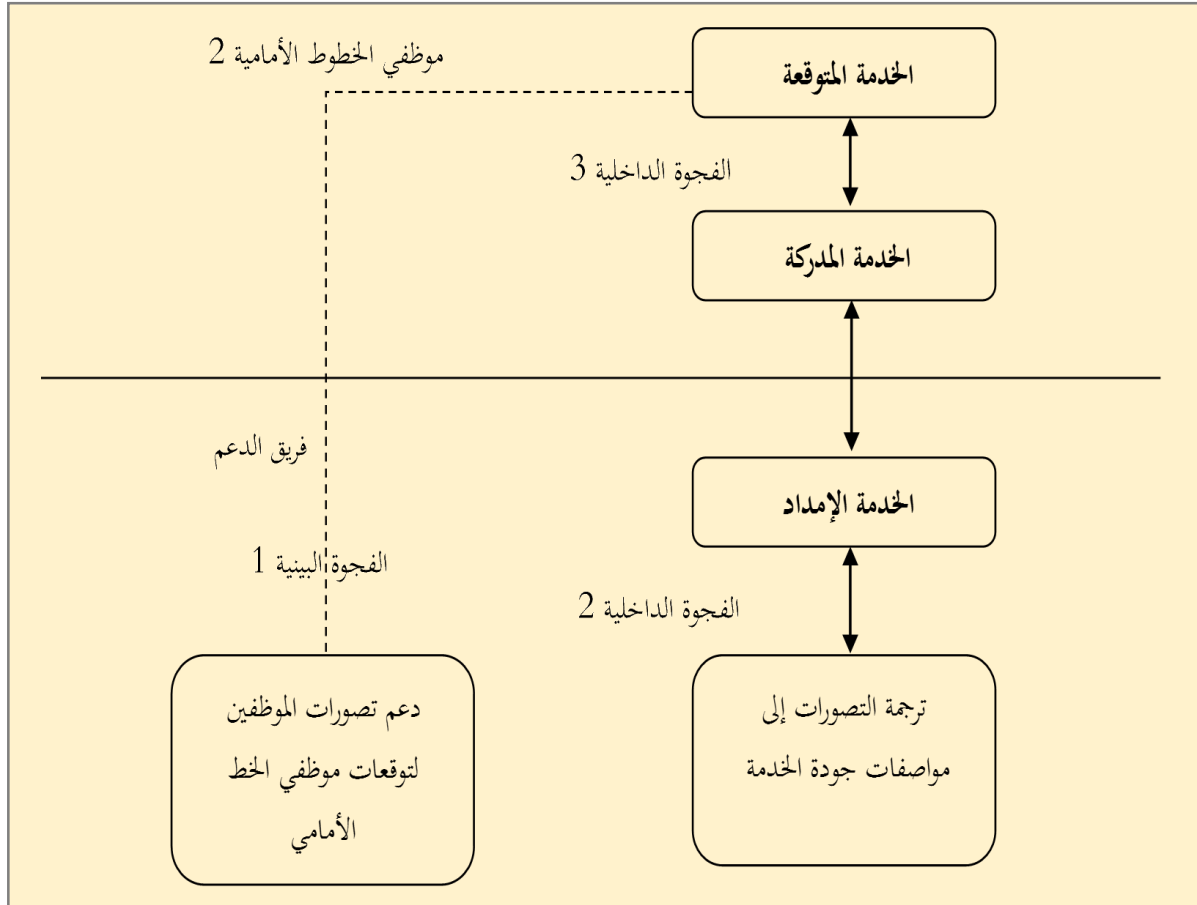
المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004, p. 925)

خامساً: نموذج جودة الخدمة الداخلية - Internal Service Quality Model

قام الباحثان (Frost & Kumar, 2000) بتطوير هذا النموذج الذي أطلق عليه الاختصار (INTSERVQUAL)، واستندا في بناءه على مفهوم نموذج جودة الخدمة (SERVQUAL) للباحثين (ZPB-1985)، وذلك بالتركيز على تقييم الأبعاد للنموذج والعمل على دراسة العلاقة بينهما لتحديد جودة الخدمة لكن بمنظور مغاير، وذلك عن طريق التركيز على جودة الخدمة

داخل المؤسسة بين العملاء الداخليين (موظفي الخطوط الأمامية) والموردين الداخليين (موظفي الدعم)، ويظهر الشكل التوضيحي رقم (19-02) هيكل النموذج وعلاقة أبعاده ببعضها.

الشكل رقم (19-02) نموذج جودة الخدمة الداخلية (INTSERVQUAL)



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Frost & Kumar, 2000) و (Nitin , Deshmukh, & Prem , 2004, p. 929)

من خلال الشكل أعلاه، وحسب (Frost & Kumar, 2000)، فإن الفجوة الأولى (1) توضح الفرق بين تصورات موظفي الدعم (المورد الداخلي) وتوقعات موظفي الخطوط الأمامية (العملاء الداخليين)، أما الفجوة الداخلية الثانية (2) فهي تُعبر عن الفرق بين مواصفات جودة الخدمة الفعلية التي تم تقديمها عبر خطوط الامداد والتوصيل، والعجز في هذا الخط يؤدي إلى حدوث هذه الفجوة وظهورها؛ أما الفجوة الثالثة (3) هي التي تركز على موظفي الخطوط الأمامية (العملاء الداخليين)، وتستند هذه الفجوة إلى الفرق بين توقعات موظفي الخطوط الأمامية وتصوراتهم لجودة خدمة موظفي الدعم (المورد الداخلي).

المطلب الثاني: السياق النظري للرضا

الفرع الأول: رضا العملاء (متلقي الخدمة)

في عالم التسويق، يُعتبر مفهوم "رضا العملاء" أحد المحاور الأساسية التي تتناولها النظرية التطبيقية، وفي ظل المنافسة الشديدة بين الشركات والمنظمات، يجب على كل منظم خدمي أو انتاجي التركيز بجديّة على تلبية احتياجات ومتطلبات عملائه، وهذا لا يُمكن تحقيقه إلا من خلال بناء استراتيجية تهدف إلى خلق مستوى مرتفع من الرضا لدى العملاء، فهو يعتبر مؤشراً لجودة الخدمات المقدمة في المنظمة ومركز الربحية، كما يساهم في تحقيق الميزة التنافسية وتعزيز الولاء، وهي الأهداف التي تسعى إليها كل منظمة (van & van, 2003).

أولاً: مفهوم رضا العملاء وعلاقته بجودة الخدمة

يُشير "جون برات John Pratt" إلى أنّ الإنجاز إذا كان قابلاً للقياس، فإنّه من الممكن تقييمه ومتابعته بشكل أفضل، وفي حالة عدم وجود قياس للنتائج فإنّه من الصعب تحديد مدى نجاح أو فشل العمل، وبالتالي يصعب علينا استخلاص الدروس من الأخطاء ومعالجتها، أو الاستفادة من النجاح وتقديم المكافآت المناسبة، وهذا بدوره يجعل من الصعب كسب تأييد الجمهور وبناء التفاعل الإيجابي (درويش، 2009، صفحة 07).

انطلاقاً من هذه القاعدة، وفي سياق رضا العملاء، يكون قياس النتائج المحققة للمؤسسة ومدى رضا العملاء بالخدمات التي تقدمها أو المنتجات المقدمة أمراً ضرورياً، يعود بالفائدة الكبيرة على الطرفين، فعدم وجود آليات قياس أو رغبة المؤسسة في القياس أصلاً هذا بالتأكيد أمراً يلحق بالمؤسسة الضرر الكبير على تحقيق النتائج، ويجعل من الصعب تقدير مستوى الجودة والأداء.

من خلال تقييم رضا العملاء يُمكن للمؤسسة تحديد نقاط القوة والضعف في العمل واتخاذ التحسينات اللازمة، كما أنه يسهل قياس النجاحات وتقديم المكافآت المناسبة للفرق التي تساهم في تحقيق أهداف رضا العملاء، وبالتالي تكمن أهمية قياس رضا العملاء لدى المؤسسة، في تعزيز وفهم تجربة العملاء من خلال تلقينهم لخدماتها - إذا اعتبرنا المؤسسة خدمة- وضمان استمرارية تحسين الخدمات وتطويرها، وتحقيق التوازن بين الاحتياجات العملية وتحقيق الأهداف الاستراتيجية.

❖ تعريف الرضا

رضا العميل (متلقي الخدمة) يُعد من بين المسائل المهمة التي أصبحت تحظى بتفاعل كبير في الوقت الحالي، فالعميل يعتبر أحد الأركان الأساسية التي تكفل استمرارية وبقاء المؤسسة، سواء كان داخلياً أو خارجياً، ولهذا فهي تسعى جاهدة إلى رفع مستوى الرضا لديهم، بهدف تحقيق وتأمين ولائهم والحفاظ عليه، وذلك من خلال فهم احتياجاتهم والعمل على تحقيقها بأساليب مُتعددة، ويعتبر تقديم جودة الخدمات واحدة من الوسائل الرئيسية المُستخدمة في هذا السياق، سواء كانت قبل أو أثناء أو بعد تقديم الخدمة.

عرفه (الصحن، 1999، صفحة 71) على أنه: "الشعور الذي ينشأ لدى الفرد عند مقارنة أداء المنتج مع توقعاته الشخصية"، بمعنى أكثر وضوحاً اعتبر الرضا بأنه الفارق بين ما يقدم المنتج من أداء وما يتوقعه الفرد.

أما (Richard, 2003, p. 377) فقد عرفه على أنه: "الحالة النفسية التي تنتج عن عملية الشراء".

وعرفه (Lendervie, 2003, p. 911): على أنه: "إحساس بالسعادة والذي يتولد من خلال المقارنة بين التوقعات المسبقة وتجربة الاستهلاك".

وعرفه كل من (العلاق والطائي، 2007، صفحة 264) على أنه: "النتائج النهائي لتقييم المستفيد من خلال تجربته لعملية تبادل معينة".

بناءً على هذه التعريفات المتنوعة حول مفهوم الرضا، يُمكن القول إن الرضا هو الشعور الناتج عن مقارنة أداء المنتج بتوقعات الفرد، وهو يمثل الحالة النفسية التي يشعر بها الشخص بعد عملية الشراء، ويتضمن إحساساً بالسعادة نتيجة لتجربة المستهلك، وهو الناتج النهائي لتقييم المستهلك لتجربته في عملية التبادل.

ورضا العملاء هو يعد واحد من أهم المعايير عندما تتجه المؤسسة نحو تحقيق الجودة، وفي سياق العميل متلقي الخدمة، يتعين على المؤسسة (الخدمية) معرفة ما إذا كان العملاء لديها راضين عن الخدمات التي يحصلون عليها أم لا، وهناك مفهومان أساسيان للرضا (Zolinger & Lomarque, 2004, p. 220):

أولاً: الرضا المبني على التبادل التجاري

يتم فحص عمليات التبادل استناداً إلى توقعات العملاء السابقة، ومقارنتها مع الخدمة الفعلية التي تم تقديمها، فإذا كانت الخدمة الفعلية تفوق التوقعات، فسيكون العميل في هذه الحالة راضياً، بينما إذا كانت دون المتوقع، فسيكون غير راضي.

الرضا وعدم الرضا حسب هذا المفهوم، يعكسان الشعور الذي ينشأ لدى العميل بعد عملية الشراء، ويُمكن أن يكون إيجابياً أو سلبياً، في حين تعتبر شكوى العملاء تعبيراً عن حالة عدم الرضا، وبناءً على هذا يُمكن تصنيف الرضا وعدم الرضا إلى ثلاثة مستويات:

الجدول رقم (02-11): مستويات الرضا لدى العملاء حسب مفهوم الرضا المبني على التبادل التجاري

البيان	شعور العميل	نتيجة عملية الشراء
المستوى الأول	الأداء > التوقعات	التوقعات المستهلك غير راضي
المستوى الثاني	الأداء = التوقعات	المستهلك يكون راضي
المستوى الثالث	الأداء < التوقعات	المستهلك راضي وسعيد للغاية

المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Zolinger & Lomarque, 2004, p. 220)

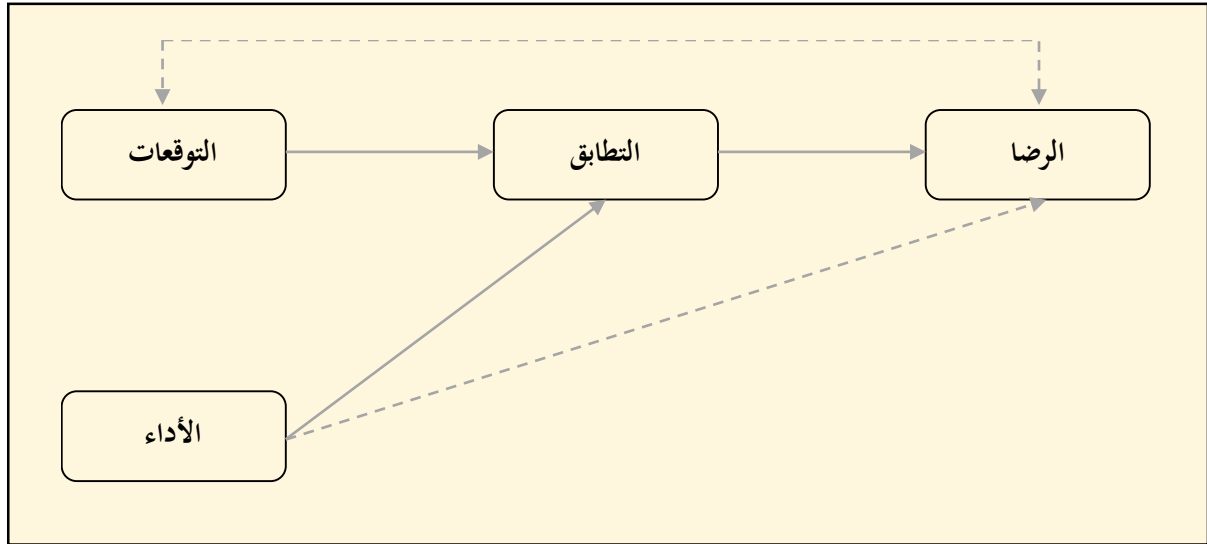
يوضح الجدول، تحليلاً لشعور العميل ونتيجة عملية الشراء استناداً إلى مقارنة أداء المنتج أو الخدمة بتوقعات العميل، ويبرز لنا من خلال المستويات الثلاثة ما يلي:

- **المستوى الأول: الأداء > التوقعات:** النتيجة المترتبة على عملية الشراء (الاستهلاك) كانت غير مرضية، أي أن العميل يشعر أن المنتج/أو الخدمة لم تف بتوقعاته، مما يؤدي إلى عدم رضاه وإحساسه بالإحباط؛
- **المستوى الثاني: الأداء = التوقعات:** في هذا المستوى يكون العميل راضي، أي أن المنتج/أو الخدمة كانت قريبة أو مساوية لتوقعاته، مما يجعل العميل راضياً ومرتاحاً بعد عملية الشراء (الاستهلاك)؛

- المستوى الثالث: الأداء > التوقعات: وهو أعلى مستويات تحقيق الرضا، فالعميل نجده راضي وسعيد للغاية، وذلك نتيجة تجاوز أداء الخدمة/ أو الخدمة على توقعاته قبل عملية الشراء (الاستهلاك)، وهذا ما يشعره بالسعادة والرضا العميق بعد عملية الاستهلاك.

ويمكن توضيح ما سبق من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (20-02): نموذج الرضا لدى العملاء حسب مفهوم الرضا المبني على التبادل التجاري



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (Zolinger & Lomarque, 2004, p. 220)

يُشير بعض الباحثين إلى أن الاختلاف بين جودة الخدمة ورضا العملاء يتعلق أساساً بتعريف التوقعات، حيث يركزون على أن قياس جودة الخدمة المدركة يستند على ما يجب على العملاء توقعه، بينما في قياس الرضا يعتمد على ما قد يتوقعه العميل.

ومن ناحية أخرى، يُعتبر مفهوم رضا العملاء متغيراً بحسب وجهة نظر العملاء اتجاه الخدمة (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)، وبناءً على هذا يمكن تفسير أن الرضا ينشأ من مقارنة الخدمة المتوقعة بالخدمة المدركة، بينما تشير جودة الخدمة إلى المقارنة بين الخدمة المطلوبة والمرغوب فيها من قبل العملاء والخدمة المدركة.

وعلى الرغم من ذلك هناك وجهة نظر تقول إنه لا يوجد فارق بين جودة الخدمة ورضا العملاء، فمثلاً إذا قدم البنك خدمة تتوافق مع توقعات العملاء، فسيكون العميل راضياً عن تجربته، بمعنى أكثر وضوحاً عندما يكون أداء الخدمة أقل من التوقعات، ينشأ شعور سلبي، وعندما يتساوى أو يتجاوز التوقعات، ينشأ شعور إيجابي.

ثانياً: مفهوم الرضا المرتكز على تبادلات تراكمية

يعتمد هذا المفهوم على تجربة الشراء (الاستهلاك) والخدمة خلال فترة زمنية محددة، مما يعد مؤشراً مهماً لتقييم أداء الخدمة في الماضي، الحاضر، والمستقبل، فخبرة العملاء تحدد مدى رضاهم، وفي الوقت نفسه، يعتمد رضا العملاء على القيمة التي تشكلت من مجموعة كل من السعر والجودة (الصحن وطه، إدارة التسويق في بيئة العولمة والانترنت، 2007، صفحة 86).

من خلال ما سبق، وعند دراسة كل من الجودة والرضا، يُظهر بعض الباحثين أن الرضا يكون أكثر شمولاً من جودة المنتج أو الخدمة، ويتمثل الفارق بينهما في المحددات التي يُعبر عنها بمصطلح القيمة، حيث يُمكن في البداية الفصل بين الجودة والرضا، لكن على المدى الطويل، يصبحان متداخلين في تقييم العميل.

يعتمد رضا العملاء على القيمة، ويركز على السعر بشكل خاص، بينما ترتبط الجودة بالأداء الحالي، أيضاً يحتاج العميل للخبرة مع الخدمة لتقييم الرضا، بينما يُمكن فهم الجودة دون خبرة فعلية.

يُمكن تحديد خصائص رضا العملاء على النحو التالي:

- الرضا متغير ذاتي: أي الرضا الذي يُمكن تجربته وقياسه على نحو فردي وفقاً للخبرات والإدراك الشخصي للعميل، أي يتم تشكيل فهم العميل للخدمة أو المنتج بناءً على خلفيته الشخصية، التجارب السابقة، والتوقعات الخاصة به.
- الرضا نسبي: يعني بأن مستوى الرضا قد يختلف من فرد إلى فرد، حتى عندما يكون العملاء قد تلقوا نفس الخدمة أو اشتروا نفس المنتج، وهذا يعود إلى الاختلافات الفردية، القيم، والتجارب السابقة لكل شخص، فكل عميل لديه خلفية ثقافية وتجارب فريدة تؤثر في كيفية تقييمه للخدمة أو المنتج، فما قد يُعتبر جيداً ومرضياً لعميل قد يكون مختلفاً لعميل آخر.

- الرضا متغير متطور: يعني بأن مستوى الرضا لدى العميل ليس ثابتاً، بل يتغير مع مُرور الوقت، وهذا التغير يحدث نتيجة لتطور توقعات العميل وتجربته للخدمة أو المنتج بشكل مستمر، إضافة إلى تقييمه لأداء الخدمة بناءً على تجاربه السابقة.

عندما يتعرض العميل لتجربة استهلاك جديدة، سواء كانت إيجابية أو سلبية، يتغير مفهومه للجودة ويتطور مستوى توقعاته للخدمة المقدمة، على سبيل المثال، إذا كان العميل يتلقى خدمة ممتازة عدة مرات، قد يتوقع في المستقبل مستوى مماثل من الجودة أو أعلى، بالمقابل، إذا واجه تجربة سلبية، قد تنخفض توقعاته ويزداد تحفظه اتجاه الخدمة.

معايير الأداء الفعلي للخدمة تشكل جزءاً مهماً في هذا الغير، حيث يُقيم العميل الخدمة بناءً على ما يعتبر جيداً أو سيئاً في كل مرة يتفاعل فيها مع المؤسسة أو يستخدم المنتج.

يُمكن القول أن الرضا متغير متطور يعكس الطبيعة الديناميكية لتجربة العميل، حيث يتغير مستوى رضاه بناءً على تغير توقعاته وتجاربه الفعلية مع الخدمة أو المنتج مع مُرور الوقت.

الفرع الثاني: متطلبات الرضا

إذا كانت المؤسسة تسعى إلى ضمان رضا العميل، فهذا يعني أن المؤسسة ترغب في تقديم خدمة أو منتج يلبي توقعات العملاء ويجعلهم راضين، ولتحقيق هذا الهدف، تحتاج المؤسسة إلى أن تكون لديها موارد مالية وبشرية كافية.

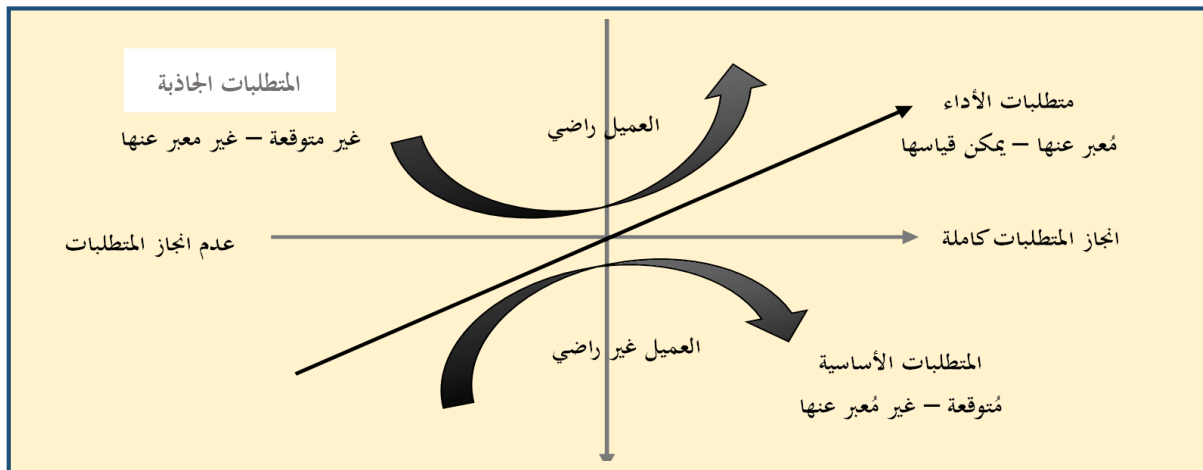
فالموارد المالية تُمكن المؤسسة من تقديم خدمات عالية الجودة وتطوير منتجات /أو خدمات جديدة، في حين تُمكن الموارد البشرية المؤسسة من تقديم الدعم والخدمة الفعالة للعملاء، عندما تقدم المؤسسة خدمة جيدة ومنتجات ذات جودة، فإنها تجذب المزيد من العملاء وتزيد من حصتها في السوق.

العميل الراضي عادةً ما يكون ملتزماً بالشراء من المؤسسة مراراً وتكراراً، كما يساهم العميل الراضي في نشر الإيجابية حول المنتج/أو الخدمة وحتى المؤسسة نفسها، وذلك من خلال الإشارة (الكلمة المنطوقة) إليها للآخرين وتقديم توصيات إيجابية.

أما بالنسبة لنموذج "كانو - Kano"، فهو يقسم المتطلبات المرتبطة بالمنتج/أو الخدمة إلى ثلاثة أنواع رئيسية، حيث يتم تحليل كيفية تأثير هذه المتطلبات على رضا العملاء، الذي يساعد المؤسسة في فهم ما يفضله العملاء وكيف يمكنها تحسين خدماتها أو منتجاتها لزيادة رضا العملاء، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (21-02).

- **المتطلبات الأساسية:** هي المتطلبات الأساسية التي يتوقعها العملاء من أي خدمة أو منتج، مثل الجودة الأساسية للمنتج، والأداء الأساسي للخدمة، إذا لم تلبي هذه المتطلبات ما كان يتوقعه العميل، فسيكون العميل عادةً غير راضي.
- **المتطلبات المضافة:** هي المتطلبات التي تُضاف إلى المتطلبات الأساسية لزيادة رضا العميل وتميز المؤسسة عن المنافسين، قد تشمل هذه المتطلبات الخدمات الإضافية، مثل الدعم الفني المتقدم، أو خيارات التخصيص، أو سهولة الوصول إلى الخدمة، ويكون فيها رضا العميل يتناسب طردياً مع درجة تلبية هذه المتطلبات والتي يطلق عليها أيضاً "متطلبات الأداء".
- **المتطلبات الجاذبة (المعجبة):** هي المتطلبات التي تفاجئ العملاء بالإيجاب، وتضاف لزيادة رضاهم بشكل كبير، مثل الابتكارات الجديدة في المنتج، أو الخدمات الإبداعية التي تجعل تجربة العميل مميزة وفريدة من نوعها.

الشكل رقم (21-02): نموذج "كانو - Kano" لفهم العوامل التي تؤثر على رضا العملاء وتقييمهم للخدمة/أو منتج.



المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على (kana, et al., 1984, pp. 39-48)

التزام المؤسسة بتلبية متطلبات العملاء يُعتبر عاملاً محورياً لزيادة مستوى رضاهم الوظيفي، ومن جهة أخرى، إذا لم تتمكن المؤسسة من تلبية هذه المتطلبات، فإنَّ العملاء سيشعرون بعدم الرضا تجاه الخدمة أو المنتج المقدم.

نموذج "كانو - Kano" لمتطلبات الخدمة يُوفر إطاراً لفهم أفضل لتوقعات واحتياجات العملاء، ويساعد في تحديد الأولويات التي يجب التركيز عليها لتحسين جودة الخدمة، فمن الممكن أن تقوم الإدارة بتوجيه جهودها لتحسين جوانب

الخدمة التي تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء وتجعل الخدمة أكثر جاذبية، بدلا من التركيز على الجوانب الأساسية التي قد يعتبرها العملاء مقبولة بالفعل.

مقياس "لكارت Likert" يعد من بين الأدوات التي تستخدم لقياس رضا العملاء، والذي يطلب من المشاركين في الاستبيان تقديم مدى اتفاقهم مع بيانات معينة من خلال خيارات متعددة يوفرها المقياس، حيث يقدم عادةً خمسة خيارات، تتراوح بين التفاعل الإيجابي والسلبي، مما يتيح للمشاركين (المجتمع المدروس/أو العينة) التعبير عن مدى رضاهم بشكل دقيق.

الجدول رقم (02-12): جدول التوزيع لمقياس "لكارت Likert" الخماسي

1 ←-----→ 5					بيان	
لا أوافق بشدة	غير راضي	غير متأكد	أوافق	أوافق جداً	صيغة 1	درجة الرضا
غير راضي إطلاقاً	غير راضي	محايد	راضي	راضي جداً	صيغة 2	
أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	صيغة 3	

المصدر: تم اقتباسه من قبل الطالب بالاعتماد على دراسات سابقة.

خلاصة الفصل الثاني

ركز هذا الفصل على مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة باعتبارها أحد الأعمدة الأساسية في النظام المالي والاقتصادي الجزائري، مستعرضاً دورها التاريخي والحيوي في تقديم الخدمات البريدية والمالية التي تلبي احتياجات المجتمع المحلي، كما يتناول بالتفصيل كيف أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني التي تقدمها المؤسسة عنصراً أساسياً في تحسين خدماتها ومواكبة التطورات التكنولوجية.

في البداية، قدم الفصل نظرة شاملة عن مؤسسة بريد الجزائر، حيث يستعرض خلفيتها التاريخية التي تمتد لعقود طويلة، وأهدافها التي تسعى لتحقيقها، بالإضافة إلى هيكلها التنظيمية التي تمثل أساس عملها، كما تم تسليط الضوء على الدور الذي تؤديه المؤسسة في حياة المجتمع الجزائري، ليس فقط كمزود للخدمات المالية والبريدية، ولكن أيضاً كمؤسسة مواطنة تساهم في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

بعد ذلك، ناقش الفصل الخدمات المالية البريدية التي تقدمها المؤسسة بتفصيل كبير، موضحاً أنواع هذه الخدمات ومدى تميزها عن غيرها من المؤسسات، وتشمل هذه الخدمات الحسابات البريدية الجارية، التحويلات المالية، وغيرها من الحلول المالية التي تلبي احتياجات شريحة واسعة من العملاء، كما يتم إبراز كيف تسعى المؤسسة إلى تقديم هذه الخدمات بطرق مبتكرة تواكب متطلبات العصر.

كما تناول الفصل جانباً نظرياً مهماً يتعلق بجودة الخدمات، حيث يتم تحليل مفهوم الجودة بشكل عام، مع التركيز على جودة الخدمات المالية البريدية التي تقدمها المؤسسة، ويتم استعراض العوامل المؤثرة على تحسين الجودة والنظريات التي تدعم هذا الجانب، مما يبرز الفوائد التي تحققها هذه الخدمات لكل من المؤسسات والمستفيدين على حد سواء.

في المجمل، سعى هذا الفصل من الدراسة إلى تقديم فهم شامل لدور مؤسسة بريد الجزائر في النظام المالي الجزائري، مع التركيز على أهمية وسائل الدفع الإلكتروني كعامل رئيسي في تطوير الخدمات المالية البريدية، بما يساهم في تحقيق رضا العملاء ودعم الاقتصاد الوطني.

الفصل الثالث:
الدراسة التطبيقية

تمهيد:

في العصر الرقمي الحالي أصبح التقدم التكنولوجي جزءاً لا يتجزأ من مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك القطاع المالي، حيث تلعب وسائل الدفع الإلكتروني دوراً حيوياً في تسهيل العمليات المالية وتقليل الجهد والوقت للأشخاص المستخدمين لهذه الوسائل، مما يعزز جودة الخدمات المقدمة من طرف الفاعلين والمنخرطين من بنوك ومؤسسات مالية، كما يعد هذا التطور الحاصل في عصرنا ذا أهمية خاصة في المؤسسات البريدية على المستوى المحلي والعالمي وذلك لما تلعبه هذه المؤسسات من دور مهم، تسعى من خلاله إلى التكيف مع متطلبات العصر الحديث وتلبية توقعات العملاء لها.

وعلى غرار المؤسسات البريدية في العالم، تمثل مؤسسة بريد الجزائر أحد أبرز الفاعلين في القطاع المالي بالجزائر، وكواحدة من المؤسسات الرئيسية التي تنفرد بتقديم الخدمات البريدية والمالية بدون أي منافس في نوع الخدمات المقدمة باستثناء تقاطع بعض من خدماتها مع مؤسسات أخرى مثل البنوك، ومع تزايد الطلب على الخدمات الرقمية في الساحة الجزائرية، سارعت مؤسسة بريد الجزائر في تبني حلول الدفع الإلكتروني كجزء من استراتيجيتها لتحسين الخدمات وتلبية حاجيات العملاء المتنوعة والمتزايدة من جهة، ولتحقيق الرقمنة في الخدمات المنشودة من قبل الحكومة من جهة أخرى.

وهذا ما سيتم مناقشته والتعرض إليه في هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: واقع وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

المبحث الأول: واقع وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر

في سبيل تحسين جودة الخدمات المالية وتسهيل عمليات التعاملات النقدية، أنشأت شركة "SATIM" في الجزائر عام 1995، وهي شركة مشتركة بين البنوك العامة، حيث تهدف إلى تقديم حلول متقدمة في مجال النقد الإلكتروني من خلال تصنيع بطاقات السحب الآلي حسب المقاييس الدولية وطباعة الرموز السرية المتعلقة بهذه البطاقات، وذلك بالتعاون مع الشركة الفرنسية "Ingenico Data Systems"، وهذا بهدف تحقيق التطور والتحسين المستمر في قطاع الخدمات المالية في الجزائر، وكذا توسيع البنية التحتية للنقد الإلكتروني في البلاد، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد وتعزيز الثقة بين المستهلكين والمؤسسات المالية.

أيضاً تم إنشاء شركة "الجزائر لخدمات الصرافة الإلكترونية – Algeria E-Banking (AEBS)"، بهدف تطوير وتحسين البنية التحتية للخدمات المصرفية الإلكترونية في البلاد، وقد تم تأسيس هذه الشركة من خلال شراكة مع مجموعة فرنسية تسمى "Diagram-Edi"، وهي مجموعة متخصصة في تطوير البرمجيات المتعلقة بالصناعات المالية الإلكترونية وأمن تبادل البيانات، وثلاثة مؤسسات جزائرية مختلفة، وهي "Soft Engineering" و "Multimédia Magact" و مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (Cerist)، ويهدف هذا التعاون المشترك إلى تنفيذ مشروع الصرافة الإلكترونية في الجزائر، وتطوير البنية التحتية اللازمة لتحقيق ذلك (قيمش وبلعة، 2021).

في سنة 2006، بدأ استخدام نظام الدفع الإلكتروني وتبني نظام جديد للمدفوعات الكترونياً للمبالغ الكبيرة، ومع بداية عام 2013، شرعت المؤسسات المالية في الاستعداد لتنفيذ مشروع "الجزائر الإلكترونية"، وذلك من خلال إدخال خدمة الدفع عبر الإنترنت والهواتف المحمولة لعدد من الخدمات مثل (تسديد فواتير الهاتف، الكهرباء والماء)، كما تم افتتاح خدمة شراء التذاكر للرحلات الجوية والبحرية، وتمكين التعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت.

وفي إطار تنفيذ مشروع الصرافة الإلكترونية، التزمت مؤسسة بريد الجزائر بالتحضير والتخطيط لتنفيذ المشروع بالتعاون مع بنك الجزائر والبنوك التجارية، والذي يهدف إلى تطوير بنية تحتية متطورة للصرافة الإلكترونية في الجزائر وتوفير خدمات مصرفية إلكترونية متقدمة وآمنة للمواطنين والعملاء، وبمقاييس عالمية.

يشمل هذا المبحث على ثلاثة مطالب كالآتي:

المطلب الأول: البطاقة الذهبية لمؤسسة بريد الجزائر

المطلب الثاني: التطبيق الإلكتروني (بريد موب)

المطلب الثالث: المقاصة الالكترونية

المطلب الأول: البطاقة الذهبية - CARTE EDAHABIA

توفر مؤسسة بريد الجزائر خدمة "الدفع الإلكتروني" الذي يتيح من خلاله لعملائها إمكانية إجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت أو في الأماكن العامة مثل المتاجر والمطاعم دون الحاجة إلى استخدام النقود المعدنية أو الورقية، وتعتبر هذه الخدمة جزءاً من استراتيجيتها لتطوير وتحسين جودة الخدمات المالية البريدية التي تقدمها عبر مجموعة من الوسائل الإلكترونية للمواطنين (العملاء)، بهدف تحسين تجربتهم وجعل حياتهم اليومية أسهل.

تعمل مؤسسة بريد الجزائر جاهدة على تعميم هذه التقنية التي تعتبر جديدة بالنسبة للمنظومة المالية الجزائرية ككل، والتي تعتمد على الوسائط الإلكترونية مثل الإنترنت، وأيضاً على نقاط الدفع النقدية في مختلف المناطق، مثل الشبائيك الآلية (GAB)، ونهايات الدفع (TPE)، المنصات الرقمية وغيرها، ومن أجل استخدام هذه الخدمة (الدفع الإلكتروني)، يجب أن يكون لدى العميل بطاقة دفع إلكترونية، مثل "البطاقة الذهبية" التي توفرها بريد الجزائر.

وفي هذا السياق، سيتم التركيز في هذا المطلب على التعريف بالبطاقة النقدية "الذهبية" كوسيلة من أهم الوسائل التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر لتحسين وتسهيل الخدمات المالية الموجهة لمختلف عملائها، كما سنناقش من خلال هذا الفرع الإجراءات المتعلقة بطرق معالجة الشكاوى المتعلقة بالبطاقة، وبعدها سيتم استعراض ورصد تطور العمليات المنجزة باستعمال البطاقة (الذهبية) حسب الخدمات المالية التي توفرها.

الفرع الأول: تقديم البطاقة الذهبية لمؤسسة بريد الجزائر

أطلق بريد الجزائر في جانفي 2017، بطاقة دفع إلكترونية متوافقة مع معايير الأمان الدولية (EuroPay-) (MasterCard-Visa/EMV)، والتي تُعرف بـ "الذهبية - EDAHABIA".

أولاً: مفهوم بطاقة الدفع الإلكتروني (الذهبية - EDAHABIA)

لم تكن البطاقة "الذهبية" أول بطاقة أصدرها بريد الجزائر، إنما سبقتها بطاقة أخرى عرفت بالبطاقة "الكلاسيكية"، حيث بدأ العمل بها في 09 أكتوبر 2005، غير أنه تم إيقاف العمل بها بسبب عدم شعبيتها وتخوف عملاء مؤسسة بريد الجزائر من استخدامها، كما لم تتوافق خدماتها مع احتياجات العملاء ومتطلباتهم، وتعتبر أول بطاقة مغناطيسية، يقتصر دورها على خدمة سحب النقود فقط، وبلغ عدد حاملي هذه البطاقة نهاية سنة 2016 أكثر من 7,92 مليون شخص.

1-تعريف البطاقة الذهبية لبريد الجزائر

البطاقة "الذهبية": هي بطاقة خصم صادرة عن مؤسسة بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV (يوروباد- ماستركارد-فيزا)، تحمل الرسم البياني لبريد الجزائر (أنظر الملحق رقم-12)، ويمكن لحامل هذه البطاقة أن يجري مختلف العمليات المالية بواسطتها كعملية سحب الأموال، العمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية، وعمليات دفع الأموال عبر نهايات الدفع الإلكتروني (TPE) (البوابة الحكومية للخدمات العمومية، 2024)، وقد بلغ عدد حاملي هذه البطاقة في السنة الأولى لإطلاقها (2017)، أكثر من 74,93 ألف بطاقة، ليرتفع هذا العدد سنة 2020 إلى أكثر من 3,84 مليون بطاقة بزيادة قدرها 335,45 % مقارنة بسنة 2019 التي شهدت توزيع 881947 بطاقة، حالياً مؤسسة بريد الجزائر حققت أعلى

الأرقام في توزيع هذه البطاقة وذلك وفقاً لإحصائيات السداسي الأول لسنة 2024 والتي قدرت بأكثر من 13,17 مليون بطاقة (https://www.mpt.gov.dz, 2024).

حيث يمنح بريد الجزائر بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية" لعملائه بموجب عقد، يلتزم فيه العميل بما جاء فيه من مواد توضح ما عليه وما له جراء طلب هذه البطاقة، وتُمنح البطاقة لطلبها حسب المادة الثالثة (3) من هذا العقد، في حالة ما قبل بريد الجزائر الطلب المقدم ووافق عليه (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024).

قبل توضيح ما جاء في العقد الملزم بين بريد الجزائر وطالب البطاقة، نوضح أهم المصطلحات التي لها علاقة باستعمال البطاقة "الذهبية"، من خلال الجدول رقم (01-03).

الجدول رقم (01-03): أهم المصطلحات المرتبطة بامتلاك واستخدام البطاقة (الذهبية)

رقم	المصطلح	تعريف المصطلح
01	صاحب البطاقة	هو الشخص صاحب الحساب البريدي الجاري ومالك بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية"، المسموح له بإنجاز مختلف العمليات والمعاملات عبر الشبائيك البنكية الآلية، أجهزة إدخال رقم التعريف السري، نهائيات الدفع الإلكتروني، وأيضاً عمليات الدفع عن بعد، عبر شبكة الإنترنت.
02	الرقم السري (PIN)	هو عبارة عن أربع رموز عددية متتالية تسمح بالتأكد من هوية حامل البطاقة "الذهبية" عند استعمالها على مستوى الشبائيك البنكية الآلية (GAB)، أجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي وأيضاً نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE).
03	رمز التحقق من قيمة البطاقة CVV2	يتمثل في الأرقام الثلاثة الأخيرة من الكتابة المشفرة الظاهرة على الجهة الخلفية للبطاقة، وهو الرمز المستعمل للتأكد من هوية صاحب البطاقة لإجراء عمليات الدفع عن بعد، إلكترونياً (كما هو موضح في الشكل رقم 01-03)
04	كلمة السر الخاصة بالدفع	هي عبارة عن مجموعة من الرموز المتتالية ذات الاستعمال الواحد، يرسلها بريد الجزائر عن طريق رسالة نصية قصيرة، عبر الهاتف المحمول الشخصي لصاحب البطاقة، وتسمح كلمة السر هذه بتأكيد هوية صاحب البطاقة أثناء إجراء هذا الأخير لعمليات الدفع والتسديد عبر شبكة الإنترنت.
05	الشباك البنكي الآلي (GAB)	هو جهاز إلكتروني يسمح بالقيام، وبصفة آلية، بمختلف العمليات الاعتيادية التي يتم إجراؤها على مستوى الشبائيك بالبنوك – انظر الملحق رقم - 08.
06	جهاز إدخال رقم التعريف الشخصي	هو الجهاز الإلكتروني المتوفر على مستوى مكاتب البريد والذي يسمح بتحديد هوية العميل أثناء عمليات السحب التي يتم إجراؤها بواسطة المطبوع الموحد لسحب الأموال (SFP1).
07	جهاز نهائي الدفع الإلكتروني (TPE)	هو عبارة عن جهاز خاص بعملية الدفع الإلكتروني، يسمح بإنجاز عمليات الدفع بواسطة البطاقة، ويتواجد هذا الجهاز بالمكاتب البريدية وكذلك لدى التجار المتعاقدين مع مؤسسة بريد الجزائر – انظر الملحق رقم - 09
08	مطبوع SFP1	هو المطبوع الموحد المتوفر عبر مكاتب البريد والمستعمل في العديد من العمليات المالية – انظر الملحق رقم- 10
09	التذكرة	هي الوثيقة التي يتم تسليمها للعميل - في حالة طلبها- بشكل آلي عقب القيام بأي عملية على مستوى الشبائيك البنكية الآلية و/ أو عبر نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE). – انظر الملحق رقم- 09

10	وصل الدّفع الإلكتروني	هو الوثيقة الإلكترونية التي يتم عرضها مباشرة وبشكل آلي عقب كل عملية دفع منجزة بواسطة البطاقة "الذهبية" عبر شبكة الإنترنت ، مع إمكانية طبع أو حفظ جملة المعطيات الخاصة بالعملية المنجزة وبالتاجر عبر الموقع الإلكتروني المعني.
11	خدمة التبليغ عبر الرسائل النصية القصيرة (SMS)	هي إحدى الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر والتي تسمح بإشعار العملاء المتخربين فيها بمعلومات فورية تخص مختلف العمليات المنجزة على حساباتهم البريدية.
12	خدمة الدفع والتسديد عبر شبكة الإنترنت	هي الخدمة التي تسمح لصاحب البطاقة، باعتباره أحد المشتريين عن بعد، بالقيام بعمليات دفع وتسديد و/أو الخدمات عبر مختلف المواقع الإلكترونية التجارية.
13	التاجر	هو أي تاجر يسوق السلع أو الخدمات، يحوز على جهاز نهائي الدّفع الإلكتروني (TPE) ومنخرط بالشبكة النقدية.
14	الشروط العامة للبيع	هي مجموع القواعد السارية التي يتضمنها عقد البيع المبرم مع حامل بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية"، والمعروضة من قبل التاجر والتجار عبر المواقع الإلكترونية.
15	النزاع التجاري	هو النزاع أو الخلاف الذي ينشأ بين صاحب البطاقة والتاجر أو التاجر عبر الموقع الإلكتروني، على إثر القيام بالمعاملة التجارية وليس بخصوص عملية الدّفع فعلياً.
16	التصديق الإلكتروني	هي العملية التي تسمح بالتأكد من مدى صحة ومطابقة البيانات الخاصة ببطاقة الدّفع الإلكتروني.
17	المشتري عبر شبكة الإنترنت	هو الشخص الذي يملك بطاقة الدّفع الإلكتروني والذي يستعملها في إنجاز مختلف عمليات الدّفع الخاصة بالسلع التي اقتناها أو بالخدمات التي طلبها عبر الإنترنت.
18	التاجر عبر المواقع الإلكترونية	هو تاجر سلع أو خدمات يخضع للقانون الجزائري، ومنخرط في نظام بريد الجزائر الخاص بخدمة الدّفع الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت .

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023)

تُكمن أهمية معرفة هذه المصطلحات بالنسبة للشخص (العميل) طالب البطاقة "الذهبية" أو مُستعملها، في الفهم الكامل لعملية استخدام هذه الأخيرة والتأكد من سلامتها وحمايتها أثناء إجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت وفي المكاتب البريدية، أو عبر الشبائيك البنكية وأجهزة نهائيات الدّفع الإلكتروني، أيضاً تسمح للأشخاص حاملي هذه البطاقة من الحفاظ على أمان بطاقاتهم والتأكد من عدم تعرضها للسرقة أو الاستخدام غير المصرح به.

2-العقد المبرم بين طالب البطاقة "الذهبية" و بريد الجزائر

لفهم العلاقة بين الأشخاص طالبي البطاقة "الذهبية" ومؤسسة بريد الجزائر، يُعتبر العقد المبرم بينهما أساسياً لتنظيم هذه العلاقة وتحديد حقوق كل طرف والتزاماته، حيث يتمتع كل طرف بحقوق وواجبات معينة تجاه الآخر، وتقوم هذه العلاقة على المبادئ التعاقدية والقوانين المنظمة للعلاقات المالية والمصرفية.

عندما يُقدم الشخص طالب البطاقة "الذهبية" عبر شبكة الإنترنت طلباً للحصول على هذه البطاقة والاستفادة من الخدمات التي توفرها، فإنه مُلزم بالموافقة على شروط طلب البطاقة، التي تعتبر توقيع على العقد بينه وبين مؤسسة بريد الجزائر.

- موضوع العقد: يحدد هذا العقد مجموع الشروط الخاصة بمنح بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية" وشروط استعمالها وتجديدها وانتهاء استعمالها، وكذا شروط فسخ العقد الخاص بها.
- الخدمات التي تقدمها بطاقة "الذهبية": تسمح بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية" بإجراء المعاملات والخدمات التالية – انظر الجدول رقم (02-03) - في كل أرجاء القطر الجزائري:

الجدول رقم (02-03): خدمات البطاقة (الذهبية) والقنوات المستخدمة عليها

الخدمة	الشبابيك البنكية الآلية (GAB)	أجهزة ادخال رقم التعريف الشخصي	نهائيات الدفع الإلكتروني بالمتاجر	الهاتف النقال	مواقع التجارة الإلكترونية
سحب الأموال نقداً بالعملة الوطنية	✓	✓	X	X	X
الخدمة الذاتية البنكية	✓	X	X	X	X
تحويل الأموال	✓	X	X	X	X
دفع الأموال	✓	X	✓	✓	✓
تسديد الفواتير	✓	X	✓	✓	✓
تعبئة رصيد الهاتف النقال	X	X	X	✓	X
تحديد هوية العميل	X	✓	X	X	X
طلب دفتر الصكوك	✓	X	X	X	X
طلب كشف مصغر عن العمليات التي تم إجراؤها بالبطاقة	✓	✓	✓	✓	X

المصدر: تم إعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023)

- منح بطاقة "الذهبية": يُمنح بريد الجزائر بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية" لعملائه الذين يملكون حساب بريدي جاري بعد تقديمهم طلباً للحصول عليها، وتمنح البطاقة للعميل إذا ما وافق بريد الجزائر على الطلب المقدم وقبله.

أ- مسؤوليات صاحب بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية"

يُعتبر صاحب البطاقة مسؤولاً عما يلي (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024):

- حفظ البطاقة وعدم إعارتها: يتعين على صاحب البطاقة الاحتفاظ بها معه أو وضعها في مكان آمن، كما يتعين عليه عدم إعارتها أو إعطاء البطاقة لأي شخص آخر؛
- استخدام البطاقة للاستعمال الشخصي: تُخصص البطاقة "الذهبية" للاستخدام الشخصي فقط، مما يعني أنها يجب أن تستخدم فقط من قبل صاحب البطاقة؛
- تقييد الاستخدام بالعمليات المحددة: حسب المادة (2) من الاتفاقية المحددة لشروط امتلاك البطاقة، تعتبر هذه الأخيرة صالحة فقط للعمليات المحددة في العقد؛
- منع إضافة أي تعديل على البطاقة: يمنع بشكل صارم إجراء أي تعديل على البطاقة، سواء كانت وظيفية أو مادية، لضمان استمرار أدائها الصحيح على مختلف الأجهزة المتعلقة بها، مثل: الموزع الآلي، جهاز إدخال رقم التعريف الشخصي، وأجهزة الدفع الإلكتروني؛
- حفظ السرية للمعلومات الحساسة: يتعين على صاحب البطاقة الحفاظ على الرقم السري وكلمة المرور الخاصة بعملية الدفع، وعدم مشاركتها مع أي شخص آخر، حيث يهدف هذا الإجراء إلى منع الوصول غير المصرح به إلى حسابه البريدي الجاري؛
- عدم تدوين المعلومات الحساسة: يتعين على صاحب البطاقة عدم كتابة الرقم السري وكلمة المرور على البطاقة نفسها أو أي وثيقة أخرى، لتجنب اختراق البيانات؛

- الحذر أثناء إدخال المعلومات: يجب على صاحب البطاقة أن يكون حذراً ويتجنب إظهار الرقم السري وكلمة المرور أمام أي شخص آخر أثناء إدخالهما خلال عملية السحب أو الدّفع، وذلك لمنع الاختراقات وسرقة الهوية؛
- المسؤولية عند إجراء العمليات المالية: يتحمل صاحب البطاقة مسؤولية جميع العمليات التي يقوم بها باستخدام البطاقة، سواء كانت عبر الشبائيك البنكية الآلية (GAB)، أو أجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي، أو عبر الهاتف النقال أو الإنترنت، كما يتحمل عواقب أي عملية غير مصرح بها؛
- المسؤولية عن إلغاء البطاقة: صاحب البطاقة مسؤول أيضاً عن أية نتائج تنجم عن طلبه لإنهاء استخدام بطاقته أو إلغاء العقد المتعلق بها، مما يشمل أي انتهاكات أو عمليات احتيال تحدث بعد هذا الإجراء؛

ب- التزامات صاحب بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية"

يلتزم صاحب البطاقة بما يلي (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024):

- استخدام البطاقة خلال فترة صلاحيتها: يلتزم صاحب البطاقة باستخدامها فقط خلال فترة صلاحيتها؛
- الموافقة على الاقتطاعات: يوافق صاحب البطاقة على قبول الاقتطاعات التلقائية التي تستحق جراء الاستفادة من البطاقة، بالإضافة إلى أي اقتطاعات أخرى تطبق على العمليات التي يقوم بها باستخدام البطاقة؛
- الاطلاع على شروط البيع: يلتزم صاحب البطاقة بقراءة وفهم شروط البيع المعروضة من قبل التاجر عبر المواقع الإلكترونية قبل إتمام عملية الشراء؛
- التأكد من أمان المواقع الإلكترونية: يجب على صاحب البطاقة التأكد من أمان المواقع التي يتم فيها إجراء الدّفع الإلكتروني عبر الإنترنت، وذلك عن طريق التحقق من وجود علامة "القفل المغلق" وبدء العنوان الإلكتروني "URL"

بالشكل <https://>

- التأكد من توفر الرصيد: يجب على صاحب البطاقة التأكد من توفر رصيد كافٍ في حسابه قبل إتمام العمليات، وفي حالة عدم توفر الرصيد، فهو مسؤول عن تعويض قيمة العمليات؛
- الإقرار بالعمليات: يُقر صاحب البطاقة بجميع العمليات التي يقوم بها عبر الإنترنت أو الهاتف النقال؛
- الاحتفاظ بالتذاكر: يجب على صاحب البطاقة الاحتفاظ بتذاكر العمليات الإلكترونية حتى انتهاء فترة الشكاوى؛
- تسوية النزاعات التجارية: في حالة وجود نزاعات تجارية، يجب على صاحب البطاقة تسويتها بشكل مباشر؛
- تحديث البيانات: يجب على صاحب البطاقة إعلام "بريد الجزائر" بأي تعديل في البيانات الشخصية، مثل تغيير رقم الهاتف النقال؛
- الاطلاع على رصيد الحساب: يجب على صاحب البطاقة مراقبة رصيد حسابه الجاري بشكل منتظم؛
- اعلام "بريد الجزائر" عن الاستخدام غير العادي: يجب على صاحب البطاقة إبلاغ "بريد الجزائر" عن أي استخدام غير عادي للبطاقة؛
- طلب تقييد البطاقة: يُمكن لصاحب البطاقة طلب تقييد البطاقة في حالة فقدان أو السرقة أو الاستخدام غير المشروع؛

- السماح لـ "بريد الجزائر" باسترجاع البطاقة: يتفق صاحب البطاقة على السماح لـ "بريد الجزائر" باسترجاع أي بطاقة تم تجميدها أو إلغائها، أو أي بطاقة ضائعة أو مسروقة يتم العثور عليها وأيضاً أي بطاقة مدونة بالقائمة السوداء؛
- السماح لـ "بريد الجزائر" بالإجراءات اللازمة: يتفق صاحب البطاقة على السماح لـ "بريد الجزائر" باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة مثل: تبليغ الجهات المختصة بكل البيانات الضرورية التي من شأنها أن تساعد في مكافحة التزوير وتبييض الأموال والتمويلات المشبوهة.

ج-مسؤولية بريد الجزائر اتجاه صاحب البطاقة "الذهبية"

- المسؤولية التي يتحملها "بريد الجزائر" فيما يتعلق بخدمات البطاقة الإلكترونية "الذهبية"، تتضمن عدة جوانب هامة، والتي تعكس التزامه بتقديم خدمات آمنة وموثوقة لعملائه، حيث تتمثل فيما يلي (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)
- المسؤولية عن الخسائر المالية: بريد الجزائر مسؤول عن الخسائر المالية المباشرة التي تلحق بصاحب البطاقة نتيجة لأي عطل يحدث في النظام بشكل مباشر، مما يعني أنه يتحمل تبعات أي عطل تقني قد يحدث.
 - إبلاغ صاحب البطاقة عن العطل الفني من قبل "بريد الجزائر": إذا أبلغ "بريد الجزائر" صاحب البطاقة بوجود عطل تقني مسبقاً، عبر بلاغ مرئي بالجهاز الإلكتروني المستعمل أو عبر أي وسيلة أخرى، فإنه لا يعتبر مسؤولاً بأي صورة كانت عن الخسائر الناجمة عن هذا الخلل؛
 - إيقاف خدمة البطاقة لحماية العميل: إذا كان هناك خطر على سلامة الخدمة، فإن "بريد الجزائر" يحتفظ بالحق في إيقاف خدمة البطاقة تماماً، وذلك لحماية مصلحة العميل وتصحيح الخلل؛
 - عدم المسؤولية عن الانقطاعات والأعطال: "بريد الجزائر" لا يتحمل المسؤولية عن أي خسائر محتملة ناتجة عن انقطاع الخدمة، أو أي خلل وظيفي في الأجهزة أو الشبكة، أو بسبب آخر يعيق الخدمة؛
 - عدم المسؤولية في حالة التزوير: "بريد الجزائر" لا يتحمل المسؤولية عن أي عملية تزوير يقوم بها صاحب البطاقة؛
 - الإنجاز الخاطئ لأي عملية: في حال حدوث عمليات خاطئة من طرف صاحب البطاقة، فإن مسؤولية "بريد الجزائر" تتمثل في تعويض المبلغ الأول الذي تم اقتطاعه من حساب صاحب البطاقة؛

د-عدم قابلية تراجع صاحب البطاقة بعد الموافقة على عملية الدّفع

قبل القيام بالموافقة على أي عملية سحب/أو دفع الكترونيين باستخدام البطاقة، يجب على صاحبها التأكد قبل وبعد من قيمة العملية، وهذا يكون من خلال:

- إدخال الرقم السري (PIN): يجب على صاحب البطاقة إدخال الرقم السري الخاص به عند استخدام البطاقة في أجهزة الصراف الآلي (GAB) أو أجهزة الدّفع الإلكتروني (TPE)، حيث يعمل هذا الرقم السري كطريقة تحقق إضافية لضمان أن الشخص الذي يستخدم البطاقة هو صاحبها الفعلي.

- إدخال البيانات الخاصة بالبطاقة: في بعض الحالات، يتعين على صاحب البطاقة إدخال معلومات إضافية عند استخدام البطاقة عبر الإنترنت (الدفع عن بعد)، مثل رقم البطاقة؛ تاريخ انتهاء الصلاحية؛ الاسم واللقب؛ ورمز التحقق (إمضاء صاحب البطاقة-CVV)*.

بمجرد موافقة صاحب البطاقة على إتمام العملية (سحب/دفع) واتخاذ الإجراءات الأمنية المناسبة، يكون صاحب البطاقة غير قادر على التراجع عن العملية بأي طريقة، أي أنه بمجرد الموافقة وإدخال البيانات أو الرقم السري، لا يمكن إلغاء العملية وإعادة الأموال.

ثانياً: كفاءات استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني وطرق معالجة الشكاوى

أصبحت بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية" التي توفرها "بريد الجزائر" أداة حيوية للقيام بالمعاملات المالية بسهولة وأمان، والتي تعتمد كفاءة استخدام بسيطة وبعده خطوات، وضحت المادة (8) من الاتفاقية المحددة لشروط امتلاك البطاقة.

1 - طرق وكفاءة استخدام البطاقة "الذهبية"

حسب ما جاء في نص المادة (8) من الاتفاقية المحددة لشروط امتلاك البطاقة، فإن كفاءة استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية"، تحدد في الخطوات التالية (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024):

- عملية تشكيل الرقم السري (PIN): تُحدد هذه السياسة الحد الأقصى لعدد المحاولات المتتالية التي يمكن لصاحب البطاقة القيام بها أثناء تشكيل رقمه السري (PIN)، والذي يكون محدد بثلاث محاولات، وبعد المحاولة الثالثة غير الناجحة، يتم تعليق أو توقيف البطاقة، وذلك حسب نوع الجهاز الإلكتروني المستخدم؛
- إعادة البطاقة المحجوزة: بالنسبة للبطاقات المحجوزة عبر شبكات البنوك الآلية (GAB) الموجودة على مستوى مؤسسة بريد الجزائر، فإنه لا يمكن استرجاعها إلا عند حضور صاحبها مباشرة، وذلك من خلال تقديمه إلى مكتب البريد الذي يحتوي على الجهاز الذي حجز البطاقة (GAB)، وذلك بعد التحقق من الهوية، بشرط واحد أن تكون البطاقة ليست منتهية الصلاحية أو محظورة لسبب ما.
- أما بالنسبة للبطاقات التي تم تعليقها عبر أجهزة إدخال الرقم السري أو من خلال نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE)، فلا يمكن إعادة تفعيلها إلا بعد استخدامها في عملية سحب نقدي عبر الشباك البنكي الآلي (GAB)؛
- توقيف البطاقة بالنسبة للمواقع الإلكترونية التجارية: يتم تحديد حد أقصى لعدد المحاولات المتتالية التي يمكن لصاحب البطاقة القيام بها أثناء تشكيل كلمة المرور الخاصة بعمليات الدفع، والتي تكون محددة بثلاث (3) محاولات، وبعد المحاولة الثالثة غير الناجحة، يتم تعليق البطاقة بالنسبة لجميع المواقع الإلكترونية التجارية؛
- الحد الأقصى لعمليات السحب والدفع والتحويل الإلكتروني: يسمح بتنفيذ عمليات السحب/الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال (من حساب إلى حساب آخر) ضمن الحدود المحددة في الشروط والأحكام الخاصة بالبطاقة؛

* CVV: Card Verification Value.

- عمليات سحب الأموال باستخدام جهاز ادخال رقم التعريف الشخصي: يُمكن تنفيذ عمليات سحب النقود إلكترونياً من خلال أجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي، بشرط تقديم مطبوع الموحد (SFP1) ووثيقة الهوية؛
- المسؤولية المالية لصاحب البطاقة: يتم انجاز عمليات الدّفع حسب الشروط والأحكام السارية للتجار والتجار عبر المواقع الإلكترونية، وبعد الموافقة على أي عملية، يتم اقتطاع المبالغ الخاصة بالعمليات المنجزة بواسطة بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية" بصفة مباشرة من الحساب المرتبط بالبطاقة، أي حساب صاحبها؛
- يحق لـ "بريد الجزائر" خصم قيمة المعاملات المنفذة باستخدام البطاقة مباشرةً من الحساب بشكل فوري في حالة وفاة صاحب البطاقة، أو في حال فقدان صاحب البطاقة/أو فقدان صاحب الحساب للأهلية القانونية، أو في حالة وجود خلل وظيفي بالحساب، أو في حال إغلاق الحساب، أيضاً في حالة سحب "بريد الجزائر" لبطاقة الدّفع الإلكتروني من صاحبها.

أ- إثبات المعاملات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" والتعريفات المطبقة

- إثبات المعاملات المنجزة بالبطاقة "الذهبية": تسجل جميع العمليات التي يتم إجراؤها باستخدام بطاقة الدّفع الإلكتروني تلقائياً على سند إلكتروني، ويعتبر هذا التسجيل دليلاً قاطعاً على العمليات التي تمت باستخدام البطاقة، ويؤرّج جميع الخصومات التي يتم خصمها من الحساب المرتبط بالبطاقة (حساب البريدي الجاري لصاحب البطاقة).
- يُقر ويعترف كل من "بريد الجزائر" وصاحب الحساب البريدي الجاري (الطرف الثالث)، وصاحب بطاقة الدّفع الإلكتروني، اعترافاً قاطعاً بالسند الإلكتروني الذي يحفظ البيانات الخاصة بجميع العمليات المنجزة بواسطة بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية".
- يتم توضيح المبالغ المتعلقة بالعمليات التي تمت باستخدام البطاقة "الذهبية"، والتي تم خصمها من الحساب لصاحب البطاقة، بدقة وتفصيل على "كشف العمليات-Relevé de compte)، ويُمكن للعميل (صاحب الحساب) طلب الحصول على هذا الكشف بعد تقديم طلب عبر المكاتب البريدية، محدداً فيه التاريخ الذي يريد.
- التعريفات والرسوم المطبقة على البطاقة والعمليات المنجزة بها: بالنسبة للتعريفات المطبقة على العمليات المنجزة بالبطاقة، هي التعريفات السارية ومحددة بوضوح في الاتفاق المحدد لشروط امتلاك البطاقة، وتتعلق بالتعريف الخاصة بصناعة البطاقة بما في ذلك التجديد أو الاستبدال وهي ثابتة ما لم يتغير ما جاء في العقد والمحددة بـ "350 دج"، أيضاً تخص التعريفات الخاصة بتغيير الرمز السري، والمحددة بـ "30 دج"، أما التعريفات المتعلقة بتجميد أو إنهاء خدمة البطاقة فهي محددة أيضاً بـ "30 دج".

الرسم المطبق على عملية سحب الأموال بواسطة بطاقة "الذهبية" عبر جهاز ادخال رقم التعريف الشخصي، باستعمال الرمز (PIN-PAD)*، هو رسم ثابت يقدر بـ "18 دج"، يضاف إليه من "2 دج" إلى "6 دج"، حسب الأموال المسحوبة، والجدول رقم (03-03) يوضح الرسم الثابت مع مقدار المبلغ المضاف حسب المبلغ المراد سحبه:

* PAD: Personal Authentication Device.

الجدول رقم (03-03): الرسم على عملية سحب الأموال باستخدام البطاقة عبر الجهاز قارئ الرموز

PIN/PAD

رسم	الحالة الأولى	الحالة الثانية	الحالة الثالثة
رسم ثابت	إضافة "2 دج"	إضافة "3 دج" ابتداءً من "18.000 دج"	إضافة "6 دج" ابتداءً من "مليون دج"
"18 دج"	عن كل "1.000 دج" أو كسر "1.000 دج" إلى غاية "18.000 دج"	عن كل "1.000 دج" أو كسر "1.000 دج" إلى غاية "مليون دج"	عن كل "1.000 دج" أو كسر "1.000 دج" تضاف إلى المليون دج الأول

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023)

ويطبق رسم ثابت على عملية السحب باستعمال البطاقة "الذهبية" على مستوى الموزع الآلي (DAB) التابعة لمؤسسة بريد الجزائر، يقدر بـ "30 دج" للمعاملة التي يتم إجراؤها، إما إذا تم استعمال البطاقة (CIB) بين البُنوك فإنَّ الرسم يقدر بـ "35 دج"، والمقصود في هذه الحالة استعمال بطاقة ذهبية على موزعات البُنوك والعكس صحيح عند استعمال أي بطاقة غير "الذهبية" في موزعات بريد الجزائر.

بالإضافة إلى هذه التعريفات المطبقة على حسب نوع العمليات المالية المنجزة، هناك تعريفات من نوع آخر تتعلق بالحالات العرضية التي قد تلحق بالبطاقة مثل (سرقة البطاقة، ضياع البطاقة، بطاقة فيها عيب، تلف أو كسر يلحق البطاقة)، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (04-03).

الجدول رقم (04-03): التعريفات المتعلقة بالبطاقة والرمز السري

1-التعريفات المتعلقة بالبطاقة النقدية:				مبلغ الرسوم
نوع الشكوى	المعالجة	الرسم	التجميد	الصنع
مسروقة	تُجمّد البطاقة ويعاد صُنْعها	نعم	30 دج	350 دج
ضائعة	تُجمّد البطاقة ويعاد صُنْعها	نعم	30 دج	350 دج
بطاقة محتجزة على الموزع الآلي "رمز سري خاطئ 3 مرات"	إزالة التجميد	لا		
احتراق شريحة البطاقة/نهائي الدّفع الإلكتروني TPE /قارئ البطاقة "PIN/PAD" "رمز سري خاطئ 3 مرات"	تُجمّد البطاقة ويعاد صُنْعها	نعم	30 دج	350 دج
بطاقة نقدية تالفة أو مكسورة	تُجمّد البطاقة ويعاد صُنْعها	نعم	30 دج	350 دج
بطاقة منتهية الصلاحية	يتم تجديد البطاقة	نعم		350 دج
بطاقة ملغاة	ملغاة ولا يعاد صُنْعها	نعم	30 دج	
بطاقة فيها عيب تصنيع	يُعاد صنع البطاقة	نعم	30 دج	350 دج
رمز التشفير CVV2 غير مقروء بعد الاستعمال	تُجمّد البطاقة ويعاد صُنْعها	نعم	30 دج	350 دج
2-التسعيرة المتعلقة بالرمز السري:				
نوع الشكوى	المعالجة	الرسم	مبلغ الرسم	
خاطئ	إعادة طبع الرمز السري	نعم	200 دج	
ضائع				
منسي				
لم يتم استلامه				
غير مقروء	إعادة الطبع	لا		//////////

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023)

2 - طرق وكيفية معالجة الشكاوى للبطاقة "الذهبية"

أ- الاعتراض على العملية والتعويض

يُمكن لحامل البطاقة/ أو الحساب البريدي الجاري (CCP)، الاعتراض على العمليات المتنازع فيها عن طريق الاتصال بمركز اتصال بريد الجزائر على الرقم (1530)، أو عن طريق تقديم شكوى كتابية على مستوى مختلف المكاتب البريدية، أو المركز المالي الجهوي، حيث يكون على صاحب البطاقة/أو الحساب مصحوب بالبطاقة الهوية أو وصل الدفع الخاص بالعملية المعترض عليها، بالإضافة إلى "كشف الحساب" الظاهر فيه العملية المعترض عليها، وذلك خلال مدة لا تتجاوز 90 يوماً (ثلاث أشهر) من تاريخ إجراء العملية المعترض عليها.

بعد تقديم الشكوى يتوجب على بريد الجزائر تقديم نسخة من البيانات والوثائق التي يحتفظ بها في مواجهة الشكوى التي قدمها حامل البطاقة/أو الحساب، وذلك خلال 45 يوم من تاريخ تقديم الشكوى، ويلتزم بريد الجزائر بالاتصال به بسرعة لتوفير جميع الوثائق الممكن أن يحتاجها، والتي تتعلق بالعملية المعترض عليها، مع تعهد كل طرف بتقديم المعلومات الخاصة به بأفضل شكل ممكن فيما يتعلق بشروط تنفيذ العملية، خاصة في حالة الاشتباه في التزوير، وهنا يحق أيضاً لبريد الجزائر طلب وصل أو نسخة من إيداع الشكوى.

لا يتم التعامل مع النزاعات التجارية المتعلقة بأسعار الممتلكات أو الخدمات من قبل بريد الجزائر، ويقتصر التعامل على النزاعات الناتجة عن غياب أو سوء تنفيذ أوامر الدفع المقدمة من حامل البطاقة إلى بريد الجزائر والمشار إليها في المادة (12) من الاتفاقية المتعلقة بشروط امتلاك البطاقة.

وفي حال ثبوت الشكوى وتطابقها مع شروط العقد المتفق عليه سابقاً، يتم تعويض جميع المبالغ المسحوبة دون مبرر، بما في ذلك المصاريف البنكية المحتملة من قبل حامل البطاقة.

لا يُمكن طلب التعويض من التاجر أو البائع على الإنترنت إلا في حالة استرداد الملك أو الخدمة التي تم شراؤها بواسطة البطاقة، وذلك بمبادرة التاجر أو البائع، ولا يتم التعويض إلا بعد مرور 60 يوماً من تاريخ استلام الشكوى، مع دفع رسوم أخرى تحد وفقاً للظروف الخاصة.

ب- الاعتراض عن ضياع/أو تزوير البطاقة والتعويض

تعتبر بطاقة الدفع الإلكتروني أداة مالية حيوية في الحياة اليومية، ولذلك يجب أن تكون محمية بكفاءة، والإجراءات التي توفرها بريد الجزائر للتعامل مع حالات الضياع أو الاستخدام غير المصرح به للبطاقة "الذهبية" يبرز سعي هذه المؤسسة في تطوير الخدمات المالية التي تقدمها من خلال هذه البطاقة بصفة خاصة، والخدمات المالية البريدية ككل بصفة عامة.

- الاعتراضات المقبولة: يقبل بريد الجزائر الاعتراضات التي تصدر بوضوح من صاحب البطاقة، وتتعلق بفقدان البطاقة، أو سرقتها، أو استخدامها بشكل غير مصرح به، أو استخدامها بياناتها في عمليات التزوير.
- إجراء الاعتراض: يُمكن الاعتراض على الاستخدام المزور للبطاقة أو بياناتها في حالة استمرار حيازتها من قبل صاحبها أثناء الاعتراض على العملية وهذا في حالات محددة.

- التجميد المؤقت للبطاقة: في حال فقدان البطاقة، يُمكن لصاحبها أن يقوم بتجميدها مؤقتاً لمدة 15 يوم، وبعد انتهاء هذه المدة، يتم تجميدها بشكل دائم إذا لم يُقدم صاحبها طلباً لإعادة تفعيلها.
- التجميد النهائي للبطاقة: في حالات أخرى من الاعتراض على البطاقة، يتم تجميدها نهائياً من قبل بريد الجزائر، مع إمكانية استبدالها.
- التبليغ بالاعتراض: يُعتد بتاريخ استلام الرسالة من بريد الجزائر أو بتاريخ التسجيل الصوتي عند الاتصال بمركز الاتصال لبريد الجزائر (1530)، كنقطة انطلاق للاعتراض.
- المسؤولية: بريد الجزائر غير مسؤول عن نتائج تجميد البطاقة إلا إذا كان الاعتراض من صاحب البطاقة.
- الإبلاغ عن فقدان البطاقة: يجب على صاحب البطاقة الإبلاغ عن فقدانها أو سرقتها من الغير، وذلك عبر مكالمة لمركز الاتصال (1530) أو إرسال طلب خطي موصى به مع اشعار بالاستلام إلى مكتب البريد أو المركز المالي الجهوي.
- استثناءات الاعتراض: لا يقبل بريد الجزائر الاعتراضات على البطاقة لأسباب غير تلك التي تم ذكرها، ولا سيما في حالات النزاع بشأن أسعار المنتجات التي تم شراؤها.
- تجميد البطاقة لأسباب موضوعية: يحتفظ بريد الجزائر بالحق في تجميد البطاقة أو بعض خصائص تشغيلها لأسباب موضوعية تتعلق بأمان البطاقة، أو الاشتباه في استخدامها بطرق غير مصرح بها، أو عدم قدرة صاحب البطاقة على الوفاء بالتزاماته المادية، كما يتم اعلام صاحب البطاقة بأسباب التجميد قبل تنفيذه، إذا أمكن، وإلا يتم إعلامه مباشرة بعد التجميد، ما لم يكن ذلك ممنوعاً قانونياً أو يتعارض مع النظام والأمن العام.

3- مكونات البطاقة "الذهبية"

بالنسبة للأشكال والرموز - على وجه وخلف - بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية"، فإنه يوضح ويظهر العديد من العناصر الهامة (أنظر الشكل رقم 01-03 والملحق رقم 12)، حيث يتضمن وجه البطاقة كل من رقم البطاقة المؤلف من ستة عشر (16) رقم، وتاريخ انتهاء صلاحية البطاقة، أيضاً يضم شعار واسم مؤسسة بريد الجزائر، بينما يتضمن الوجه الخلفي للبطاقة كل من الرمز السري المعروف بـ (CVV1)، الذي يستخدم في التحقق من الهوية عند إجراء الدّفع عبر الإنترنت، فضلاً عن توجيهات ومعلومات للاتصال بالمؤسسة عبر الرقم (1530)، وكذلك بعض التنبيهات موجهة لصاحب البطاقة وتوجيهات عامة في حال ضياع البطاقة وتم العثور عليها من الغير.

أ- العناصر المكونة لوجه البطاقة الأمامي

- العدد المكون من ستة عشر (16) رقماً: يطلب هذا العدد والذي يمثل رقم البطاقة، في عدّة سيناريوهات تخص العمليات باستخدام البطاقة، بما في ذلك الاشتراك في خدمات التطبيق "بريدي موب"، وتسجيل التطبيق عبر الهاتف المحمول، وتغيير رقم الهاتف المحمول المرتبط بالبطاقة، وايضاً عند الدّفع عبر الإنترنت، حيث تستخدم هذه الأرقام للتحقق من هوية صاحب البطاقة وضمان سلامة المعاملات المالية عبر الشبكة.
- تاريخ انتهاء الصلاحية واسم صاحب البطاقة: يطلب اسم صاحب البطاقة ولقبه عند إجراء عمليات الدّفع عبر الإنترنت على الموقع الإلكتروني، وتاريخ انتهاء الصلاحية هو معلومة أخرى تُطلب في السيناريوهات نفسها، مثل

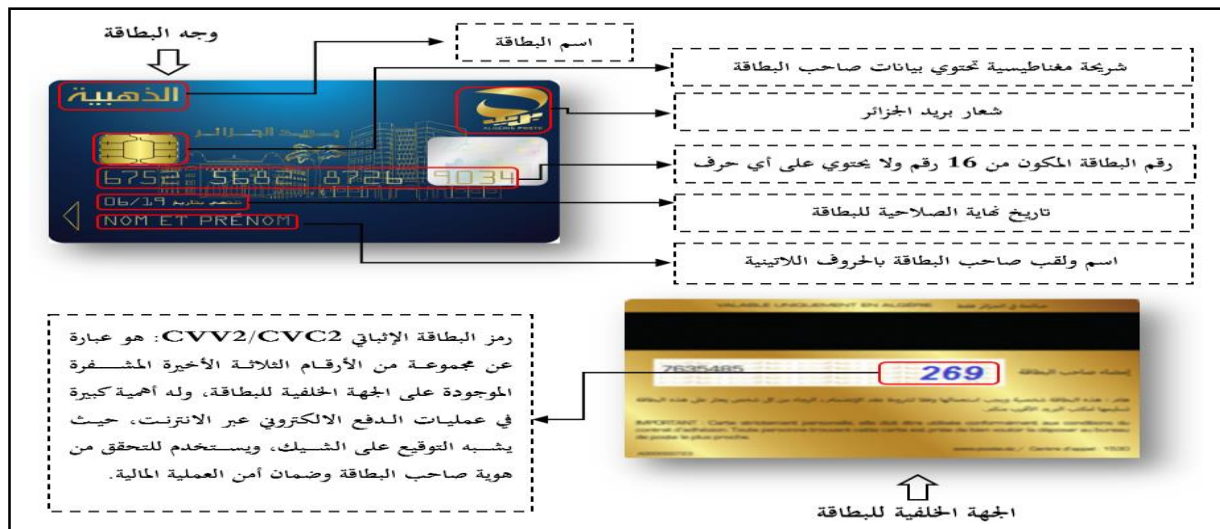
الاشتراك في خدمات التطبيق "بريد موب"، وتسجيل التطبيق عبر الهاتف المحمول، وتغيير رقم الهاتف المحمول، وكذلك عند الدّفع عبر الإنترنت.

ب- العناصر المكونة لوجه البطاقة الخلفي

على ظهر البطاقة، يوجد عدة رموز ومعلومات حساسة تستخدم لتأمين العمليات المالية والتحقق من هوية صاحب البطاقة.

- رمز البطاقة الإئبائي CVV1: يطلب عند عملية الدّفع عبر الإنترنت على الموقع الإلكتروني، هو عبارة عن مجموعة من الأرقام الثلاثة الأخيرة المشفرة الموجودة على الجهة الخلفية للبطاقة، وله أهمية كبيرة في عمليات الدّفع الإلكتروني عبر الإنترنت، حيث يشبه التوقيع على الشيك، ويستخدم للتحقق من هوية صاحب البطاقة وضمان أمن العملية المالية.
- رمز التعريف الشخصي PIN: وهو الرقم السري للبطاقة الذي يتكون من أربعة أرقام (4)، يتحصل عليه صاحب البطاقة في ظرف بريدي خاص مغلق ومؤمن مباشرة بعد حصوله على البطاقة، حيث يطلب استخدامه للتحقق من هوية صاحب البطاقة على مستوى الشّباك الآلي البنكي (GAB)، وعلى مستوى جهاز الدّفع الإلكتروني (TPE)، وعلى مستوى شّباك مكتب البريد.
- المفتاح وحيد الاستعمال OTP*: هو رمز خاص ووحيد (صالح للاستعمال مرة واحدة)، يُرسل إلى صاحب البطاقة عبر رسالة نصية قصيرة (SMS) إلى رقم الهاتف المرتبط بالبطاقة، ويطلب استخدامه لإثبات الهوية، والاشتراك في خدمات التطبيق "بريد موب"، وتسجيل التطبيق عبر الهاتف المحمول، وتغيير رقم الهاتف المحمول، وكذلك عند الدّفع عبر الإنترنت.

الشكل رقم (01-03): الرموز والأشكال المكونة للبطاقة "الذهبية"



المصدر: تم أعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023)

* المفتاح وحيد الاستعمال - SMS OTP: هو عبارة عن كلمة مرور في شكل رمز يرسل عبر رسالة نصية قصيرة (Short Message Service) One-Time Password /SMS-OTP) يستعمل مرة واحدة إلى حامل البطاقة النقدية "الذهبية" للتحقق من هويته أثناء القيام بالدفع عبر الإنترنت (الموقع الرسمي لبريد الجزائر، 2023).

الفَرْعُ الثاني: رصد تطور العمليات المنجزة باستعمال البطاقة "الذهبية" (2021-2023)

في عالم يتسارع في التكنولوجيا، شهدت بطاقة الدَّفع الإلكتروني "الذهبية" لمؤسسة بريد الجزائر تطوراً ملحوظاً في العمليات المالية المنجزة باستِخدامها، فهي لم تعد مجرد بطاقة نقدية كلاسيكية تستخدم لسحب الأموال فقط، بل أصبحت وسيلة دفع إلكترونية مُتعددة الاستِخدامات للعملاء، حيث يُمكنهم من خلالها تعبئة أرصدة الهاتف المحمول، ودفع مختلف الفواتير، وحجز التذاكر، وكذلك تحويل الأموال من حساب إلى حساب آخر، وغيرها من الخدمات التي تتم بواسطتها بكل سهولة.

منذ عام 2020، شهدت بطاقة "الذهبية" نمواً ملحوظاً، حيث ارتفع عدد البطاقات الموزعة من حوالي 6 مليون بطاقة إلى أكثر من 13,17 مليون بطاقة خلال السداسي الأول من سنة 2024.

بطاقة "الذهبية" أصبحت الآن الوسيلة الإلكترونية الأساسية التي يعتمد عليها عملاء بريد الجزائر للوصول إلى مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية والمالية عبر مختلف القنوات المتاحة.

أولاً: تطور حجم العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" على مستوى الشباك البريدي (2021-2023)

الجدول رقم (03-05): العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" على مستوى الشباك البريدي (2021-2023)

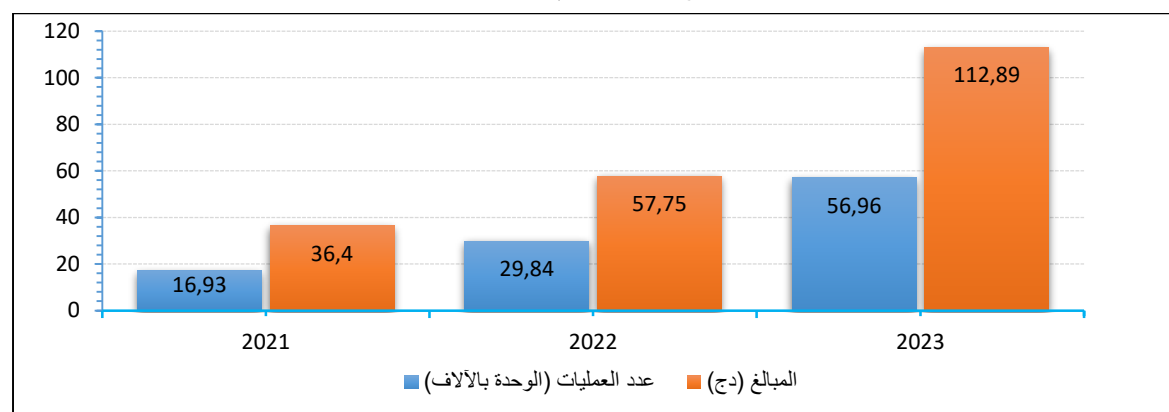
نوع العملية	حجم المعاملات				الوحدة (لبنو ج)
	السنة	عدد العمليات	معدل النمو %	المبلغ (دج)	معدل النمو %
سحب الأموال	2021	1.693.248	-	36.398.909.897,00	-
	2022	2.984.560	76,27	57.751.085.324,00	58,69
	2023	5.695.798	90,84	112.888.862.775,00	95,50
المجموع		10.373.606		207.038.857.996,00	

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

الجدول رقم (03-05) أعلاه، يظهر نمواً كبيراً في عدد عمليات السحب التي تشهدها مكاتب البريد عبر الوطن باستخدام البطاقة (الذهبية)، وجهاز قارئ رقم التعريفي المتوفر لديها، دون استخدام الشيك أو وسيلة أخرى، حيث نلاحظ نمواً كبير بين كل سنة والسنة التي تليها، فسنة 2022 بلغ هذا النمو 76,27% بالنسبة لعدد العمليات، و58,69% بالنسبة للمبالغ المالية المسحوبة، أما سنة 2023 فشهد نمواً أكبر قدر بـ 90,84% بالنسبة للعمليات، و95,50% بالنسبة للمبالغ المسحوبة.

هذا النمو يعكس زيادة أكبر في الاعتماد على البطاقة (الذهبية) حتى داخل المكاتب البريدية، وهذا يوضح مدى توجه المستخدمين (العملاء) نحو استخدام الرقمنة ووسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها المؤسسة، وكذلك يشير إلى زيادة الثقة ومستوى الأمان لهذه البطاقة، كما يفسر هذا النمو بمستوى توفير التجهيزات والآلات المساعدة لهذه المؤسسة مثل أجهزة قارئ الرقم التعريفي على مستوى كل مكتب بريدي لتسهيل على العملاء استخدام هذه الوسائل (البطاقة) بكل سهولة ويسر، ولتوضيح أكثر ندرج الشكل رقم (02-03) الموالي.

الشكل رقم (02-03): تطور العمليات والمبالغ باستخدام البطاقة (الذهبية) على مستوى المكاتب البريدية



المصدر: تم إعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

ثانياً: العمليات المنجزة على مستوى الشباك الآلي للبنوك (GAB) بالبطاقة الذهبية

الجدول رقم (06-03): العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" على مستوى الشباك الآلي البنكي (GAB)

البيان	حجم العمليات			المبلغ (دج)
	نوع العملية	نوع العملية	عدد العمليات	
2021	عملاء البنوك – جهاز البريد (GAB)	سحب الأموال	769.736	10.966.214.000,00
	عملاء البريد – جهاز البنوك (GAB)	سحب الأموال	16.062.688	327.721.214.000,00
	عملاء البريد – جهاز البريد (GAB)	تغيير رقم الهاتف	162.867	-
		طلب دفتر الصكوك	88.898	-
		طلب كشف مصغر	270.911	-
		طلب الرصيد	44.533.016	-
		طلب الرقم التعريفي (RIP)	35.715	-
		تعبئة رصيد الهاتف	388.842	232.182.221,00
		سحب الأموال (الذهبية)	58.538.300	1.154.139.620.000,00
		سحب بدون بطاقة	123.410	1.337.997.000,00
		تحويل الأموال من حساب إلى حساب آخر	190.562	3.753.638.277,00
2022	عملاء البنوك – جهاز البريد (GAB)	سحب الأموال	2.532.786	39.034.897.000,00
	عملاء البريد – جهاز البنوك (GAB)	سحب الأموال	16.032.867	280.332.500.000,00
	عملاء البريد – جهاز البريد (GAB)	تغيير رقم الهاتف	295.819	-
		طلب دفتر الصكوك	125.746	-
		طلب كشف مصغر	315.959	-
		طلب الرصيد	61.767.282	-
		طلب الرقم التعريفي (RIP)	35.365	-
		تعبئة رصيد الهاتف	516.279	305.146.955,00
		سحب الأموال (الذهبية)	99.284.889	1.870.760.923.000,00
		سحب بدون بطاقة	518.397	4.939.172.000,00
		تحويل الأموال من حساب إلى حساب آخر	190.342	3.328.630.980,00
2023	عملاء البنوك – جهاز البريد (GAB)	سحب الأموال	4.055.150	68.753.276.000,00
	عملاء البريد – جهاز البنوك (GAB)	سحب الأموال	21.177.411	354.358.221.000,00
	د	تغيير رقم الهاتف	592.317	-

-	165.691	طلب دفتر الصكوك	
-	313.795	طلب كشف مصغر	
-	67.180.753	طلب الرصيد	
-	32.590	طلب الرقم التعريفي (RIP)	
372.304.571,00	608.660	تعبئة رصيد الهاتف	
2.472.169.621.000,00	131.160.896	سحب الأموال (الذهبية)	
8.694.350.000,00	985.329	سحب بدون بطاقة	
5.628.592.256,00	253.817	تحويل الأموال من حساب إلى حساب آخر	
6.606.828.500.260,00	529.307.085	المجموع	

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

يُظهر الجدول أعلاه، عدد العمليات والمبالغ المسجلة لمختلف الخدمات التي توفرها البطاقة (الذهبية) باستخدام جهاز الشبكات البنكي الآلي (GAB)، خلال السنوات (2021-2022-2023)، حيث نلاحظ تسجيل زيادة كبيرة في عدد العمليات وكذلك المبالغ المالية، حيث سجلت عمليات سحب الأموال من هذا الجهاز أعلى استخدام من بين كل الخدمات التي يوفرها، وهذا يرجع إلى أن هذه الخدمة هي الأساسية لهذا الجهاز باعتباره موزع آلي (DAB) قبل أن يتم إدخال عليه تعديلات ليصبح شبكات آلي (GAB)، أما بالنسبة لباقي الخدمات الأخرى، فهي أيضاً تشهد زيادة كبيرة من سنة إلى أخرى، وهذا ما يبرز دور هذا الجهاز في تسهيل عمليات الخدمات المالية المختلفة.

ثالثاً: العمليات المنجزة على مستوى أجهزة نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE) بالبطاقة الذهبية

الجدول رقم (03-07): عدد العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" باستخدام جهاز (TPE)

السنة	نوع العملية	عدد العمليات	المبلغ (دج)
2021	عملاء البنوك - جهاز البريد (TPE)	دفع	388.650.095,00
	عملاء البريد - جهاز البنوك (TPE)	دفع	5.660.350.005,00
	تسديد الفواتير	76.335	970.308.756,00
	طلب الرصيد	433.503	-
	عملاء البريد-جهاز البريد (TPE)	دفع	2.001.645.988,00
	السحب من المكتب البريدي	1.693.248	36.398.909.897,00
2022	عملاء البنوك - جهاز البريد (TPE)	دفع	362.019.949,00
	عملاء البريد - جهاز البنوك (TPE)	دفع	8.591.825.791,00
	تسديد الفواتير	156.524	2.171.240.454,00
	طلب الرصيد	755.867	-
	عملاء البريد-جهاز البريد (TPE)	دفع	1.453.939.249,00
	السحب من المكتب البريدي	2.984.560	57.751.085.324,00
2023	عملاء البنوك - جهاز البريد (TPE)	دفع	340.990.056,00
	عملاء البريد - جهاز البنوك (TPE)	دفع	13.510.133.436,00
	تسديد الفواتير	218.491	3.289.295.952,00
	طلب الرصيد	1.433.240	-
	عملاء البريد-جهاز البريد (TPE)	دفع	1.604.052.274,00
	السحب من المكتب البريدي	5.695.798	112.888.862.775,00
المجموع			247.383.310.001,00

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

يُظهر الجدول أعلاه، عدد العمليات والمبالغ المسجلة لمختلف الخدمات التي توفرها البطاقة (الذهبية) باستخدام جهاز نهائي الدفع (TPE)، خلال السنوات (2021-2022-2023)، حيث نلاحظ تسجيل زيادة كبيرة في عدد العمليات وكذلك المبالغ المالية، وهذا يشير إلى زيادة تبني واستخدام البطاقة (الذهبية) عبر نهائيات الدفع (TPE) التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر، ومختلف البنوك، لدى التجار أو المؤسسات المتعاقدة، وهذا يعكس الدور المهم لكل من البطاقة (الذهبية)، وهذه الأجهزة (TPE)، في تسهيل العمليات المالية لعملاء البريد، أو مختلف العملاء الذين يملكون بطاقة (CIB).

رابعاً: عدد العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" باستخدام الدفع عن بعد (الإنترنت)

الجدول رقم (03-08): عدد العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" عن طريق منصات الدفع (الإنترنت)

السنة	نوع العملية	عدد العمليات	المبالغ (دج)
2021	عملاء البنوك – منصة البريد	34	26.593,00
	عملاء البريد –	324	796.631,00
	منصات البنوك	536	1.1868.705,00
	عملاء البريد – منصة البريد	6.896.216	8.965.397.132,00
2022	عملاء البنوك – منصة البريد	3.491	29.004.065,00
	عملاء البريد –	319.758	1.476.780.681,00
	منصات البنوك	111.719	436.997.066,00
	عملاء البريد – منصة البريد	7.624.239	12.686.605.590,00
2023	عملاء البنوك – منصة البريد	5.179	6.445.472,00
	عملاء البريد –	1.000.354	3.015.191.864,00
	منصات البنوك	438.736	2.388.896.754,00
	عملاء البريد – منصة البريد	11.799.821	18.869.635.591,00
المجموع		28.200.407	47.887.646.144,00

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

يُظهر الجدول أعلاه، عدد العمليات والمبالغ المسجلة لمختلف الخدمات التي توفرها البطاقة (الذهبية) عبر منصات الدفع، خلال السنوات (2021-2022-2023)، حيث نلاحظ تسجيل زيادة كبيرة في عدد العمليات وكذلك المبالغ المالية، وهذا يشير إلى زيادة تبني واستخدام البطاقة (الذهبية) عبر منصات الدفع الالكترونية المختلفة سواء لمؤسسة بريد الجزائر أو مختلف البنوك، وهذا يعكس التوجه المتزايد نحو الرقمنة واعتماد الخدمات المالية الرقمية.

هناك تطور كبير بين السنوات لمختلف العمليات المسجلة، وهذا يشير إلى انتشار سمعة البطاقة (الذهبية) بين مختلف العملاء للمؤسسة، واعتمادهم المتزايد عليها في تلبية احتياجاتهم المالية المختلفة.

خامساً: عدد العمليات المنجزة بالبطاقة "الذهبية" باستخدام تطبيق الهاتف (بريدي موب)

يعد تطبيق الهاتف (بريدي موب) أحد الأدوات الرقمية التي أطلقها بريد الجزائر لتمكين حاملي البطاقة الذهبية من إجراء مجموعة متنوعة من العمليات المالية بكل سرعة وأمان، والجدول التالي (03-09) يوضح:

الجدول رقم (09-03): تطور حجم العمليات المنجزة بالبطاقة الذهبية عبر (بريدي موب)

السنة	حجم العمليات		
	نوع العملية	عدد العمليات	المبلغ (دج)
2021	الدفع عبر رمز الاستجابة السريع (Qr-Code)	1.231	4.366.966,00
	تعبئة رصيد الهاتف	5.991.451	4.025.994.791,00
	السحب بدون بطاقة	184.429	1.868.964.000,00
	التحويل من حساب إلى آخر	3.410.521	48.660.511.507,00
2022	الدفع عبر رمز الاستجابة السريع (Qr-Code)	973	4.600.233,00
	تعبئة رصيد الهاتف	19.343.269	13.304.692.921,00
	السحب بدون بطاقة	725.224	6.555.173.000,00
	التحويل من حساب إلى آخر	7.593.748	96.621.762.733,00
2023	الدفع عبر رمز الاستجابة السريع (Qr-Code)	1.446	6.841.890,00
	تعبئة رصيد الهاتف	39.034.200	27.565.616.663,00
	السحب بدون بطاقة	1.381.421	11.587.948.100,00
	التحويل من حساب إلى آخر	17.837.133	241.029.829.034,00
المجموع		95.505.046	451.236.301.838,00

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

يظهر الجدول أعلاه، تسجيل تطور ملحوظ لأهم العمليات المالية التي يمكن الاستفادة منها من طرف العملاء عبر استخدامهم للتطبيق (بريدي موب)، حيث سجلت السنوات الثلاثة الأخيرة أكبر نسبة نمو بالنسبة لخدمة (تعبئة رصيد الهاتف النقال)، فنسبة النمو التي شهدتها هذه الخدمة بين سنة 2021 و2022 تقدر بأكثر من 222 %، وبين 2022 و2023 تقدر بأكثر من 102 %، وهذا يشير إلى اعتماد متزايد وكبير اتجاه هذه الخدمة، وأيضاً إلى التزايد المستمر نحو استخدام الهواتف المحمولة والانترنت في أوساط عملاء المؤسسة.

أما بالنسبة لخدمة التحويل من حساب إلى آخر، فهي بدورها شهدت زيادة كبيرة من حيث عدد العمليات والمبالغ المحولة، وهذا راجع إلى التزايد المستمر في ثقة العملاء واعتمادهم على الخدمات المالية البريدية للمؤسسة عن بُعد وعبر الإنترنت، لتقليل الجهد والوقت.

الدفع عبر رمز الاستجابة السريع (Qr Code)، ورغم تسجيله عدد العمليات والمبالغ أقل مقارنة بباقي الخدمات على هذا التطبيق، إلا أنه يشهد نمواً مستقراً، مما يشير إلى تبني هذه التقنية الحديثة في الدفع، وأيضاً يسمح في المستقبل إلى توسع وانتشار هذه الخدمة.

بشكل عام، يُعتبر النمو الملحوظ في عدد العمليات والمبالغ المالية للسنوات الأخيرة الماضية (2021-2022-2023)، إلى نجاح وشهرة تطبيق (بريدي موب) في تلبية احتياجات المستخدمين (العملاء)، وتقديم خدمات موثوقة وفعالة، ونفسر هذا النمو المستمر بالتوسع في قاعدة العملاء وتفاعلهم مع الخدمات الرقمية لمؤسسة بريد الجزائر وزيادة الوعي بالخدمات المقدمة، وأيضاً إلى تحسينات مستمرة في مستوى الأمان لوسائل الدفع الالكتروني التي تعتمدها المؤسسة.

سادساً: العمليات المنجزة باستخدام كل من البطاقة البيبنكية (CIB) والبطاقة (الذهبية)

يوجد 510 تاجر الويب والمنخرطين في نظام الدفع الالكتروني البيبنكي، ومنذ انطلاق الدفع عبر الانترنت نتج حوالي 773.565.40 معاملة موزعة على مختلف القطاعات المنخرطة، ووفق الجدول رقم (10-03) نوضح ذلك:

الجدول رقم (10-03): العمليات المنجزة باستخدام كل من البطاقة البيبنكية (CIB) والبطاقة (الذهبية)

السنة	الاتصالات/الهاتف	قطاع النقل	تأمينات	بيع السلع	عدد العمليات	قيمة المعاملات (دج)
2019	141.552	6.292	8.342	0	156.186	503.870.361,61
2020	4.210.284	11.350	4.845	235	4.226.714	5.423.727.074,80
2021	6.993.135	72.164	8.372	13.468	7.087.139	11.176.475.535,68
2022	7.490.626	195.490	23.571	24.169	7.733.856	18.151.104.423,96
2023	8.400.869	371.317	36.996	51.154	8.860.336	32.196.672.024,03
2024 (جانفي - سبتمبر)	7.233.766	526.067	44.136	74.091	7.878.060	33.535.783.769,10
مجموع	26.069.363	1.176.388	117.920	163.117	35.942.291	100.987.633.189,18

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (GIE Monétique, 2024)

من الجدول أعلاه، تظهر الأرقام المسجلة نمو ملحوظ في استخدام الدفع الالكتروني للبطاقتين (CIB) و "الذهبية"، وذلك في كل القطاعات الواردة من حيث العمليات والقيم لها، والملاحظ أيضاً أن كل من نتائج الأرقام للعمليات والقيم الخاصة بالسنوات (2021-2022-2023-2024) سجل ارتفاع كبير جداً فيما بين السنوات نفسها وأعلى بكثير مقارنة بسنة (2018 و 2019)، حيث كان ارتفاع عدد العمليات بين كل من السنوات (2021-2022-2023) تقارب الضعف بين (2021-2022) وأكثر من الضعف بالنسبة (2022-2023-2024)، وتعزى هذه الزيادة إلى التحسين العام في الأوضاع الاقتصادية من جهة بعد الركود المسجل، وأيضاً كان للأزمة الصحة (covid-19) دور كبير في تحريك التعاملات بوسائل الدفع الالكتروني في كل من بداية سنة 2020 إلى غاية سنة 2022، بالإضافة إلى الحلول الرقمية والنهج المتبنى من طرف الدولة من خلال مؤسساتها المالية المتمثلة في البنوك ومؤسسة بريد الجزائر، وكان لمؤسسة بريد الجزائر دور كبير في ارتفاع هذه الأرقام بعد انضمامها إلى "تجمع النقد الآلي" وتحقيق تبادل المعاملات بين البطاقة البيبنكية/الذهبية، والتي أصبحت سارية المفعول منذ 05 جانفي 2020.

المطلب الثاني: بريدي موب - Baridi Mob

أصبحت التطبيقات الإلكترونية في هذا العصر الذي يتميز بالتطور التكنولوجي، جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس، حيث توفر هذه التطبيقات حلاً سهلاً وفعالاً للعديد من الاحتياجات اليومية، بدءاً من إدارة المهام والتسوق عبر الإنترنت إلى التواصل الاجتماعي وإجراء المعاملات المالية.

تطبيقات البطاقات الإلكترونية، مثل بطاقة الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر، تمثل مثلاً على سعي الجزائر من خلال هذه المؤسسة المالية، في إرادتها لتطوير الخدمات الإلكترونية واستغلال التكنولوجيا لتسهيل الحياة اليومية، وتقديم التطبيق الإلكتروني "بريدي موب" لمؤسسة بريدي الجزائر يعتبر جزءاً من هذه الاستراتيجية العامة للدولة الجزائرية وبصفة خاصة لهذه المؤسسة المالية التي تسهر على تطوير خدماتها المالية البريدية، وتقديم الأفضل لعملائها بشكل آمن ومريح لإجراء مختلف المعاملات المالية لهم وإدارة أموالهم، من خلال ما يوفره هذا التطبيق الهاتفي الأول في البلاد.

من خلال هذا التطبيق "بريدي موب"، يُمكن للمستخدمين العملاء إجراء مجموعة من العمليات المالية، مثل تعبئة رصيد الهاتف المحمول، وتحويل الأموال بين الحسابات، وإجراء المدفوعات الإلكترونية بسهولة ويُسر، وهذا كله دون أي جهد أو عناء التنقل للمكاتب البريدية.

الفرع الأول: التطبيق الإلكتروني بريدي موب - BaridiMob

يُعتبر التطبيق الإلكتروني "بريدي موب" من التطبيقات الإلكترونية التي أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر، والذي يُمكن تنزيله من المتجر الإلكتروني (بلاي ستور - Play Stor) على الهواتف الذكية، فهو يعد من التقنيات الجديدة التي تمكن من تنفيذ المعاملات المالية المختلفة ومتابعتها عبر الهاتف المحمول (تاج وقُدوسي، 2022).

أولاً: التعريف بتطبيق بريدي موب - BaridiMob

تطبيق "بريدي موب" هي عملية تطبيقية تتم على الهواتف الذكية المحمولة، تقدمها مؤسسة بريد الجزائر كخدمة مالية إلكترونية، تسمح من خلالها للعملاء بإجراء الخدمات النقدية المالية للمؤسسة، بشكل يساهم في تحسين الاستخدام الأكفأ للوقت، والتسيير الحسن لحسابات البريدية الجارية (www.poste.dz, 2023).

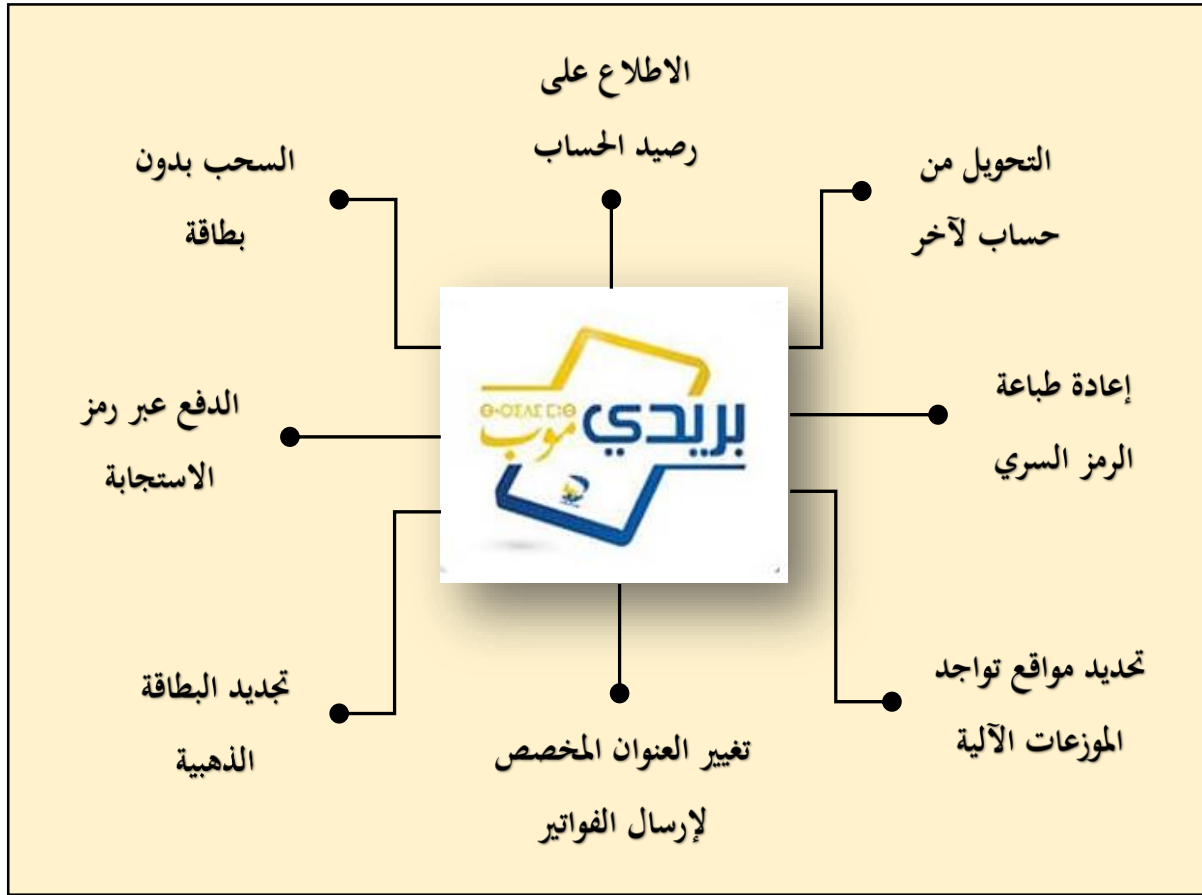
وحتى يستفيد الأشخاص (العملاء) من خدمة هذا التطبيق يجب توفر مجموعة من الشروط:

- أن يكون الشخص مالك لحساب بريدي جاري (CCP)، أي يكون ضمن مجموع عملاء المؤسسة؛
- أن يكون العميل لديه البطاقة الإلكترونية للدفع "الذهبية"، وغير منبهة الصلاحية؛
- أن يكون لديه رقم هاتف مرتبط بالبطاقة "الذهبية"؛
- امتلاك العميل لهاتف ذكي، يعمل بنظام تشغيل الأندرويد؛
- توفر شبكة الإنترنت لدى العميل أثناء طلب خدمة التطبيق.

ثانياً: الخدمات التي يقدمها تطبيق بريدي موب - BaridiMob

يوفر تطبيق "بريدي موب" مجموعة من الخدمات التي تلبي احتياجات العملاء المالية البريدية، ومن خلال الشكل رقم (03-03)، نوضح هذه الخدمات بالتفصيل.

الشكل رقم (03-03): خدمات التطبيق الإلكتروني (بريدي موب – BaridiMob)



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (www.poste.dz, 2023)

يوضح الشكل مجموع الخدمات التي يُمكن للعملاء إجراؤها باستخدام تطبيق "بريدي موب"، وتتمثل هذه الخدمات في ثلاث محاور رئيسية بالإضافة إلى خدمات تسهيلية أخرى.

المحور الأول: إدارة الحساب البريدي الجاري (CCP): يُسمح من خلال هذه الخدمة لعملاء المؤسسة من تسيير حساباتهم الجارية البريدية بشكل شامل، حيث يُمكنهم الاطلاع على رصيد الحساب الحالي، بالإضافة إلى تفاصيل العمليات التي تمت عليه باستخدام البطاقة النقدية "الذهبية".

المحور الثاني: إدارة بطاقة الدّفع الإلكتروني "الذهبية": من خلال تطبيق "بريدي موب" يُمكن للعملاء المشتركين في هذه الخدمة إدارة بطاقاتهم "الذهبية"، حيث يُسمح لهم من مراجعة حالة البطاقة، والعمليات التي تمت باستخدامها، بالإضافة إلى إمكانية تسقيف المبالغ وتجميد وإعادة تفعيل البطاقة حسب الحاجة.

المحور الثالث: التحويلات المالية من حساب إلى آخر: تُعتبر خدمة تحويل الأموال من حساب إلى آخر بريدي من أبرز الخدمات التي جاء بها هذا التطبيق، وذلك لما يقدمه للعملاء من اختصار في الجهد والوقت، ودون تكبد عناء التنقل إلى

المكاتب البريدية لإجراء مثل هذه العمليات، فمن خلال هذه الخدمة يقوم العميل في أي نقطة جغرافية متصلة بالشبكة من تحديد المبلغ المراد تحويله، لتتم العملية بسهولة، كما يمكن للعميل ضبط هذه الخدمة وتسقيف التحويلات اليومية، أيضاً يمكنه إعطاء الإذن للغير من إجراء عمليات التحويل.

هذه المحاور الثلاثة، بالإضافة إلى خدمات أخرى مثل إمكانية الشخص (العميل) من سحب الأموال بدُون بطاقة، وكذلك تحديد أماكن تواجد أجهزة الموزعات الآلية، والدفع عبر رمز الاستجابة السريع (QR Code)، كلها تشكل جوهر تجربة استخدام التطبيق "بريدي موب"، التي توفر ميزات مختلفة ومهمة تساعد في إدارة أمور عملاء مؤسسة بريد الجزائر المالية والبريد بكل فعالية ويسر.

الفرع الثاني: رصد تطور العمليات المنجزة باستخدام التطبيق بريدي موب (2019-2023)

الجدول رقم (03-11): إحصاءات أهم العمليات على التطبيق "بريدي موب" (2019-2023)

العمليات	السنة	عدد العمليات المالية	حجم المبالغ المالية للعمليات (الوحدة دج)
تعبئة رصيد الهاتف المحمول	2019	1	200,00
	2020	22.375	12.036.756,00
	2021	6.042.947	4.062.066.326,00
	2022	19.343.269	13.304.692.921,00
	2023	39.034.200	27.565.616.663,00
السحب بدُون بطاقة	2019	1.386	10.992.000,00
	2020	103.533	1.082.245.000,00
	2021	184.429	1.868.964.000,00
	2022	725.224	6.555.173.000,00
	2023	1.381.421	11.587.948.100,00
التحويل من حساب إلى آخر	2019	151.107	2.162.073.862,00
	2020	1.023.985	14.943.520.104,00
	2021	3.410.521	48.660.511,00
	2022	7.593.748	96.621.762.733,00
	2023	17.837.133	241.029.829.034,00
المجموع		96.855.279	420.855.581.210,00

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (المديرية العامة لبريد الجزائر، 2024)

يُظهر الجدول أعلاه، نمواً ملحوظاً في عدد العمليات وحجم المبالغ المالية بالنسبة للعمليات الثلاثة التي يوفرها تطبيق بريدي موب، وهذا النمو كان بالنسبة لجميع السنوات المذكورة، حيث نجد:

- بالنسبة للعمليات المتعلقة بخدمة تعبئة رصيد الهاتف المحمول: شهدت هذه الخدمة من بين الخدمات المذكورة، أكبر نمو في كل من عدد العمليات وحجم المبالغ المالية؛

- بالنسبة للعمليات المتعلقة بخدمة السحب بدون بطاقة: ارتفعت عمليات السحب بدون بطاقة بشكل كبير خلال السنوات وكان النمو واضح من سنة إلى أخرى، مما يعكس اعتماداً واستحساناً كبيرين لدى العملاء لهذه الخدمة؛

- بالنسبة للتحويل من حساب إلى آخر: من الأرقام المسجلة لهذه الخدمة يتضح جلياً نسبة الإقبال على هذه الخدمة، وهذا يعطي عدة دلالات وتفسيرات خاصة ما يتعلق بدرجة الأمان والثقة في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر، سواء بالنسبة للبطاقة (الذهبية) أو التطبيق (بريدي موب).

النمو الكبير في عدد العمليات وحجم المبالغ المالية من خلال استخدام تطبيق (بريدي موب)، يعكس زيادة الإقبال على هذا التطبيق من قبل العملاء وأيضاً الثقة المتزايدة الذي يكتسبها من قبلهم، كما يعكس توجهها متزايداً نحو الرقمنة واستخدام الخدمات المالية البريدية عن بعد وعبر الإنترنت، وكل هذا يُشير إلى نجاح وشهرة التطبيق في تلبية احتياجات المستخدمين وتقديم خدمات موثوقة وفعالة.

المطلب الثالث: المقاصة الإلكترونية - Télé compensation

المقاصة بمفهومها العام هي انقضاء التزامين في نفس الوقت بقيمة أقل منها، فهي طريق من طرق انقضاء الالتزام، الغرض منها تسهيل عملية الوفاء به ومنع الوفاء المزدوج، وما يزيد من أهميتها أنها تنطوي على معنيين الوفاء والضمان في نفس الوقت، وهذا ما يجعل منها بالنسبة للنشاط التجاري عموماً والمصرفي خصوصاً إحدى أهم أدوات التعامل اعتباراً للثقة والضمان اللذين توفرهما ابتداءً، ثم لتسهيل اقتضاء الحقوق بعد ذلك.

وبالنسبة لتنظيم عمليات المقاصة بين البنوك في الجزائر، وانطلاقاً من الاطار التشريعي الذي أسس ورافق التحول نحو اقتصاد السوق من خلال تحرير القطاع المصرفي، فقد تضمن (الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون 12-86 المتعلق بنظام البنوك والقرض، 1986)، ما يفيد اعتماد المقاصة لتسوية الأرصدة ما بين حسابات الأشخاص، وذلك من خلال نص المادة (21) من هذا القانون، لكن التأسيس الصريح هو ما كان بموجب (الجريدة الرسمية الجزائرية، الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، 2003).

وقد كان إنشاء غرفة المقاصة لتتولى عمليات التسوية الأرصدة لفائدة الأشخاص وذلك بموجب نظام بنك الجزائر (الجريدة الرسمية الجزائرية، نظام رقم 97/03 المتعلق بغرفة المقاصة، 1998)، والذي من خلاله حسب نص المادة (18) منه تم تقديم تعريف لعملية المقاصة.

الفرع الأول: مفهوم المقاصة الإلكترونية - La Télé compensation

اعتماد المقاصة الإلكترونية عن بُعد، يعني تبني واستخدام تقنيات الحوسبة والشبكات لتنفيذ العمليات المصرفية بشكل إلكتروني وعبر الإنترنت، بدلاً من الطرق التقليدية مثل استخدام الشيكات أو السفاتيح، وهذا يشمل استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية مثل بطاقات الائتمان والخصم المباشر، وكذلك تحويل الأموال عبر الإنترنت أو الهواتف المحمولة، ويُعتبر هذا التحول خطوة هامة نحو تحديث القطاع المصرفي والمالي، حيث يساعد في توفير خدمات مصرفية أسرع وأكثر فعالية، ويعزز سهولة الوصول إلى الخدمات المالية ويقلل من العوائق التي تواجه العملاء في القيام بالمعاملات المالية.

وبالنسبة لتحديث وسائل الدفع، فإن هذا يشمل تحويل الوسائل التقليدية مثل الشيكات والسفاتيح إلى صيغ إلكترونية، فبدلاً من كتابة الشيك وتسليمه باليد، يُمكن للعميل القيام بنفس العملية عبر الإنترنت أو من خلال تطبيقات إلكترونية مخصصة لذلك على الهواتف المحمولة، وهذا التحول يجعل العمليات أكثر أماناً وسرعة وسهولة، ويقلل من الاعتماد على الإجراءات الورقية التقليدية.

وبالنسبة لـ "بنك الجزائر"، فقد سعى إلى تطبيق هذه التقنيات الحديثة من خلال إدخال وسائل دفع إلكترونية مثل البطاقات البنكية، وبطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية" لبريد الجزائر، وتحويل وسائل الدفع التقليدية إلى عمليات إلكترونية، وذلك وفقاً للمعايير المحددة من قبل لجنة التقييس على مستوى "بنك الجزائر".

أولاً: تعريف عملية المقاصة الإلكترونية - La Télé compensation

عرفت المادة (18) من النظام 97-03 المتعلق بغرفة المقاصة - السابق الذكر - عمليات المقاصة بأنها: "مجموع عمليات التبادل اليومي بين بنك الجزائر والأعضاء، وفيما بين هؤلاء الآخرين لصالح الحسابات المدونة في سجلاتها، بما في ذلك وسائل الدفع الكتابية أو الإلكترونية، ومن ضمنها الشيكات والسندات التجارية الأخرى وكذلك التحويلات، وتتم هذه العمليات إجبارياً في غرفة المقاصة بحضور ممثلي الأعضاء" (الجريدة الرسمية الجزائرية، التنظيم 03-97 المتعلق بغرفة المقاصة، 1998).

من خلال هذا التعريف يتضح أنَّ العمليات المتعلقة بالمقاصة كانت تتم إجبارياً في غرفة المقاصة وبحضور ممثلي الأعضاء لـ "بنك الجزائر" بما فيهم مؤسسة بريد الجزائر، حيث استمر العمل بنظام اليدوي للمقاصة إلى غاية إنشاء المقاصة المسبقة المصرفية من طرف "بنك الجزائر" في أوت 2024، تبعه بعد ذلك صدور المرسوم التنفيذي 05-442 (الجريدة الرسمية الجزائرية، المرسوم التنفيذي 05-442 المحدد للحد المطبق على عمليات الدفع التي يجب أن تتم بوسائل الدفع عن طريق القنوات البنكية والمالية، 2005)، وهو المرسوم الذي كان يُراد من خلاله توسيع استخدام مختلف وسائل الدفع الكتابية والإلكترونية عبر القنوات البنكية، أيضاً كان تمهيداً لاعتماد نظام التسوية عن بُعد لوسائل الدفع، والذي تحقق مباشرة بعد صدور النظام رقم 04/05 المتعلق بنظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (ARTS)، والذي يشكل السند الرئيسي لما سماه المشرع: المقاصة المسافية ما بين البنوك الأعضاء، وهو نظام أتكّي (ATCI) والذي أنشأ بموجب النظام 06/05 (الجريدة الرسمية الجزائرية، النظام رقم 06-05 المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع الخاصة بالجمهور العريض الأخر، 2006).

1- التعريف بنظام الجزائر للمقاصة المسافية ما بين البنوك (ATCI)

نظام (ATCI) هو اختصار للتسمية (Algérie-Télé-compensation Interbancaire)، كما ورد في نص المادة الثانية (02) من (الجريدة الرسمية الجزائرية، النظام رقم 06-05 المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع الخاصة بالجمهور العريض الأخر، 2006)، والذي وضحت الفقرة الأولى منه، أنه يهدف لوضع نظام مقاصة خاص بأوامر الدفع الخاصة بالجمهور العريض، ويتعلق الأمر بنظام ما بين البنوك للمقاصة الإلكترونية للصكوك والسندات والتحويلات والاقتطاعات الأوتوماتيكية للسحب والدفع باستعمال البطاقة المصرفية.

وقد دخل نظام المقاصة الإلكترونية (ATCI) العمل الفعلي في سنة 2006 شهر ماي، وكانت البداية بمعالجة الشيكات ثم أدخل تدريجياً باقي وسائل الدفع، وحسب ما يرد في تقارير "بنك الجزائر" السنوية، أن عدد العمليات التي تتم معالجتها في إطار هذا النظام هي في تزايد مستمر - أنظر الجدول رقم (03-12) - وبشكل لافت بالنسبة لكل وسائل الدفع، وأن حالات عدم قبولها في نظام المقاصة تضاءلت كثيراً، وهو ما يعطي الانطباع على درجة أهمية وفعالية نظام المقاصة الإلكترونية عن بُعد (بنك الجزائر، 2022).

عالج هذا النظام خلال سنة 2021، ما يعادل حجم 48,10 مليون عملية دفع، بقيمة قدرها 17.980,1 مليار دينار، مقابل 34,6 مليون عملية بقيمة قدرها 16.140,3 مليار دينار خلال سنة 2020، أي بارتفاع كبير بلغ 38,66% من حيث الحجم مع نمو معتبر بنسبة 11,40% من حيث القيمة (بنك الجزائر، 2022).

كما سجل النظام خلال نفس السنة 2021، متوسط يومي قدره 191 مليون بقيمة 71,6 مليار دينار مقابل 133 مليون عملية بقيمة 63,5 مليار دينار خلال سنة 2020.

الجدول رقم (03-12): حجم المدفوعات المعالجة من خلال (ATCI) لسنة (2021-2022)

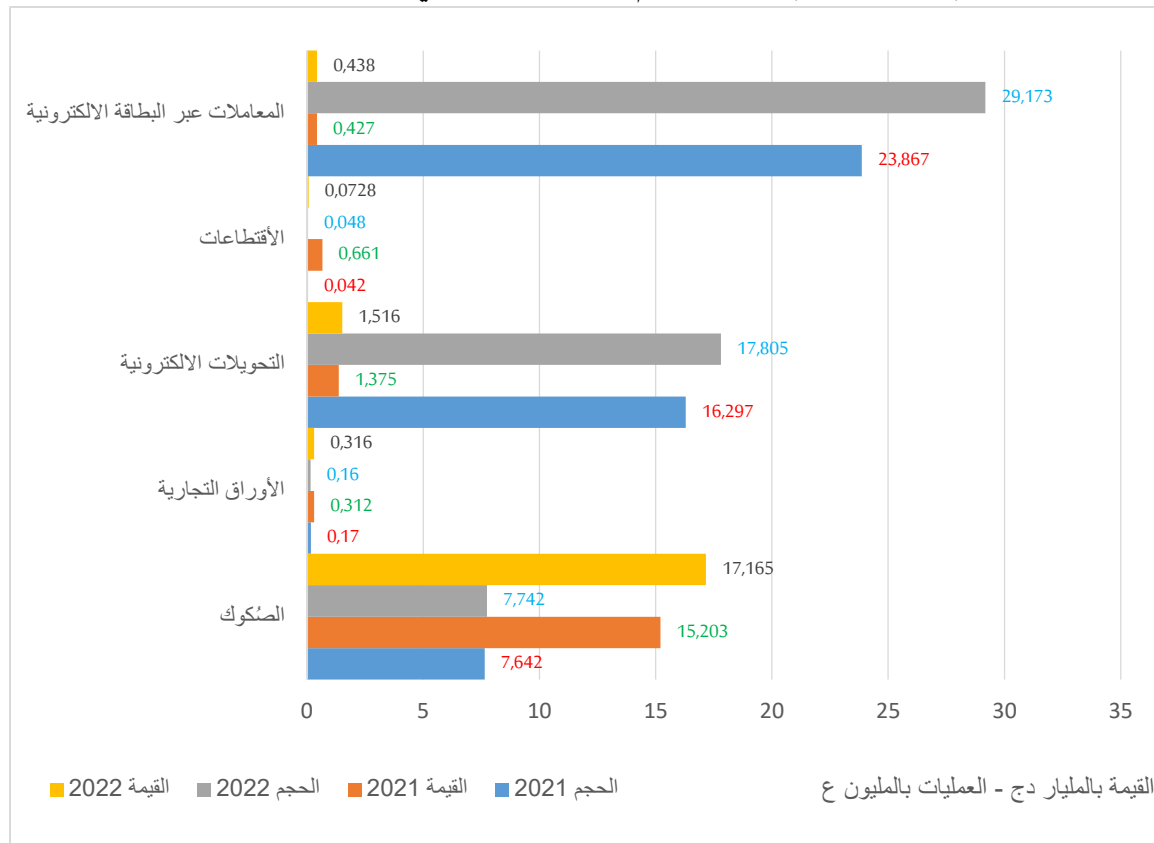
نسب من حيث القيمة %		النسب من حيث الحجم %		القيمة (المبالغ-مليار دج)		الحجم (العمليات بالملايين)		طبيعة العملية
2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	السنة
%85,12	%84,56	%14,09	%15,92	17.165,394	15.203,428	7,742	7,642	الصكوك
% 1,57	%1,73	% 0,29	% 0,35	316,711	312,111	0,160	0,170	الأوراق التجارية
%7,52	%7,65	%32,42	%33,94	1.516,462	1.375,465	17,805	16,297	التحويلات المالية
%3,61	%3,68	%0,09	%0,09	728,929	661,355	0,048	0,042	الاقتطاعات المالية
%2,18	%2,38	%53,11	%49,70	438,833	427,758	29,867	23,867	البطاقات الإلكترونية
%100	%100	%100	%100	20.166,329	17.980,117	54,928	48,018	مجموع العمليات
				%12,16	%11,40	%14,39	%38,66	معدل النمو (%)
				80,025	71,634	0,218	0,191	المتوسط اليومي (251/يوم عمل)

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (بنك الجزائر، 2022)

من خلال الجدول أعلاه، نجد أنَّ المعاملات التي تتم عبر البطاقات الالكترونية والتحويلات المالية عبر نظام المقاصة الالكترونية (ATCI) تعتبر الأكثر استعمالا وذلك بنسبة 49,70% و 33,94% على التوالي، من الحجم الإجمالي لوسائل الدفع المتبادلة، وهذه الأرقام ونسب تعكس الدور المهم لوسائل الدفع الالكتروني المتمثلة في البطاقات الالكترونية وعمليات التحويل المالي الالكتروني التي تتم عبر نظام المقاصة والتي تدعم وضعيتها في سوق التسوية، على عكس الصُكوك، التي يتبين أنه من ناحية استعمالها تتراجع من سنة إلى أخرى وهي التي بدورها تمثل نظام الدفع القديم القائم على الدعامة المادية مثل الورق.

ولإشار فإن نظام المقاصة الالكتروني (ATCI) للمدفوعات، سجل في سنة 2021 مجموع حالات رفض وصلت إلى 226.680 عملية رفض بقيمة مليار دينار، أي بمعدل رفض منطقي يُقدر بـ 0,47% من حيث الحجم و 3,09% من حيث القيمة.

الشكل رقم (03-04): قيم عمليات نظام المقاصة الإلكتروني (ATCI) لسنة 2021-2022



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على (بنك الجزائر، 2022) وبرنامج Excel_{v16}

2- الأعضاء المشاركون في نظام المقاصة الإلكترونية La Télé compensation

إن نظام الجزائر للمقاصة عن بُعد قد أنشأ خصيصاً لتسوية الأرصدة الناشئة عن أدوات الدّفع المقدمة من الجمهور العريض، أي عملاء البنوك والمؤسسات المالية كمؤسسة بريد الجزائر، ومسألة الانضمام أو الانخراط في هذا النظام تخص حصراً الأطراف التي حددتها المادة (17) من (الجريدة الرسمية الجزائرية، النظام رقم 05-06 المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع الخاصة بالجمهور العريض الأخر، 2006)، وهم: بنك الجزائر، البنوك التجارية، الخزينة العمومية ومؤسسة بريد الجزائر.

إنّ المشاركة في نظام (ATCI) هو أمر وجوبي حسب نص المادة السابعة (07) من رقم 05-06، لهؤلاء الأطراف الأعضاء، لأنّ عملية المقاصة لوسائل الدّفع لم يعد بالإمكان إجراؤها خارج هذا النظام.*

والمقصود بالمشاركة حسب المادة السابعة (07) الفقرة الثانية، هو أنّ تلتزم تلك الأطراف بقبول تقدم هذه الأدوات للدفع في إطار نظام (ATCI)، سواء كمشارك مقدم للعمليات، أو كمشارك مرسل إليه.

ثانياً: نظام المقاصة الإلكترونية (La Télé compensation) في بريد الجزائر

* تبقى غرفة المقاصة اليدوية مفتوحة لمعالجة الشيكات غير الموحدة بتاريخ وضع نظام (ATCI) في الإنتاج، ومعالجة وسائل الدفع الأخرى في انتظار إدخال إدماجها التدريجي في نظام المقاصة الإلكترونية في نهاية 2008، ولا تمر إطلاقاً عبر المقاصة اليدوية سوى التحويلات الإجمالية للأجور، في انتظار إدخال المعالجة الآلية لتسوية التحويلات التي تسمى "تحويلات مُتعددة"، والتي تضم المعالج الآلي لتحويلات أجور المؤسسات نحو المصارف، ومن المصارف نحو نظام (ATCI) (تقرير بنك الجزائر، 2008، صفحة 155).

1- واقع نظام المقاصة الإلكترونية في بريد الجزائر

خلال الأزمة الصحية العالمية (كوفيد 19)، وتنفيذاً لتوجيهات الحكومة الجزائرية، تقرر تقديم الأولوية لاحتياجات المواطنين في عملية السحب على مستوى المكاتب البريدية وتعليق عمليات السحب للأشخاص المعنويين، الذين يملكون حسابات بريدية جارية (ccp)، وذلك بهدف تسهيل عمليات سحب الرواتب والإعانات والمعاشات للمواطنين عبر شبكة بريد الجزائر.

جعل هذا القرار الاستثنائي، عملاء بريد الجزائر الذين يملكون صفة الأشخاص المعنويين، أمام خيارات أخرى من الخدمات التي توفرها المؤسسة، والمتمثل في وسائل الدفوع الكتابية المتاحة، مثل الصكوك المعتمدة (Chèque Certifié)، أو التحويلات البنكية (Compte à Compte)، أو تقديم صك بريدي للتحويل عبر نظام المقاصة الإلكترونية (Télécompensation).

تعتبر الفترة الاستثنائية (كوفيد 19)، بالنسبة لمؤسسة بريد الجزائر، فرصة لدخول العديد من الخدمات المالية الإلكترونية الخط، واستغلالها بشكل جيد، على غرار السعي للقضاء على مشكل نقص السيولة في المكاتب البريدية، وهذا يؤكد الجهات المعنية على توفير السيولة النقدية في جميع المكاتب البريدية، من خلال إنشاء فريق مشترك يضم ممثلين عن قطاع البريد والمواصلات وبنك الجزائر، يقوم بمتابعة يومية لحالة السيولة النقدية خلال تلك الفترة.

يسهم تطبيق خدمة المقاصة الإلكترونية (Télé compensation) بالنسبة لمؤسسة بريد الجزائر، بشكل كبير لما له من دور في خفض التعامل بالسيولة النقدية، إلى جانب نقاط مهمة نذكرها:

- تسهيل عمليات سحب الأموال للعملاء غير المعنويين: من خلال توفير خدمة المقاصة الإلكترونية (Télé compensation)، حيث يمكن لبريد الجزائر تسهيل عمليات سحب الرواتب والإعانات والمعاشات للعملاء الطبيعيين، مما يعزز دورها كمقدم للخدمات المالية البريدية للمجتمع، وترسيخ روح المواطنة لدى المؤسسة؛
- تحسين الخدمات المالية: يسهم لمؤسسة بريد الجزائر من خلال المقاصة الإلكترونية (Télé compensation) تحسين جودة خدماتها المالية وزيادة سرعة وفعالية عمليات الدفع والتحويل بين الحسابات؛
- تعزيز الثقة والتنافس: انتماء مؤسسة بريد الجزائر لأعضاء المشاركين في عمليات المقاصة عن بُعد، وتوفيره لهذه الوسيلة الفعالة لتبادل الأموال بين البنوك والمؤسسات المالية، مكّنها من بناء الثقة لدى العملاء وتعزيز مكانته كمؤسسة مالية موثوقة ومبتكرة في السوق؛
- تحسين الإدارة المالية: باستخدام واستغلال خدمة المقاصة الإلكترونية (Télé compensation)، استطاع بريد الجزائر من تحسين إدارة السيولة النقدية والتسوية اليومية للمعاملات المالية، مما ساعد على القضاء بشكل كبير على مشكل لطالما تكرر وهو نقص السيولة النقدية في المكاتب البريدية.

أ- خدمة الصكوك المعتمدة "المحقق" – Certification des Chèques

الصك المعتمد أو المصادق عليه (Le Chèque Certifié)، هو نوع من الشيكات المميزة التي تقدم بناءً على تقديم العميل الصك الخاص به من أجل الاستفادة من هذه الخدمة، وتأكيد وجود الرصيد المطلوب لتغطية قيمته، يتم تعويض العميل بصك من نوع خاص يحرر باسم مدير المؤسسة البريدية (مكتب البريد الذي تقدم له العميل)، بعد أن يقوم هذا الأخير بحجز أو حظر الرصيد (قيمة الصك) لصالحه، وتسجيل اسم المستفيد على صك.

يُمكن صرف الصك المصادق عليه في أي وقت باسم صاحبه (المستفيد)، وذلك خلال فترة لا تتجاوز السنة وعشرين (20) يوم من تاريخ الإصدار، يعني هذا أن المستفيد يُمكنه أن يقدم الصك للدفع في أي وقت خلال الفترة المحددة، دون الحاجة إلى القلق بشأن انتهاء صلاحيته في الوقت القريب.

من الجدير بالذكر أنَّ الصك المصادق عليه لا يُمكن صرفه إلا في مركز الصكوك البريدية أو القباضات الرئيسية لبريد الجزائر، وكذلك المكاتب البريدية المرتبطة بالمقاصة الآلية، كل هذا يعزز الأمان والثقة في عملية الدَّفع، حيث يتم ضمان توفر الرصيد الكافي من قبل المؤسسة البريدية المصدرة لهذا الصك، وذلك لتغطية قيمته قبل الصرف.

ب- التحويلات المالية من حساب إلى حساب آخر - Compte à Compte

تتضمن هذه الخدمة إتاحة خيار التحويل الفوري والأمن للعملاء أصحاب الحسابات الجارية البريدية، حيث يُمكن لهم اختيار أي مكتب بريدي لتنفيذ هذه العملية، ويتم ذلك من خلال تحويل المبالغ من حساب بريدي جاري إلى حساب بريدي للشخص المستفيد، ويتطلب ذلك من العميل تقديم صك بريدي ووثيقة إثبات الهوية.

يتم قبول عمليات التحويل من حساب إلى حساب بريدي جاري آخر باستِخدام الصك البريدي، وذلك للحسابات التالية:

- التحويل من شخص طبيعي إلى شخص طبيعي؛
- التحويل من شخص طبيعي إلى شخص معنوي؛
- التحويل من شخص معنوي إلى شخص معنوي (على مستوى القباضات الرئيسية فقط).

تُمكن خدمة التحويل البريدي الجاري العملاء لمؤسسة بريد الجزائر من إجراء عمليات تحويل مالي أو مجموعة من التحويلات، بشرط ألا يتعدى إجمالي المبلغ المحول في اليوم 200.000 دج.

أطلقت هذه الخدمة في عام 2018، وذلك باستِخدام البطاقة النقدية "الذهبية"، والمطبوع الموحد (Imprime Unique) في المكاتب البريدية، وتعتبر هذه الخدمة متاحة أيضاً على الشبائيك البنكية الآلية (GAB)، أو من خلال تطبيق الهاتف المحمول "بريدي موب"، وكذلك من خلال بوابة الإنترنت "بريدي نت".

- حالات رفض عملية التحويل من حساب إلى حساب آخر: يُمكن رفض عملية التحويل من حساب إلى حساب آخر للأسباب التالية:

- التوقيع على الصك غير مطابق؛
- الحساب البريدي الجاري الخاص بالمستفيد غير موجود؛
- الرصيد الموجود في الحساب المحول منه غير كافٍ؛
- تجاوز الحد الأقصى للتحويل المسموح به يومياً (200.000 دج).

- إجراءات وآليات خدمة التحويل من حساب إلى حساب ومعالجة الشكوى: تتضمن خدمة التحويل من حساب إلى حساب آخر في مؤسسة بريد الجزائر، تحت مسؤولية مصدر الأمر (صاحب صك التحويل)، حيث يتعين عليه التحقق مسبقاً من صحة المعلومات المقدمة، قبل تأكيد وإنجاز عملية التحويل، حيث لا يُمكن إلغاء عملية التحويل

في أي حال من الأحوال بعد تأكيدها وإنجازها، كما يجب على صاحب أمر التحويل التأكد المسبق من توفر الرصيد الكافي في حسابه البريدي الجاري لإجراء العملية، وفي حالة ثبت العكس وكان الرصيد غير كافي، فإنه يقع عليه خصم رسم بقيمة 300 دج بسبب عدم كفاية الرصيد، كما يتوجب على الأمر بالتحويل التأكد من المعلومات المسلمة له عبر وصل التحويل بعد إنجاز العملية.

تشمل مواعيد تقديم الشكاوى بشأن عمليات التحويل من حساب إلى حساب آخر، فترة زمنية لا تتجاوز ثلاثين (30) يوم اعتباراً من تاريخ إنجاز عملية التحويل، أي شكاوى تتجاوز هذه المدة تعتبر لاغية وغير مقبولة، وذلك بتقديم الوثائق التالية: طلب خطي مؤرخ وموقع، وصل التحويل، صورة طبق الأصل عن بطاقة الهوية للأمر بالتحويل. تتم معالجة الشكاوى المقدمة بعد إنجاز عملية التحويل على الفور، حيث يتم التكفل بها في نفس اللحظة من قبل القابض أو نائبه في المكتب البريدي الذي تمت فيه عملية التحويل.

ج-صكوك التحصيل عبر المقاصة الإلكترونية - Chèque Scanie

صكوك التحصيل عبر المقاصة الإلكترونية، أو شيك الصورة (Chèque Scanie)، هي عبارة عن صورة إلكترونية تتم بجهاز الماسح الضوئي (Scanner) للشيك الورقي المقدم للتحصيل، ترسل هذه الصورة إلى غرفة المقاصة لإجراء المقاصة الإلكترونية، وبمجرد إتمام عملية المسح الضوئي التي تتم على وجه وظهر الشيك، وتظهر على شاشة الحاسوب وعبر نظام المقاصة، شكل وحركة ورسم التوقيع الخطي الموجود على ورقة الشيك، لتبدأ مرحلة تداول الشيك بصورته المعلوماتية الإلكترونية.

وتتمثل أهمية الشيك الصورة (Chèque Scanie)، في أنه وسيلة أمان للشيك تساعد في التأكد من وجود الشيك من خلال صورته عند الضياع أو السرقة، كما يمكن من تسريع عملية المقاصة، أي اختصار الوقت والجهد لعدم وجود نقل للشيكات الورقية من بنك لآخر في كل مرة تجرى فيها عملية المقاصة، ليكون الشيك الصورة متاح للاطلاع عليه من أي بنك آخر ضمن أعضاء المقاصة الإلكترونية.

أما بالنسبة للآلية الفنية لعمل هذا النظام في مؤسسة بريد الجزائر، فتبدأ بقيام العميل بتقديم أصل الشيك إلى المكاتب البريدية التي تتوفر على جهاز الماسح الضوئي (SCANNER) أي لديها القدرة على إجراء عملية المقاصة، وذلك ليوكل العميل مؤسسة بريد الجزائر من خلال مكاتبها البريدية بتحصيل قيمته من بنك آخر وهو البنك المسحوب عليه، والذي تتوفر لديه حساب باسم العميل نفسه، يقوم الموظف لبريد الجزائر أولاً بفحص الشيك، ليقوم بعد ذلك بتصويره عبر جهاز المسح الضوئي (SCANNER)، وبعدها يقوم بتحويل صورة الشيك إلكترونياً من حاسوبه الخادم عبر شبكة متطورة ومتكاملة من الألياف الضوئية، صعبة الاختراق، ومنفصلة عن شبكة الإنترنت وذلك إلى مركز المقاصة لدى "بنك الجزائر"، وفي حالة وجدت هناك مخالفة في صورة الشيك تستوجب إعادته بشكل تلقائي في النظام.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

من خلال هذا المبحث، سيتم عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت لتحقيق أهداف البحث الموضوعية، والاجابة على التساؤلات المطروحة، كما يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى تقديم تفسير مفصل للبيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة الموزعة وكذا مختلف المقابلات وأدوات البحث الأخرى المستخدمة، حيث يتضمن العرض تحليلاً إحصائياً شاملاً للبيانات، بما في ذلك الجداول والرسوم البيانية التي تساهم في توضيح النتائج بشكل جيد، وسيتم مناقشة النتائج المتوصل إليها في سياق الأدبيات والنظريات ذات الصلة التي تناولناها في الشق النظري لهذه الدراسة، مما يساعد على وضع النتائج في إطارها العلمي الأكاديمي المناسب وتفسيرها بشكل دقيق.

المطلب الأول: إجراءات الدراسة التطبيقية والأدوات المستخدمة

سيتم من خلال هذا المطلب تناول منهج الدراسة الميدانية بشكل شامل، حيث تم تحديد مجتمع وعينة الدراسة (الفرع الأول) بطرق علمية دقيقة، وشرح الأساليب المختلفة لجمع البيانات المطلوبة لإجراء الدراسة، بالإضافة إلى توضيح أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة، وضمانات ثبات وصدق أداة الدراسة (الفرع الثاني) وذلك لضمان موثوقية النتائج، كما تضمنت الدراسة تفاصيل حول المنهجية المتبعة لضمان الدقة والموضوعية في جمع وتحليل البيانات، بما في ذلك اختيار الأدوات المناسبة وتطبيقها بشكل صحيح (الفرع الثالث).

بهذا النهج المنهجي المتكامل، نهدف إلى توفير نتائج دقيقة وموثوقة يمكن الاعتماد عليها في استخلاص الاستنتاجات والتوصيات، التي تسمح بتحقيق نتائج ميدانية فعلية، وتفتح آفاق دراسات أخرى مستقبلية.

الفرع الأول: تحديد مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء مؤسسة بريد الجزائر، حيث يبلغ عددهم أكثر من 29,3 مليون عميل موزعين عبر 58 ولاية، ونظراً لصعوبة حصر جميع أعضاء هذا المجتمع الكبير، ولقيود الوقت، أعتمد الطالب على عينة من العملاء في ولاية المسيلة فقط وهذا لعدة اعتبارات نذكر منها:

- تشابه الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة: تعتبر مؤسسة بريد الجزائر الجهة الوحيدة في تقديم هذا النوع من الخدمات في جميع ولايات الوطن.
- إمكانية تعميم النتائج: على الرغم من أن الدراسة وطنية، والعينة المدروسة تركز على تواجد جغرافي محدد (ولاية المسيلة)، فإن النتائج المحققة يمكن أن تُستخدم كنقطة انطلاق لتوسيع الفهم حول عملاء مؤسسة بريد الجزائر في مناطق أخرى (ولايات أخرى)، خاصة إذا كانت المؤسسة تقدم نفس الخدمات وبشكل متشابه.
- توحيد الظروف: يعتقد الطالب أن اختيار عينة الدراسة في ولاية واحدة يضمن الظروف والعوامل المحيطة والمؤثرة بجميع أشكالها، مما يقلل التباين الذي قد يؤثر على نتائج الدراسة إذا تم أخذ عينات من عدة ولايات.
- توفير الموارد: في العديد من الدراسات، يُعتبر التوجه إلى عينة أكثر تجانساً، خاصة عند وجود قيود زمنية أو موارد محدودة، وهذا يسمح للباحث بتوجيه الجهود بشكل أفضل لضمان جودة البيانات المجمعة، وحصر الظروف والعوامل المؤثرة.

هذه الاعتبارات كانت سبب في اختيار منطقة محددة (ولاية المسيلة)، والتي اعتمد عليها في حصر عينة الدراسة، وعليه تم تقسم العمل على مرحلتين:

في المرحلة الأولى، وبالاعتماد على أسلوب تقسيم المجتمع الكبير إلى مجموعات أصغر (العينة العنقودية)، تم حصر جميع الدوائر الإدارية لولاية المسيلة التي تمثل عناقيد حسب هذه الطريقة، وبمساعدة برنامج (Excel) عبر خاصية السحب الآلي العشوائي (utilitaire d'analyse-E'chantillonnage)، قمنا بعملية سحب نتج عنها خمس دوائر إدارية (عناقيد) – أنظر الشكل رقم 03-05 –، بعدها تم حصر البلديات الإدارية التابعة لكل دائرة، حيث نتج عن هذا الحصر عشرة (10) بلديات في شكل عناقيد، بعدها قام الطالب أيضا بحصر جميع المكاتب البريدية (30 مكتب بريدي) التابعة لهذه البلديات، وبهذا الإجراء حُدد من خلاله المكاتب البريدية التي ستكون نقطة انطلاق لتوزيع استمارات الاستبانة، اعتمد الطالب بعدها أسلوب التوزيع غير العشوائي (Non-Probability Sampling Method)، وبالتحديد العينة الملائمة (Convenience Sample).

في المرحلة الثانية، وبالاعتماد على جدول كريجسي ومورغان (Krejcie and Morgan)، وهو جدول معروف لتحديد حجم العينة بناءً على حجم المجتمع المطلوب دراسته مع افتراض مستوى ثقة بنسبة 95% وهامش خطأ بنسبة 5%، والذي يقترح أنه يقل تأثير زيادة حجم العينة على الدقة كلما زاد حجم المجتمع، لذا يمكن الاكتفاء بعينة تقترب أو تزيد عن 384 فرد للمجتمعات الضخمة التي تزيد عن 100 ألف فرد.

وعلى هذا الأساس وباستخراج حجم العينة المطلوبة من العدد الكلي للمجتمع، استطاع الطالب توزيع (400) استمارة استبانة، على وحدات المعاينة النهائية، حيث تم استرجاع (379) استمارة بمعدل استرجاع (94,75%)، وتم استبعاد (7) استمارة لم تكن صالحة للتحليل، والجدول رقم (03-13) يوضح.

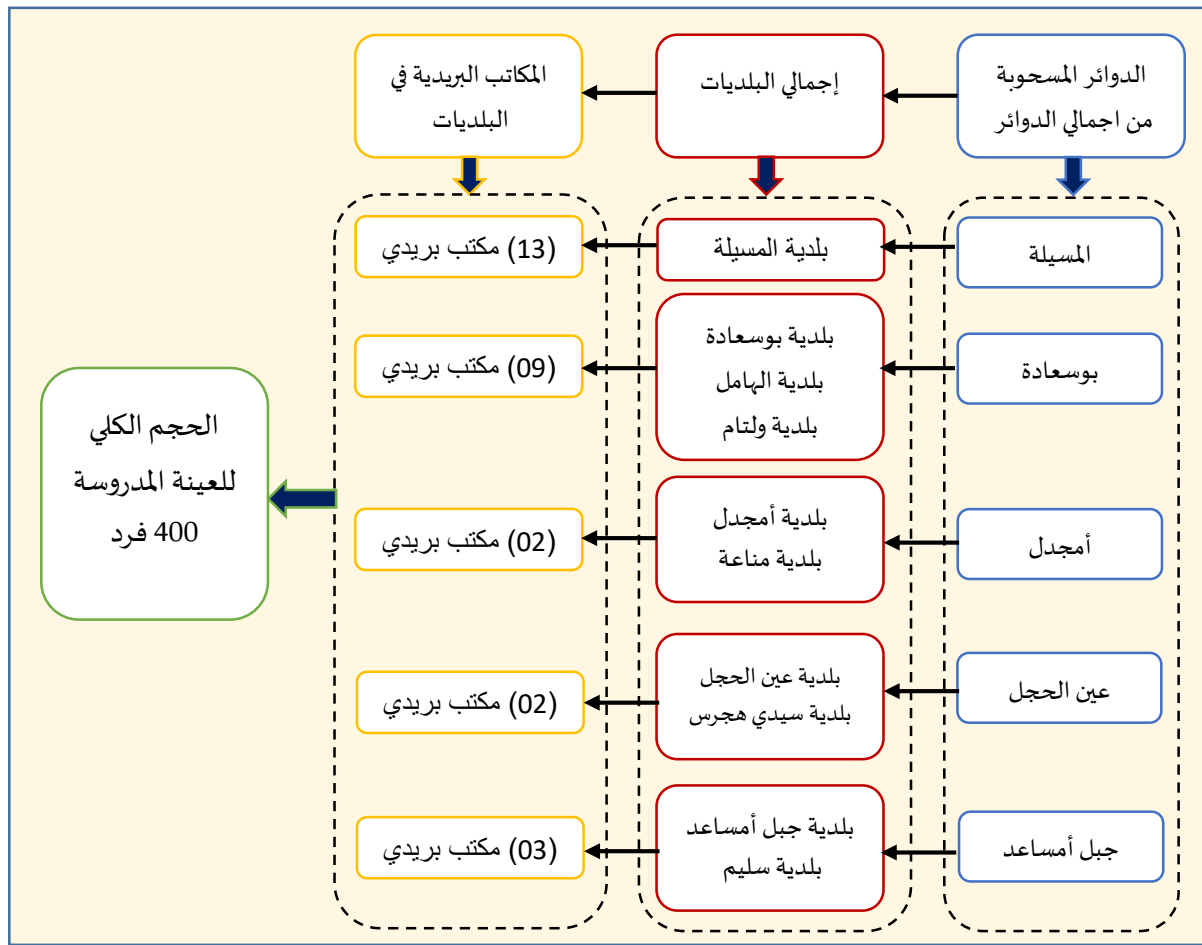
الجدول رقم (03-13): الدوائر والبلديات المسحوبة وعدد الاستثمارات الموزعة حسب تصنيف كل مكتب

بريدي

الدائرة	البلدية	الكثافة السكانية	المكتب البريدي	تصنيف المكتب	عدد الاستثمارات الموزعة	المسترجعة	المقبولة	غير المقبولة	إم
المسيلة	المسيلة	207.219	MSILA RP	EX	40	35	35	0	182
			HODNA	R2	20	20	20	0	
			BOUKHMISSA	R4	10	10	10	0	
			CHEBILIA	R3	13	13	13	0	
			CITE ENNASR	R3	13	13	13	0	
			M SILA C/ AMIR	R4	10	10	10	0	
			M UNIVERSITE	R4	10	10	10	0	
			M/BOUDIAF 924	R3	13	13	13	0	
			BEN BADIS	R4	10	10	10	0	
			M SILA GARE	R4	10	10	10	0	
			MSILA POLE	R4	10	10	10	0	
			MSILA EMIR AEK	R3	13	13	11	2	
			MSILA GHEZEL	R4	10	10	10	0	
بوسعادة	بوسعادة	181.965	BOU SAADA	EX	37	26	25	1	132
			BOU SAADA SS	R3	13	13	12	1	
			BOU SAADA ND	R3	13	13	13	0	
			BOU SAADA HB	R3	13	13	13	0	
			BOUSADA BATEN	R4	10	10	9	1	
			BOUSAADA 8MAI 1945	R3	13	13	13	0	
	الهامل	13.301	EL HAMEL	R3	13	13	13	0	
	ولتام	3.998	EL ALLIG	R4	10	10	10	0	
			OULTEM	R4	10	10	10	0	
أمجدل	أمجدل	23.699	MEDJEDEL	R3	13	10	10	0	23
	مناعة	7.387	MENAA	R4	10	10	10	0	
عين الحجل	عين الحجل	42.721	AIN ELHDJEL	R2	20	18	17	1	30
	سيدي هجرس	7.439	SID HADJERES	R4	10	10	10	0	
جبل امساعد	جبل امساعد	17.274	AIN OGHRAB	R3	13	13	13	0	33
			AIN OGHRAB ENNIA	R4	10	10	10	0	
	سليم	6.816	SLIM	R4	10	10	9	1	
400			المجموع		400	379	372	7	

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب.

الشكل رقم (03-05): نموذج تحديد مجتمع وعينة الدراسة بأسلوب العينة العنقودية العشوائية



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب.

الفرع الثاني: تقديم منهج وأداة الدراسة

أولاً: أدوات الدراسة المستخدمة

لضمان إتمام الدراسة الميدانية بشكل كامل ودقيق، تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات والأساليب المخصصة لجمع وتحليل البيانات في كل مرحلة من مراحل البحث، وفيما يلي تفصيل لأهم هذه الأدوات المستخدمة.

أ- الاستبانة

وهي الأداة البحثية الرئيسية التي اعتمدها الطالب للقيام بجمع البيانات، حيث تحتوي على ثلاثة أجزاء: الجزء (الأول) متعلق بالبيانات الشخصية (البيانات الديمغرافية) والتي يعتقد الباحث أنها ذات أهمية في تكوين نموذج الدراسة لما لها من تأثيرات، خاصة تلك المتعلقة بدرجة التعلم وعدد سنوات التعامل باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني وكذا درجة الوعي بأهميتها المقترنة أساساً بعوامل أخرى مثل السن، وطبيعة العمل، والجنس، أما الجزء (الثاني) فهو يتعلق بالإجابة على المحور الأول: المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني (المتغير المستقل) لمؤسسة بريد الجزائر والتي اعتمدنا في استخراجها بناءً على مجموع الخصائص والمميزات وكذا الخدمات التي تقدمها هذه الوسائل والمتمثلة في كل من (البطاقة الذهبية، والتطبيق بريدي موب، والتحويلات السريعة للأموال WU)، ويمثل المحور الثاني لاستمارة الاستبيان في أبعاد جودة الخدمات المالية البريدية (المتغير التابع) التي تتضمن الأبعاد الخمسة من نموذج الأداء الفعلي للخدمة (SERVPERF) المعدل، وذلك بعد استعراض الدراسات السابقة وترتيبها حسب التاريخ من الأحدث للأقدم مصنفة إلى

ثلاثة فئات (جزائرية، عربية، وأجنبية)، حيث قام الطالب بالتعقيب عليها بشكل مختصر ومفيد، ومقارنتها بالدراسة الحالية مبيناً أوجه الاختلاف والاستفادة منها بما يخدم الموضوع، وهذا ما حقق نتيجة في تحديد الفجوة البحثية لهذه الدراسة مع الدراسات السابقة واستطاع الطالب أن يختار المقياس الموضح أعلاه بعد أن اعتمد في البداية عن نموذج الفجوات بين الإدراك والتوقعات (SERVQUAL)، فعلى الرغم من شهرة هذا النموذج -المطور من قبل بارسورمان وآخرون- الواسعة في الأوساط الأكاديمية فقد تلقى عدد من الانتقادات حول القصور في جوانب النموذج، وقد انتقد الكثير من الباحثين النموذج باعتباره يفتقر إلى الدقة ولا يتمتع بالبساطة والسهولة في التطبيق كونه يوجد به العديد من المشكلات النظرية والمنهجية المتعلقة بقياس رضا العملاء حول الأداء الفعلي ومقارنته مع التوقعات المسبقة الذي ينتج عنه العديد من المشكلات كالتحيز من العملاء والمبالغة في توقعاتهم، وبالرغم من أن النموذجين السابقين يستخدمان نفس الأبعاد الخمسة في تقييم جودة الخدمات، لكن نموذج (SERVPERF) المعدل يتمتع بكفاءة في تفسير الجودة الشاملة المدركة كونه يتميز بالبساطة والبعد عن التعقيدات، لكنه أيضاً في المقابل تعرض لبعض الانتقادات لتجاهله توقعات العملاء وتحديد نقاط القوة والضعف في مستويات الخدمة المقدمة، ومع ذلك يبقى هذا المقياس يلقي قبولاً كبيراً بين الباحثين، وبناءً على ذلك ولأغراض هذا البحث يعتقد الطالب في حدود معرفته المتواضعة، أن تبني هذا النموذج (SERVPERF) هو الأمر الصواب لمثل هذه الدراسة، أما المحور الثالث فيتعلق بالإجابة على أبعاد مؤشرات الرضا حول الخدمات المالية البريدية بصفة عامة.

ولا بد أيضاً من الإشارة إلى أن شهرة النموذجين السابقين في الدوائر الأكاديمية لم يمنع من ظهور نماذج أخرى تركز على جوانب مختلفة وفي سياقات مختلفة من الخدمة (تصورات العملاء، رضا العملاء وجودة الخدمة، والعلاقة فيما بينهم)، ومن النماذج التي بحثنا في طياتها ومحاولة اسقاطها على هذه الدراسة بالإضافة والتعديل هو النموذج المطور من قبل (بوعبد الله، 2016) – عنوان الدراسة: نحو بناء مقياس خاص للجودة المدركة للخدمات البريدية- حيث قام الباحث ببناء مقياس خاص بالجودة في قطاع البريد والذي سماه (POSTQUAL) اعتمد فيه على الأبعاد الثلاثة (الجودة الوظيفية، الجودة التقنية، جودة معالجة شكاوى العملاء)، غير أننا في نهاية المطاف لم نوفق لاستخدام النموذج لجملة من الاعتبارات.

❖ مراحل إعداد الاستبانة

- إعداد استبانة رأي أولية حسب ما استطاع الباحث من التوصل اليه من خلال فحص الدراسات السابقة.
- عرض الاستبانة على الأستاذ المشرف والمشرف المساعد من أجل اختبار مدى ملاءمتها لجمع البيانات.
- تعديل الاستبانة بشكل أولي حسب ما قدمه الأستاذ المشرف من توجيهات سواء بالتعديل في الصياغة أو الحذف أو الإضافة.
- عرض الاستبانة في شكلها المعدل على الأساتذة المحكمين والذين قدموا بدورهم وبخبرتهم كل في اختصاصه بتقديم النصح والإرشاد والتعديل بالحذف أو الإضافة.
- بعد اخراج الاستبانة في شكلها النهائي الأولي، قام الطالب بإجراء دراسة اختبارية ميدانية أولية على عينة استطلاعية مكونة من (30) فرد من عملاء المؤسسة الخارجيين والموظفين فيها، وذلك بغرض التعديل.

- بعد مرحلة الدراسة الاختبارية – التجريبية - كانت الاستبانة جاهزة في شكلها النهائي الذي يسمح لنا بتوزيعها على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة (التوزيع كان يدوياً حتى يتسنى لنا شرح المهتم حسب ما استطاع له الطالب).

وبناءً على هذه الخطوات تم تقسيم استمارة الاستبانة إلى:

الجزء الأول: ويضم بيانات المراقبة (البيانات الشخصية الديمغرافية) لأفراد العينة والمتمثلة في (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، الوظيفة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة الالكترونية "الذهبية"، نوع خدمات الدفع الالكتروني الأكثر استعمالاً).

الجزء الثاني: ويضم ثلاث محاور رئيسية لموضوع الدراسة، المحور الأول يتعلق بالمتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني)، ويتكون من (12) عبارة (من العبارة 01- العبارة 12) المحور الثاني يتعلق بالمتغير التابع (جودة الخدمات المالية البريدية)، والذي بدوره يضم خمسة أبعاد لجودة الخدمة حسب المقياس المعتمد (SERVPERF) المعدل، وهي كالتالي:

- **مستوى الاعتمادية - Reliability:** والتي تشير إلى درجة الوفاء والدقة في انجاز الخدمة المطلوبة بشكل دقيق الذي يُعتمد عليه في مؤسسة بريد الجزائر، ويتمثل هذا البعد في دراستنا من (08) عبارات تبدأ في الترتيب من العبارة (13) إلى غاية العبارة رقم (20) من الاستمارة؛
- **درجة الأمان (ضمان) - Security:** وذلك من خلال امتلاك العاملين للمهارات والقدرات والمعلومات اللازمة بما يعكس هذا البعد بالدرجة الأولى خلو المعاملات من المخاطر والشك مع مؤسسة بريد الجزائر، ويتمثل هذا البعد في دراستنا من (05) عبارات تبدأ في الترتيب من العبارة (21) إلى غاية العبارة رقم (25) من الاستمارة؛
- **مستوى الاستجابة - Responsiveness:** وتعني قدرة إدارة مؤسسة بريد الجزائر على تقديم الخدمة بسرعة بالإضافة إلى المبادرة في مساعدة العملاء، والرد السريع على استفساراتهم بما يُسهل الوصول إلى الخدمة في المكان المناسب والوقت المناسب، ويتمثل هذا البعد في دراستنا من (03) عبارات تبدأ في الترتيب من العبارة (26) إلى غاية العبارة رقم (28) من الاستمارة؛
- **مستوى الاتصال (التعاطف) - Empathy:** ويشير هذا البعد إلى درجة العناية والاهتمام الشخصي من خلال ابداء روح الصداقة والحرص على العميل واشعاره بأنه مميز ومهم من قبل موظفي مؤسسة بريد الجزائر، بالإضافة إلى تقديم الخدمة حسب حاجاته ورغباته، ويتمثل هذا البعد في دراستنا من (05) عبارات تبدأ في الترتيب من العبارة (29) إلى غاية العبارة رقم (33) من الاستمارة؛
- **مستوى التسهيلات المادية (الملموسية) - Tangibility:** وهي الجوانب المادية الملموسة من الخدمة وتعني التسهيلات المادية، والمعدات، ووسائل الاتصالات التابعة لمؤسسة بريد الجزائر، التي تستخدم في تأدية الخدمة، ويتمثل هذا البعد في دراستنا من (08) عبارات تبدأ في الترتيب من العبارة (34) إلى غاية العبارة رقم (41) من الاستمارة؛

- **مستوى الرضا – Satisfaction:** ويعني مدى تقبل العملاء لوسائل الدفع الالكتروني المقدمة لهم من مؤسسة بريد الجزائر ومستوى رضاهم عنها، ودرجة استعدادهم لتكرار التعامل بها ونصح الآخرين باستخدامها، ويتمثل هذا البعد في دراستنا من (07) عبارات تبدأ في الترتيب من العبارة (42) إلى غاية العبارة رقم (48) من الاستمارة.

الى جانب ما سبق، تم اعتماد مقياس ليكارت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان، حيث يتيح هذا المقياس لأفراد العينة التعبير عن مدى موافقتهم أو عدم موافقتهم على كل عبارة، مما يعكس آرائهم واتجاهاتهم الإيجابية أو السلبية، وتتوزع الاستجابات على خمس درجات كالتالي:

- موافق بشدة (5 درجات): تُعبر عن أعلى درجة من الموافقة والاتجاه الإيجابي؛
- موافق (4 درجات): تُعبر عن درجة عالية من الموافقة والاتجاه الإيجابي؛
- محايد (3 درجات): تُعبر عن عدم الانحياز سواء بالموافقة أو الرفض؛
- غير موافق (2 درجات): تُعبر عن درجة عالية من عدم الموافقة والاتجاه السلبي؛
- غير موافق بشدة (درجة واحدة): تُعبر عن أعلى درجة من عدم الموافقة والاتجاه السلبي.

ولتحديد مستويات الموافقة، استخدمنا الأدوات الإحصائية التالية:

- **المتوسط الحسابي:** تم استخدامه لتحديد متوسط إجابات افراد العينة حول عبارات المقياس ومقارنتها؛
- **الانحراف المعياري:** يوضح التشتت في استجابات أفراد العينة، فكلما اقترب من الصفر (0)، فإن ذلك يعني تركيز الإجابات حول درجة المتوسط الحسابي وأظهر قلة في التشتت؛
- **المدى:** استخدم لتحديد طول الفئة، حيث يتم حساب المدى كالتالي: [أعلى درجة (موافق بشدة) طرح (-) أدنى درجة (غير موافق بشدة) / عدد المستويات]، وهذا يساعد في تحديد الاتجاه العام لأفراد العينة نحو كل عبارة؛
- تحديد طول الفئة باستخدام المدى كالتالي: $[5 / (1-5)] = 0,8$ ، ومنه حصلنا على المجالات الموضحة في الجدول رقم (14-03).

الجدول رقم (14-03): مجالات الدراسة لتحديد مستويات الموافقة حسب مقياس ليكارت الخماسي

الرقم	مجال المتوسط الحسابي	مقياس ليكارت- Likert	درجة الموافقة	مجال الوزن النسبي
1	من 1 إلى 1,79 درجة	غير موافق بشدة	درجة منخفضة جداً	أقل من 36,00%
2	من 1,80 إلى 2,59 درجة	غير موافق	درجة منخفضة	من 36,00% إلى 52,00%
3	من 2,60 إلى 3,39 درجة	محايد	درجة متوسطة	من 52,10% إلى 68,00%
4	من 3,40 إلى 4,19 درجة	موافق	درجة مرتفعة	من 68,10% إلى 84,00%
5	من 4,20 إلى 5 درجة	موافق بشدة	درجة مرتفعة جداً	من 84,10% إلى 100,00%

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على دراسات سابقة.

ب- المقابلات الشخصية

أجريت مقابلات شخصية منظمة وشبه منظمة مع عينة مختارة عشوائياً مع عملاء مؤسسة بريد الجزائر وكذلك موظفين ومسؤولين في هرم إدارة المؤسسة، حيث كان الهدف منها الحصول على معلومات تفصيلية وعميقة تتعلق بموضوعات البحث، والتي قد لا يمكن الحصول عليها من خلال الاستبانة الموزعة، خاصة ما تعلق بوسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر، وأسهمت هذه المقابلات والمواقف الشخصية المسجلة على المستويين للعملاء والموظفين بشكل أفضل خاصة في إضافة أو حذف بعض بنود الاستبيان.

ج- تحليل الوثائق

استطاع الطالب من تجميع وتحليل مجموعة متنوعة من الوثائق والمصادر الثانوية، بما في ذلك التقارير الرسمية، والمقالات الأكاديمية، والمستندات التاريخية، التي أسهمت بشكل كبير في توفير المادة العلمية للبحث في شقها النظري والتطبيقي، حيث يهدف تحليل الوثائق إلى بناء خلفية معرفية قوية حول موضوع الدراسة، وتقديم أدلة إضافية تدعم البيانات الأولية التي تم جمعها، كما يساعد هذا التحليل وضع النتائج في سياق أوسع وفهم التطورات التاريخية والاتجاهات الراهنة المتعلقة بموضوع البحث.

ثانياً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتفسير البيانات وتحليلها، تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة البيانات وأهداف الدراسة، ومن بين هذه الأساليب:

أ- التحليل الوصفي

الغرض منه هو تقديم لمحة عامة عن البيانات من خلال وصف الخصائص الأساسية لها، مثل المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، بالإضافة إلى اعتماد الجداول البيانية، والرسوم البيانية، والتوزيعات التكرارية، مع تحليل مجموعة من الإحصاءات المتحصل عليها من المؤسسة محل الدراسة والمؤسسات ذات الصلة، حول الخدمات المالية البريدية بصفة عامة والخدمات التي توفرها وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر.

ب- التحليل الاستدلالي

والغرض منه اختبار الفرضيات والعلاقات بين المتغيرات المكونة للدراسة، مثل اختبار (T) واختبار (ANOVA) والانحدار، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS_{v26}) إلى جنب برنامج (Excel_{v16})، واعتمدنا على مجموعة من الاختبارات الإحصائية والأساليب لفهم وتفسير البيانات بشكل علمي، استخدمنا الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية، بالإضافة إلى الأشكال والجداول البيانية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية (FP) لوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة؛
- المتوسط الحسابي (Mean) لتحديد متوسط إجابات المستقصين حول الاستبيان، ومقارنته بالمتوسط الفرضي المقدّر بـ (3)؛
- الانحراف المعياري (Standard deviatio) لتقدير مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة وصلاحيّة النموذج لاختبار الفرضيات؛

- إجراء اختبارات الصدق والثبات (Reliability-Validity) باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) وعامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient)؛
- اختبار للعينة الواحدة (One-sample test) لتحقيق من وجود دلالة إحصائية في إجابات المستقصين؛
- اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov test) لمعرفة نوع توزيع بيانات العينة؛
- اختبار الكشف عن الفروق بين متوسطي عينتين مستقلتين باستخدام اختبار (T-Test) للعينة المستقلة؛
- اختبار التباين الأحادي (Analysis of variance/ANOVA) للكشف عن الفروق بين أكثر متوسط.

باستخدام واعتماد هذه الأدوات والأساليب، تم جمع وتحليل البيانات بطريقة شاملة تساهم في الوصول نتائج دقيقة وموثوقة تساعد في تحقيق أهداف البحث المرجوة.

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحاوَر الاستبيان

الفرع الأول: اختبار الثبات لفقرات الاستبيان

دراسة اختبار الثبات لفقرات الاستبيان تُمثل جزءاً أساسياً في عملية تقييم الصدق والموثوقية لأدوات القياس في البحوث الاجتماعية والعلوم السلوكية، وتهدف هذه الاختبارات إلى تقييم مدى استقرار واتساق الفقرات في الاستبيان عبر مجموعة من المشاركين أو المستقصين، حيث يتم ذلك من خلال قياس درجة التوافق بين إجابات أفراد العينة على فقرة في الاستبيان وبين اجاباتهم الإجمالية على المحور أو البُعد المرتبط بها.

تعتبر دراسة اختبار الثبات بجوانبها المختلفة، بما في ذلك صدق الاتساق الداخلي وصدق الاستقرار عبر الزمن، أمراً مهماً في مثل هذه الدراسات، وتقوم دراسة اختبار الثبات لفقرات الاستبيان عادةً على تقدير معاملات الارتباط الداخلي بين فقرات الاستبيان باستخدام أساليب الإحصاء الكمي، ومن خلال تحليل البيانات يتم تقدير مدى ارتباط الفقرات مع بعضها البعض ومع المحور الذي تنتهي إليه، مما يمكن تقدير مدى الاستقرار للأداة.

باختبار الثبات لفقرات الاستبيان، يُمكن للباحثين التأكد من مدى استقرار الأداة وموثوقيتها في قياس الظواهر المراد دراستها، مما يساهم في ضمان جودة البيانات وصحة الاستنتاجات المستخلصة من الدراسة.

أولاً: صدق الاستبيان

تم التأكد من صدق الاستبيان من خلال عدة مقاييس:

أ- صدق الظاهري لأداة الدراسة

كما ذكرنا سابقاً، تم تقديم استمارة الاستبيان لمجموعة من الأساتذة المختصين - أنظر الملحق رقم (01) - وذوي الخبرة للحصول على آرائهم بشأن مناسبة فقرات الاستبيان للغرض المقصود منها وللمجموعة المستهدفة (عينة الدراسة)، ومدى توافقها مع الهدف الرئيسي للدراسة، ووفق الخطوات المتبعة في بناء الاستبيان - الموضحة سابقاً - تمت مراجعة الصياغة اللفظية والعلمية للعبارات بناءً على مجموع الملاحظات المقدمة من المحكمين والأستاذ المشرف، ليتم في الأخير إجراء التعديلات اللازمة لتحسين جودة الأداة.

ب-صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

تم حساب معامل الارتباط (R) بين كل عبارة في الاستبيان والدرجة الكلية للمحور التابع لها، وباستخدام عينة الدراسة الاستطلاعية المكونة من (30) فرد، وذلك بإحدى الطريقتين:

- قاعدة إذا كانت (R) المحسوبة أكبر من (R) الجدولية، وهذا يدل على وجود ارتباط معنوي؛
- إذا كانت قيمة احتمال الخطأ (Sig.P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة 0,01، 0,05 فإنه يوجد ارتباط معنوي.

1-صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)

الجدول رقم (03-15): مدى الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)

الترتيب	العبارة	التكرارات (ت) والنسبة المئوية (%) لإجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط correlations	Sig.	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
المحور الأول								
المتغير الأول								
5	4	3	2	1	ت	%	العبارة	01
62	219	53	31	7	ت	%	العبارة 01	مرتفعة
16,7	58,9	14,2	8,3	1,9	%			
55	208	75	15	19	ت	%	العبارة 02	مرتفعة
14,8	55,9	20,2	4	5,1	%			
112	112	97	22	29	ت	%	العبارة 03	مرتفعة
30,1	30,1	26,1	5,9	7,8	%			
36	275	44	10	7	ت	%	العبارة 04	مرتفعة
9,7	73,9	11,8	2,7	1,9	%			
127	163	25	47	10	ت	%	العبارة 05	مرتفعة
34,1	43,8	6,7	12,6	2,7	%			
55	261	43	10	3	ت	%	العبارة 06	مرتفعة
14,8	70,2	11,6	2,7	0,8	%			
283	49	25	12	3	ت	%	العبارة 07	مرتفعة جداً
76,1	13,2	6,7	3,2	0,8	%			
17	34	110	173	38	ت	%	العبارة 08	منخفضة
4,6	9,1	29,6	46,5	10,2	%			
50	87	163	64	8	ت	%	العبارة 09	متوسطة
13,4	23,4	43,8	17,2	2,2	%			
28	61	154	79	50	ت	%	العبارة 10	متوسطة
7,5	16,4	41,4	21,2	13,4	%			
57	125	134	51	5	ت	%	العبارة 11	مرتفعة
15,3	33,6	36	13,7	1,3	%			
60	90	122	28	72	ت	%	العبارة 12	متوسطة
16,1	24,2	32,8	7,5	19,4	%			
أراء واتجاهات أفراد العينة حول المتغير الأول المتعلق بوسائل الدفع الإلكتروني				3,57	0,18996	درجة مرتفعة		

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}.

من خلال الجدول أعلاه، نجد أنَّ معاملات الارتباط (corrélations) بين كل فقرة من فقرات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) والمعدل الكلي لعباراته دالة إحصائية، حيث تتراوح قيمة (R) المحسوبة بين (0,480) و(0,832)، وهي أكبر من قيمة (R) الجدولية، كما أنَّ قيمة (Sig) مستوى المعنوي أقل من 0,01، مما يدل على دلالة إحصائية قوية. بناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار فقرات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) صادقة وذات اتساق داخلي جيد، مما يؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه بدقة وفعالية.

2- صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)

يتكون هذا المحور وحسب المقياس المستخدم لقياس جودة الخدمة (SERVPAREF) المعدل، من خمسة أبعاد، وكل بُعد من هذه الأبعاد يتكون من مجموعة عبارات، ولمعرفة صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)، علينا أن نتأكد من صدق الاتساق الداخلي لكل بُعد من هذه الأبعاد المكونة له.

❖ صدق الاتساق الداخلي لبُعد الاعتمادية

الجدول رقم (03-16): مدى الاتساق الداخلي لبُعد الاعتمادية

الترتيب	العبارات	التكرارات (ت) والنسبة المئوية (%) لإجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط Correlations	Sig.	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
المحور الثاني								
5	4	3	2	1	ت	العبارة	13	مرتفعة
150	124	49	27	22	%	العبارة 13	13	مرتفعة
40,3	33,3	13,2	7,3	5,9	%	العبارة 14	14	متوسطة
69	73	86	106	38	%	العبارة 15	15	مرتفعة
18,5	19,6	23,1	28,5	10,2	%	العبارة 16	16	مرتفعة
114	143	90	10	15	%	العبارة 17	17	مرتفعة
30,6	38,4	24,2	2,7	4	%	العبارة 18	18	مرتفعة
68	129	102	40	33	%	العبارة 19	19	متوسطة
18,3	34,7	27,4	10,8	8,9	%	العبارة 20	20	مرتفعة
102	171	68	14	17	%	العبارة 21	21	مرتفعة
27,4	46	18,3	3,8	4,6	%	العبارة 22	22	مرتفعة
95	146	70	38	23	%	العبارة 23	23	مرتفعة
25,5	39,2	18,8	10,2	6,2	%	العبارة 24	24	متوسطة
18	66	178	60	50	%	العبارة 25	25	مرتفعة
4,8	17,7	47,8	16,1	13,4	%	العبارة 26	26	مرتفعة
52	136	136	38	10	%	العبارة 27	27	مرتفعة
14	36,6	36,6	10,2	2,7	%	العبارة 28	28	مرتفعة
أراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الاعتمادية						0,1127	3,53	درجة مرتفعة

المصدر: تم اعداده من قِبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه، نجد أنَّ معاملات الارتباط (corrélations) بين كل فقرة من فقرات بُعد (الاعتمادية) والمعدل الكلي لعبارات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) دالة إحصائياً، حيث تتراوح قيمة (R) المحسوبة بين (0,502) و(0,811)، وهي أكبر من قيمة (R) الجدولية، كما أنَّ قيمة (Sig) مستوى المعنوي أقل من 0,01، مما يدل على دلالة إحصائية قوية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار فقرات البُعد المتعلقة بـ (الاعتمادية) صادقة وذات اتساق داخلي جيد، مما يؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه بدقة وفعالية.

❖ صدق الاتساق الداخلي لبُعد الأمان (الضمان)

الجدول رقم (03-17): مدى الاتساق الداخلي لبُعد الأمان

الترتيب	العبارة	التكرارات (ت) والنسبة المئوية (%) لإجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط Corrélations	Sig.	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة	
الأمان						1	2	3	4	5	المحور الثاني		
21	العبارة 21	ت	6	76	49	171	70	3,60	1,0606	0,793**	0,000	5	مرتفعة
		%	1,6	20,4	13,2	46	18,8						
22	العبارة 22	ت	22	24	95	135	96	3,67	1,1022	0,771**	0,000	4	مرتفعة
		%	5,9	6,5	25,5	36,3	28,8						
23	العبارة 23	ت	9	13	87	151	112	3,92	0,9430	0,838**	0,000	2	مرتفعة
		%	2,4	3,5	23,4	40,6	30,1						
24	العبارة 24	ت	10	26	45	116	175	4,13	1,0484	0,862**	0,000	1	مرتفعة
		%	2,7	7	12,1	31,2	47						
25	العبارة 25	ت	17	35	63	150	107	3,79	1,0977	0,830**	0,000	3	مرتفعة
		%	4,6	9,4	16,9	40,3	28,8						
آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الأمان													
									3,83	0,06436	درجة مرتفعة		

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (03-17) أعلاه، نجد أنَّ معاملات الارتباط (corrélations) بين كل فقرة من فقرات بُعد (الأمان) والمعدل الكلي لعبارات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) دالة إحصائياً، حيث تتراوح قيمة (R) المحسوبة بين (0,771) و(0,862)، وهي أكبر من قيمة (R) الجدولية، كما أنَّ قيمة (Sig) مستوى المعنوي أقل من 0,01، مما يدل على دلالة إحصائية قوية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار فقرات البُعد المتعلقة بـ (الأمان) صادقة وذات اتساق داخلي جيد، مما يؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه بدقة وفعالية.

❖ صدق الاتساق الداخلي لبُعد الاستجابة

الجدول رقم (03-18): مدى الاتساق الداخلي لبُعد الاستجابة

الترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة	Sig.	معامل الارتباط Correlations	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات (ت) والنسبة المئوية (%) لإجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان					العبارة	رقم
المحور الثاني						5	4	3	2	1	الاستجابة	
متوسطة	3	0,000	0,786**	1,3400	3,19	83	78	83	81	47	ت	26
						22,3	21	22,3	21,8	12,6	%	26
مرتفعة	2	0,000	0,749**	1,0420	3,48	69	118	113	65	7	ت	27
						18,5	31,7	30,4	17,5	1,9	%	27
مرتفعة	1	0,000	0,766**	0,8861	3,57	52	154	120	45	1	ت	28
						14	41,4	32,3	12,1	0,3	%	28
درجة مرتفعة				0,2306	3,41	آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الاستجابة						

المصدر: تم أعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (03-18) أعلاه، نجد أن معاملات الارتباط (corrélations) بين كل فقرة من فقرات بُعد (الاستجابة) والمعدل الكلي لعبارات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) دالة إحصائياً، حيث تتراوح قيمة (R) المحسوبة بين (0,749) و(0,786)، وهي أكبر من قيمة (R) الجدولية، كما أن قيمة (Sig) مستوى المعنوي أقل من 0,01، مما يدل على دلالة إحصائية قوية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار فقرات البُعد المتعلقة بـ (الاستجابة) صادقة وذات اتساق داخلي جيد، مما يؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه بدقة وفعالية.

❖ صدق الاتساق الداخلي لبُعد التعاطف

الجدول رقم (03-19): مدى الاتساق الداخلي لبُعد التعاطف

الترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة	Sig.	معامل الارتباط Correlations	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات (ت) والنسبة المئوية (%) لإجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان					العبارة	رقم
المحور الثاني						5	4	3	2	1	التعاطف	
متوسطة	4	0,000	0,833**	1,3111	3,24	81	84	97	63	47	ت	29
						21,8	22,6	26,1	16,9	12,6	%	29
متوسطة	3	0,000	0,764**	1,1681	3,25	34	167	73	55	43	ت	30
						9,1	44,9	19,6	14,8	11,6	%	30
مرتفعة	2	0,000	0,911**	1,2291	3,58	73	187	42	24	46	ت	31
						19,6	50,3	11,3	6,5	12,4	%	31
متوسطة	5	0,000	0,786**	1,1781	2,90	30	95	115	75	57	ت	32
						15,3	20,2	30,9	25,5	8,1	%	32

مرتفعة	1	0,000	0,858**	1,1009	3,67	59	223	35	20	35	ت	العبرة	33
						15,9	59,9	9,4	5,4	9,4	%	33	
درجة متوسطة				0,0782	3,33	آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد التعاطف							

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه، نجد أنَّ معاملات الارتباط (corrélations) بين كل فقرة من فقرات بُعد (التعاطف) والمعدل الكلي لعبارات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) دالة إحصائياً، حيث تتراوح قيمة (R) المحسوبة بين (0,764) و(0,911)، وهي أكبر من قيمة (R) الجدولية، كما أنَّ قيمة (Sig) مستوى المعنوي أقل من 0,01، مما يدل على دلالة إحصائية قوية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار فقرات بُعد المتعلقة بـ (التعاطف) صادقة وذات اتساق داخلي جيد، مما يؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه بدقة وفعالية.

❖ صدق الاتساق الداخلي لبُعد الملموسية (التسهيلات المادية)

الجدول رقم (20-03): مدى الاتساق الداخلي لبُعد الملموسية

مرتبة	العبرة	التركرارات (ت) والنسبة المئوية (%) لإجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط Correlations	Sig.	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
الملموسية								
		1	2	3	4	5	المحور الثاني	
34	العبرة 38	ت 6 % 1,6	14 3,8	35 9,4	137 36,8	180 48,4	1	مرتفعة جداً
35	العبرة 38	ت 17 % 4,6	11 3	81 21,8	135 36,3	128 34,4	2	مرتفعة
36	العبرة 38	ت 41 % 11	38 10,2	97 26,1	100 26,9	96 25,8	7	مرتفعة
37	العبرة 38	ت 39 % 10,5	30 8,1	61 16,4	99 26,6	143 38,4	4	مرتفعة
38	العبرة 38	ت 22 % 5,9	32 8,6	50 13,4	206 55,4	62 16,7	5	مرتفعة
39	العبرة 39	ت 13 % 3,5	29 7,8	50 13,4	202 54,3	78 21	3	مرتفعة
40	العبرة 40	ت 77 % 20,1	179 48,1	81 21,8	25 6,7	10 2,7	8	منخفضة
41	العبرة 41	ت 31 % 8,3	41 11	52 14	210 56,5	38 10,2	6	مرتفعة
آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الملموسية				3,58	0,1543	درجة مرتفعة		

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه، نجد أنَّ معاملات الارتباط (corrélations) بين كل فقرة من فقرات بُعد (المللموسية) والمعدل الكلي لعبارات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) دالة إحصائياً، حيث تتراوح قيمة (R) المحسوبة بين (0,514) و(0,858)، وهي أكبر من قيمة (R) الجدولية، كما أنَّ قيمة (Sig) مستوى المعنوي أقل من 0,01، مما يدل على دلالة إحصائية قوية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار فقرات البُعد المتعلقة بـ (المللموسية) صادقة وذات اتساق داخلي جيد، مما يؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه بدقة وفعالية.

بشكل عام، تشير نتائج الأبعاد الخمسة السابقة بأنها تتمتع باتساق داخلي جيد، مما يؤكد الاتساق الداخلي الكلي لفقرات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)، وأنها تسمح بقياس ما وضعت لقياسه بكل دقة وفعالية.

3- صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث (الرضا)

الجدول رقم (03-21): مدى الاتساق الداخلي لفقرات بُعد الرضا

الترتيب	العبارة	التركرارات (ت) والنسبة المئوية (%) لإجابات أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	Correlations	Sig.	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
المحور الثاني								
5	4	3	2	1	الرضا			
59	195	72	11	25	ت	العبارة	42	مرتفعة
16,3	53,9	19,9	3	6,9	%	42	4	
77	203	47	28	7	ت	العبارة	43	مرتفعة
21,3	56,1	13	7,7	1,9	%	43	1	
58	192	58	43	11	ت	العبارة	44	مرتفعة
16	53	16	12	3	%	44	6	
25	253	41	29	14	ت	العبارة	45	مرتفعة
6,9	69,9	11,3	8	3,9	%	45	5	
33	184	76	58	11	ت	العبارة	46	مرتفعة
9,1	50,9	21	16	3	%	46	7	
56	234	47	11	14	ت	العبارة	47	مرتفعة
15,5	64,6	13	3	3,9	%	47	2	
60	234	36	14	18	ت	العبارة	48	مرتفعة
16,6	64,6	9,9	3,9	5	%	48	3	
أراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الرضا								
3,75				0,0744	درجة مرتفعة			

المصدر: تم اعداده من قِبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه، نجد أنَّ معاملات الارتباط (corrélations) بين كل فقرة من فقرات بُعد (الرضا) والمعدل الكلي لعبارات المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية) دالة إحصائياً، حيث تتراوح قيمة (R) المحسوبة بين

(0,940) و(0,797)، وهي أكبر من قيمة (R) الجدولية، كما أنَّ قيمة (Sig) مستوى المعنوي أقل من 0,01، مما يدل على دلالة إحصائية قوية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار فقرات البُعد المتعلقة بـ (الرضا) صادقة وذات اتساق داخلي جيد، مما يؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه بدقة وفعالية.

4- صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة (الاستبانة) - Construct Validity

صدق الاتساق البنائي (Construct Validity) هو مدى قدرة أداة الدراسة على قياس المفهوم أو البنية النظرية التي تم تصميمها لقياسها، أي يعكس صدق الاتساق البنائي مدى تطابق نتائج الأداة مع الفرضيات والنظريات التي تستند إليها، ويُعتبر هذا النوع من الصدق أحد أهم أنواع الصدق في الدراسات البحثية، لأنه يتعامل مع مدى دقة الأداة في تمثيل وتقييم المفاهيم المجردة، ويمكن استخدام العديد من الطرق لتقييم صدق الاتساق البنائي، منها تحليل العوامل (Factor Analysis)، تحليل العوامل الاستكشافية (EFA)، تحليل العوامل التأكيدية (CFA)، تحليل التباين (VA)، المقارنات بين المجموعات المختلفة (GC)، وأيضاً العلاقة بين الفقرات والمحاور (Item-Total Correlations)، وهو ما سنعتمد عليه في دراستنا.

الجدول رقم (22-03): الصدق البنائي لمحاور أداة الدراسة - Construct Validity

النتيجة	Sig.	معامل الارتباط Corrélations	محاور أداة الدراسة	
دال إحصائياً	0,000	0,310**	وسائل الدفع الإلكتروني	1
دال إحصائياً	0,000	0,930**	الملموسية	1
دال إحصائياً	0,000	0,915**	الاعتمادية	2
دال إحصائياً	0,000	0,869**	الاستجابة	3
دال إحصائياً	0,000	0,917**	الأمان	4
دال إحصائياً	0,000	0,915**	التعاطف	5
دال إحصائياً	0,000	0,963**	أبعاد جودة الخدمة	2
دال إحصائياً	0,000	0,924**	أبعاد الرضا	
دال إحصائياً	0,000	0,924**	أبعاد الرضا	3

* معلم الارتباط ذو أهمية ولى احصائياً عن مسحة معنوية (00) (ثنائية المتغير)

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (22-03) أعلاه، نجد أنَّ معاملات الارتباط بين كل محور والمُعدل الكلي لعبارات المقياس دالة إحصائياً، حيث أنَّ قيمة (R) المحسوبة أكبر من قيمة (R) الجدولية، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أنَّ قيمة Sig (مستوى المعنوية) أقل من 0,01، مما يُشير إلى دلالة إحصائية قوية.

بناءً على هذه النتائج، يُمكن اعتبار محاور أداة الدراسة (الاستبانة) صادقة ومتسقة داخلياً، مما يؤكد أنها تقيس بدقة وفعالية ما وضعت لقياسه في دراستنا.

ثانياً: ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) واختبار التوزيع الطبيعي

أ- ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) - Reliability

ثبات الاستبيان (Reliability) يشير إلى مدى اتساق ودقة الأداة البحثية في قياس ما تهدف إلى قياسه عبر الزمن وفي مختلف الظروف، أي يعكس الثبات قدرة الاستبيان على تقديم نتائج متسقة ومستمرة عندما يتم تطبيقه على نفس العينة في ظروف متشابهة، ويأخذ عدة أنواع منها: ثبات الاختبار وإعادة الاختبار (Test-Retest Reliability)، ثبات التوازي (Parallel-Forms Reliability)، وثبات الاتساق الداخلي (Internal Consistency Reliability) والذي يقيس مدى تجانس الفقرات داخل الاستبيان والتي تهدف إلى قياس نفس المفهوم، ويستخدم فيه معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) كأداة شائعة لتقييم هذا النوع من الثبات، وهو الذي سنستخدمه في دراستنا، والذي نوضحه من خلال الجدول رقم (23-03).

- معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's): يُستخدم لتقييم الاتساق الداخلي، حيث قيمته تتراوح بين الصفر (0) والواحد (1)، والقيم الأقرب إلى (1) تشير إلى وجود ثبات عالي، ووفقاً للمؤشرات العامة لتفسير قيمة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's)، فإن القيم بين (0,70) و(0,90) تُشير إلى ثبات مرتفع، أما تراوح القيم بين (0,60) و(0,70)، فتعتبر مقبولة، والقيم الأقل من (0,60) فهي تشير إلى ضعف في الثبات.

الجدول رقم (23-03): قيمة معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) لمحاور أداة الدراسة

(الاستبيان)

النتيجة	معامل Alpha Cronbach's		محاور أداة الدراسة		
	العبارة	القيمة			
ثابت	12	0,904	وسائل الدفع الإلكتروني	1	المحور الأول
ثابت	8	0,918	الملموسية	1	أبعاد جودة الخدمة المالية البريدية حسب (SERVPREF)
ثابت	8	0,871	الاعتمادية	2	
ثابت	3	0,785	الاستجابة	3	
ثابت	5	0,917	الأمان	4	
ثابت	5	0,918	التعاطف	5	
ثابت	7	0,950	أبعاد الرضا	3	الرضا
ثابت	48	0,966	مجموع عبارات أداة الدراسة		

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

تُظهر نتائج الجدول رقم (23-03)، أنَّ قيم معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) مرتفعة، حيث بلغت القيمة الإجمالية لجميع فقرات الاستبيان الموجه لأفراد العينة (0,966)، مما يشير إلى ثبات أداة الدراسة، والملاحظ أنَّ كل النتائج تقترب من الواحد (1) باستثناء قيمة بُعد الاعتمادية (0,871) وهي تدخل ضمن المجال المرتفع، وهذا يدل على وجود ثبات مرتفع في جميع محاور الاستبيان.

بناءً على هذه النتائج، نستخلص أنَّ أداة الدراسة (الاستبانة) التي تم اعدادها لمعالجة المشكلة المطروحة تتمتع بصدق وثبات في جميع فقراتها، وهي جاهزة لاستخلاص النتائج.

ب- اختبار التوزيع الطبيعي أداة الدراسة (الاستبانة) - Normality Test

اختبار التوزيع الطبيعي (Normality Test) هو إجراء إحصائي يستخدم لتحديد ما إذا كانت مجموعة معينة من البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً (Gaussian distribution)، والتوزيع الطبيعي هو نوع من التوزيعات الإحصائية الذي يتسم بمنحنى على شكل جرس متماثل، حيث تكون معظم القيم قريبة من المتوسط، وتتناقص تدريجياً نحو الأطراف، ومن أهمية هذا الاختبار التحقق من الافتراضات الإحصائية، حيث أن العديد من الاختبارات التقليدية تفترض أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، والتأكد من هذا الافتراض يساعد في ضمان صحة نتائج الاختبارات، وفي حالة كانت البيانات غير طبيعية، فقد يكون من المناسب استخدام اختبارات غير معلمية (Non-parametric tests) التي لا تفترض توزيعات محددة للبيانات.

هناك عدة طرق لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً، منها:

- اختبار شابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk): يُعتبر أحد أكثر الاختبارات قوة للتحقق من التوزيع الطبيعي، خاصة للعينات الصغيرة (أقل من 50)؛
- اختبار كولموغوروف - سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov): الذي يقارن التوزيع التراكمي للبيانات وبالتوزيع الطبيعي، ويستخدم في العينات الكبيرة التي تكون (أكبر من 50 مفردة)؛
- اختبار أندرسون - دارلينغ (Anderson-Darling Test): يُعد هذا الاختبار نسخة محسنة من اختبار كولموغوروف - سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov)، حيث يُعطي وزناً أكبر لأطراف التوزيع،
- الطرق البيانية: مثل الهستوجرام (Histogram)، مخطط الاحتمالي الطبيعي (Q-Q Plot).

وتفسر نتائج التوزيع الطبيعي، إذا كانت قيم (P-Value) أكبر من مستوى الدلالة (0,05)، فلا يمكن رفض الفرضية الصفرية (H_0)، القائلة بأن البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً، وإذا كانت قيم (P-Value) أقل من مستوى الدلالة (0,05)، يمكن رفض الفرضية الصفرية (H_0)، مما يشير إلى أن البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً.

قبل مباشرة تحليل النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم (03-24)، وجب علينا الإشارة إلى أننا واجهنا في دراستنا مشكلة عدم إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، وهذا ما قد يؤدي إلى نتائج أو استنتاجات غير دقيقة، أو يقودنا إلى استخدام طرق إحصائية غير معلمية (Non-Parametric Methods)، والتي لا تفترض التوزيع الطبيعي للبيانات، مثل: اختبار (مان وينتي - Mann-Whitney Test) كبديل لاختبار (t)، أو اختبار (كروسال واليس - Kruskal-Wallis Test) كبديل لتحليل التباين الأحادي، أو اختبار (ويلكوسون - Wilcoxon Test) كبديل لاختبار (t) للعينات المرتبطة، غير أننا فضلنا اتباع طريقة أسهل مع الحفاظ على الطرق الإحصائية المعلمية، وذلك بمساعدة برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS_{v26})، عن طريق التحويل اللوغاريتمي (Log Transformation) لتقليل من التأثيرات الكبيرة والقيم المتطرفة.

بعد هذا التوضيح للإجراء الذي قمنا بإدخاله على البيانات والذي يعتبر أحد الطرق الصحيحة لمعالجة مشكل عدم تحقق التوزيع الطبيعي، تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (03-24): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات أداة الدراسة (Normality Test)

Shapiro-Wilk**			Kolmogorov-Smirnova*			بيان محاور الدراسة
Sig	ddl	Statistic	Sig	ddl	Statistic	
0,012	372	0,990	0,085	372	0,044	بيانات إجابات أفراد العينة على إجمالي جميع فقرات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)-(12 فقرة)
0,000	372	0,983	0,200*	372	0,040	بيانات إجابات أفراد العينة على إجمالي جميع فقرات بُعد مستوى (الملموسية)-(08 فقرة)
0,046	372	0,992	0,200*	372	0,039	بيانات إجابات أفراد العينة على إجمالي جميع فقرات بُعد مستوى (الاعتمادية)-(08 فقرة)
0,084	372	0,993	0,200*	372	0,033	بيانات إجابات أفراد العينة على إجمالي جميع فقرات بُعد مستوى (الاستجابة)-(03 فقرة)
0,097	372	0,993	0,200*	372	0,033	بيانات إجابات أفراد العينة على إجمالي جميع فقرات بُعد مستوى (الأمان)-(05 فقرة)
0,080	372	0,993	0,084	372	0,044	بيانات إجابات أفراد العينة على إجمالي جميع فقرات بُعد مستوى (التعاطف)-(05 فقرة)
0,013	372	0,990	0,200*	372	0,032	بيانات إجابات أفراد العينة على إجمالي جميع فقرات المحور الثالث (الرضا)-(07 فقرة)
*يستخدم اختبار (Shapiro-Wilk) إذا كان عدد الحالات (عدد العينة) أقل من 50 اختبار.						
**يستخدم اختبار (Kolmogorov-Smirnova) إذا كان عدد الحالات (عدد العينة) أكبر من 50 اختبار – وهو ما يطبق على دراستنا.						

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أنَّ نتائج إجابات العينة على جميع فقرات المحاور لأداة الدراسة تشير إلى ما يلي:

- بالنسبة للمحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني): فإن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) يساوي (0,085)، وهو أكبر من (0,05)؛
- بالنسبة لبُعد مستوى (الملموسية): فإن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) يساوي (0,200)، وهو أكبر من (0,05)؛
- بالنسبة لبُعد مستوى (الاعتمادية): فإن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) يساوي (0,200)، وهو أكبر من (0,05)؛
- بالنسبة لبُعد مستوى (الاستجابة): فإن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) يساوي (0,200)، وهو أكبر من (0,05)؛
- بالنسبة لبُعد مستوى (الأمان): فإن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) يساوي (0,200)، وهو أكبر من (0,05)؛
- بالنسبة لبُعد مستوى (التعاطف): فإن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) يساوي (0,084)، وهو أكبر من (0,05)؛
- بالنسبة للمحور الثالث (الرضا): فإن مستوى الدلالة الإحصائية (Sig) يساوي (0,200)، وهو أكبر من (0,05).

تشير هذه النتائج إلى أنَّ بيانات أفراد العينة على جميع فقرات المحاور تتبع التوزيع الطبيعي، وبناءً على ذلك سنستخدم في دراستنا هذه الأدوات الإحصائية المعلمية في تحليل إجابات وآراء أفراد العينة واختبار فرضيات الدراسة.

الفرع الثاني: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

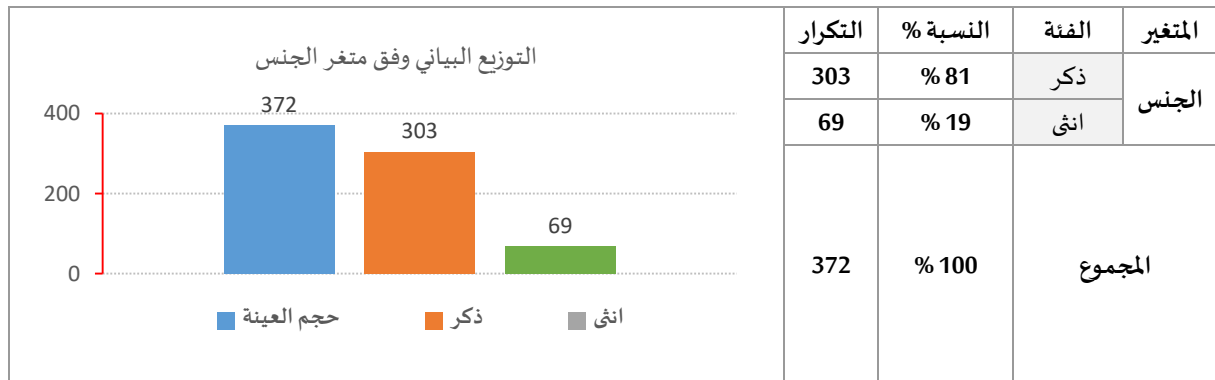
يرى الطالب أنّ دراسة الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة (عملاء مؤسسة بريد الجزائر) مهم جداً في موضوع البحث المتعلق بدور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، فالخصائص التي يتميز بها أفراد العينة مثل (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، الوظيفة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة الالكترونية "الذهبية"، نوع خدمات الدفع الالكتروني الأكثر استعمالاً)، يمكن أن تؤثر في فهم سلوك العملاء بشكل كبير من خلال فهم تفضيلاتهم وسلوكياتهم نحو وسائل الدفع المطروحة من قبل المؤسسة، فعلى سبيل المثال لا الحصر قد يكون لفئة الشباب ميل واضح لاستخدام الدفع عبر الهواتف الذكية مقارنة بكبار السن، أيضاً يمكن أن يكون للعملاء الذين يُتقنون استعمال التكنولوجيا ولهم مستوى تعليمي ميل في استعمال هذه الوسائل الإلكترونية عن غيرهم ممن لديهم مستوى تعليمي أقل، كما يحتمل أن تكون مدة التعامل بهذه الوسائل التي تقدمها المؤسسة لها تأثير إيجابي في اتقان واستعمال وسائل الدفع الإلكتروني أو الخدمات المالية الإلكترونية.

أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية (الديمغرافية) لعينة الدراسة

أ- متغير الجنس لعينة الدراسة

من خلال الجدول رقم (03-25)، سنعمل على تحليل توزيع العينة من عملاء مؤسسة بريد الجزائر حسب "الجنس"، وتقديم تفسيرات للنتائج المتوصل إليها، ويهدف هذا التحليل المتعلق بـ جنس المشاركين في عملية جمع البيانات من خلال الاستبانة الموزعة، إلى فهم أفضل لتفاعل العملاء في عملية المشاركة في جمع البيانات من جهة، ومع موضوع الدراسة المتعلق بوسائل الدفع الإلكتروني والخدمات المالية البريدية، وهذا التحليل يسمح بتحديد الاحتياجات والتفضيلات الخاصة بكل جنس، مما يساهم في توجيه الجهود نحو تطوير خدمات مالية بريدية تركز فيها المؤسسة بتقديمها عبر وسائل الدفع الإلكتروني، وهذا يلبي تطلعات واحتياجات جميع شرائح السوق للمؤسسة.

الجدول رقم (03-25): توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel ١٠

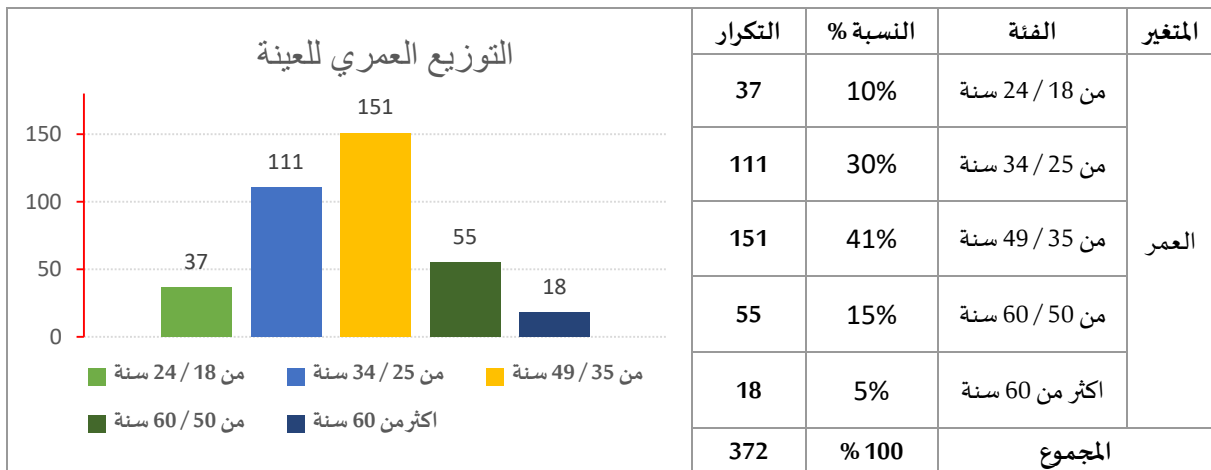
الملاحظ من الجدول أعلاه، أنّ هناك نسبة كبيرة من العملاء الذكور (81 %)، مقارنة بالإناث (19 %) في عينة الدراسة، حيث يبلغ عدد الذكور (303) عميلاً مقابل (69) عميل من فئة الإناث، وهذا له تفسير واضح أنّ العملاء من الذكور يشكلون غالبية كبيرة من عينة الدراسة.

وإذا أخذنا طريقة توزيع الاستبانة التي كانت بشكل يدوي (التوجه مباشرة للعميل وجه لوجه) في الحسبان، فإنه من المحتمل والمرجح أن يكون هناك تأثير كبير لنوع هذه الطريقة في توزيع الاستبانة على التوزيع النهائي للعيينة حسب فئة الجنس، كما قد تكون هناك عدة عوامل ساهمت في الفروق في توزيع متغير الجنس للعيينة في سياق المجتمع الجزائري، ومن بينها:

- بالنسبة للوقت والجهد: قد يكون جنس الذكور أكثر استعداداً للمشاركة في الاستبيانات التي توزع يدوياً بناءً على عوامل مثل توفر الوقت المتاح لهم أثناء تلقي دعوة المشاركة في الاستبانة، وأيضاً عامل الجهد المطلوب أثناء الإجابة؛
 - المكان والبيئة (ثقافة): في سياق المجتمع الجزائري تؤثر البيئة التي يتم توزيع الاستبيان فيها على قابلية المشاركة، حيث قد تكون هناك عوامل ثقافية تؤثر على رغبة الأفراد خاصة فئة الإناث منهم في المشاركة، ويختلف ذلك من منطقة إلى أخرى؛
- كل هذه العوامل مما سبق، وعوامل أخرى لم نُحط بها علماً، قد تكون مسبباً للتحيز في التوزيع النهائي للعيينة فيما يتعلق بمتغير الجنس، والتفاوت والفروق التي لاحظناها من خلال هذه الدراسة.

ب- متغير العمر للعيينة الدراسة

الجدول رقم: (26-03) توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر



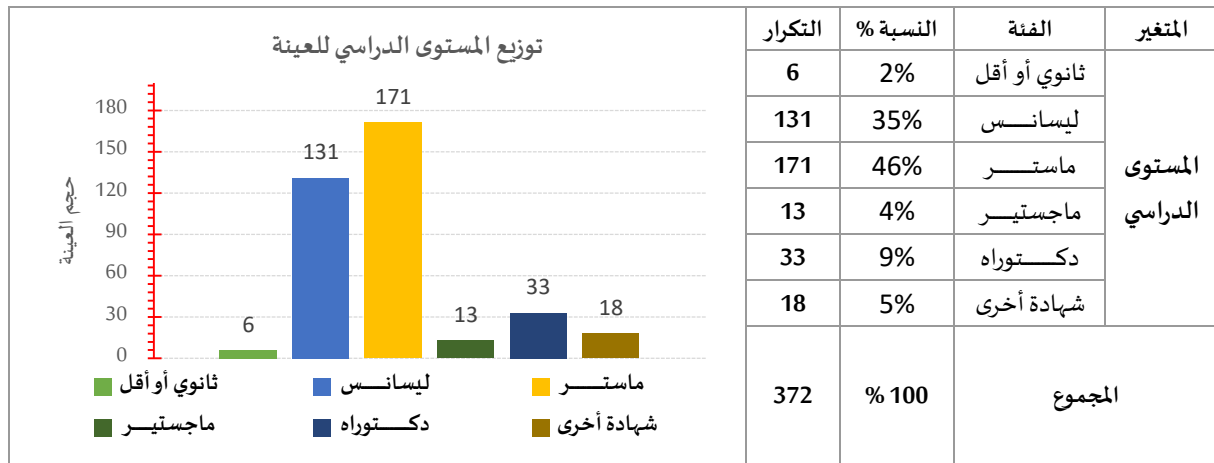
المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

من خلال تحليل توزيع العينة حسب متغير "العمر"، ومن خلال الجدول رقم (26-03) أعلاه، نلاحظ توزيعاً متنوعاً لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بين مختلف فئات العمر، والواضح لنا من خلال الجدول أن (10%) من العينة تتراوح أعمارهم بين (18) إلى (24) سنة، بينما يُمثل الفئة العمرية من (25) إلى (34) سنة نسبة (30%) من العينة، و(41%) تتراوح أعمارهم بين (35) إلى (49) سنة، وبالمقابل تمثل الفئة العمرية من (50) إلى (60) سنة، نسبة (15%) من العينة، في حين أن (5%) يبلغون من العمر أكثر من (60) سنة.

هذا التوزيع يعكس تنوعاً كبيراً في الفئات العمرية للعيينة المدروسة من عملاء بريد الجزائر، مما يشير إلى أهمية فهم احتياجات وتفضيلات كل فئة عمرية، أيضاً يسهم هذا التوزيع في الإجابة على التساؤل الرئيسي الثالث للدراسة المتعلق بدرجة تأثير العوامل الديمغرافية على استعمال وسائل الدفع الإلكتروني ودوره في تحقيق جودة الخدمة المالية البريدية للمؤسسة.

ت- متغير المستوى الدراسي لعينة الدراسة

الجدول رقم (27-03): توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الدراسي لأفراد العينة



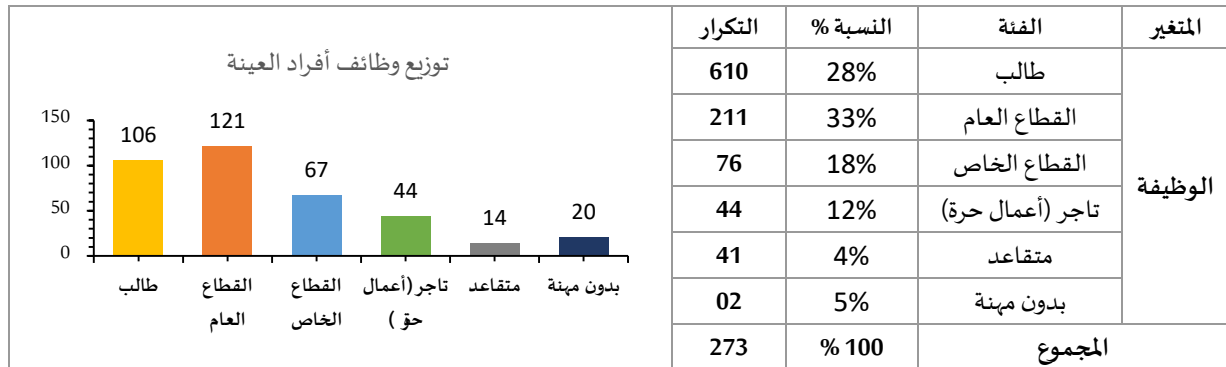
المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

من خلال تحليل توزيع العينة حسب متغير "المستوى الدراسي"، في الجدول أعلاه، نجد توزيعاً متنوعاً للعينة المدروسة من عملاء بريد الجزائر بين مختلف مستويات التعليم، حيث نلاحظ أنّ (2%) فقط من العينة لديهم مستوى تعليمي ثانوي أو أقل، بينما يمثل حوالي (35%) متحصّلين على شهادة ليسانس، و(46%) متحصّلين على شهادة الماستر، في حين كان من أفراد العينة من لديهم شهادة الماجستير (4%)، وشهادة الدكتوراه بنسبة (9%)، و(5%) حاصلون على شهادة أخرى.

يعكس هذا التوزيع تنوعاً كبيراً في مستويات التعليم لأفراد العينة المتمثلة في عملاء مؤسسة بريد الجزائر، وهذا قد يكون له تأثير كبير من خلال المستوى التعليمي أو الدراسي الغالب على مجتمع أفراد الدراسة الممثل في عملاء هذه المؤسسة، مما ينعكس عنه من تفضيلات لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها خاصة وأنّ هذا النوع من وسائل الدفع الحديثة - كما تناولنا في الجانب النظري من الدراسة -، يتركز كثيراً على وعي ودراية العميل حول جوانب عديدة مثل طرق الاستعمال والأمان المتعلقة بمثل هكذا وسائل دفع إلكترونية، لذا فإن تحليل هذه البيانات يسهم بشكل إيجابي في توجيه الجهود نحو فهم وتلبية تفضيلات العملاء وتطوير الخدمات المالية البريدية.

ث- متغير الوظيفة لعينة الدراسة

الجدول رقم (03-28): توزيع عينة الدراسة وفق متغير الوظيفة لأفراد



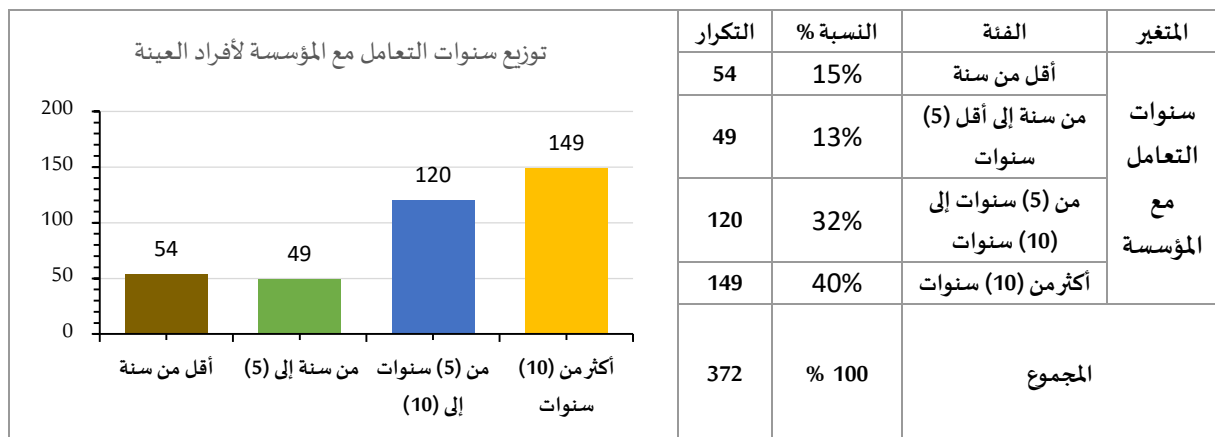
المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

نلاحظ من الجدول أعلاه، ومن خلال تحليلنا لتوزيع أفراد العينة حسب متغير "الوظيفة"، يظهر جلياً أنه هناك توزيع متنوع لعملاء مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة بين مختلف الوظائف لهم، حيث نجد ما نسبته (28%) من العينة هم طلبة جامعيين وهذا يرجع بدرجة كبيرة لوجوب توفر حساب جاري بريدي لطلبة الجدد أثناء التسجيلات الأولية لهم في الجامعة وذلك لعدة أسباب منها حصولهم على المنح الجامعية عبر الحساب البريدي الجاري (ccp)، بينما تمثل فئة العينة العاملين في القطاع العام ما نسبته (33%)، وهي تمثل أعلى نسبة بين مختلف الوظائف لأفراد العينة، في حين يمثل القطاع الخاص بنسبة (18%)، ووظيفة تاجر أو أعمال حرة مثله ما نسبته (12%) من أفراد العينة، و(4%) هم من فئة المتقاعدين، أما من ليس لهم أي وظيفة فهم يمثلون (5%) من مجموع العينة.

يعكس هذا التوزيع مثل باقي المتغيرات الديمغرافية الأخرى تنوع كبير في الوظائف لعملاء بريد الجزائر الممثلين لعينة الدراسة، وهذا له تأثير واضح على تفضيلات العملاء واستخدامهم لوسائل الدفع الالكتروني والخدمات المالية البريدية.

ح- متغير سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر

الجدول رقم (03-29): توزيع عينة الدراسة وفق متغير مدة التعامل مع المؤسسة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

توزيع عينة الدراسة لعملاء مؤسسة بريد الجزائر حسب متغير "مدة التعامل مع المؤسسة"، يعكس تباين واضح، قد يكون له تأثير إيجابي على إقبال العملاء على استعمال وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها بصفة خاصة والخدمات المالية البريدية بصفة عامة، وهذا ما سنبرزه بالإيجاب أو بالسلب من خلال مراحل هذه الدراسة القادمة.

والملاحظ أنَّ الفئة التي تعمل مع المؤسسة لفترة طويلة (أكثر من عشر (10) سنوات) تمثل النسبة الأكبر بـ (40 %)، وهذا يمكن أن يعكس توافر وثبات الخدمات المالية البريدية التي تقدمها المؤسسة، مما يشجع العملاء على البقاء واستخدام خدمات المؤسسة بصفة عامة والخدمات المالية البريدية بصفة خاصة لفترات طويلة، ومن جهة أخرى نلاحظ أنَّ نسبة فئة العملاء الجدد للعينة، تعتبر منخفضة (15%)، وهذا له عدة اعتبارات سنعمل على توضيحها لاحقاً، إلا أنه من الضروري على المؤسسة تعزيز جاذبية وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات المالية البريدية للجيل الجديد من العملاء وجذبهم.

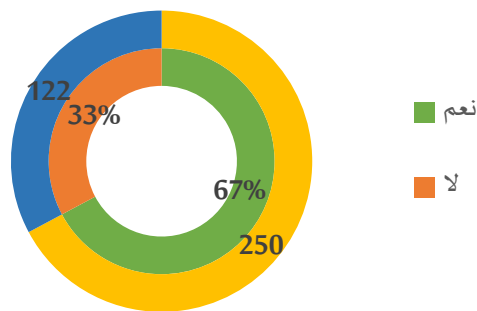
بالإضافة إلى ما سبق، نجد العملاء (أفراد العينة) الذين لديهم تجربة تعامل متوسطة (من سنة إلى أقل من (5) سنوات – ومن (5) سنوات إلى (10) سنوات)، يشكلون نسبة متوسطة (مجتمعين 45 %)، وهذا يوحي بأن هناك فرصة لتعزيز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات المالية البريدية لهؤلاء العملاء وتعزيز رضاهم لزيادة فترة تعاملهم مع المؤسسة.

خ- متغير امتلاك افراد العينة لبطاقة السحب والدفع الإلكترونية (الذهبية)

الجدول رقم (03-30): توزيع عينة الدراسة وفق متغير امتلاك البطاقة (الذهبية) لأفراد العينة

المتغير	الفئة	النسبة %	التكرار
امتلاك أفراد العينة للبطاقة "الذهبية"	نعم	67 %	250
	لا	33 %	122
المجموع		100 %	372

امتلاك/أوعدم امتلاك البطاقة (الذهبية) حسب افراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

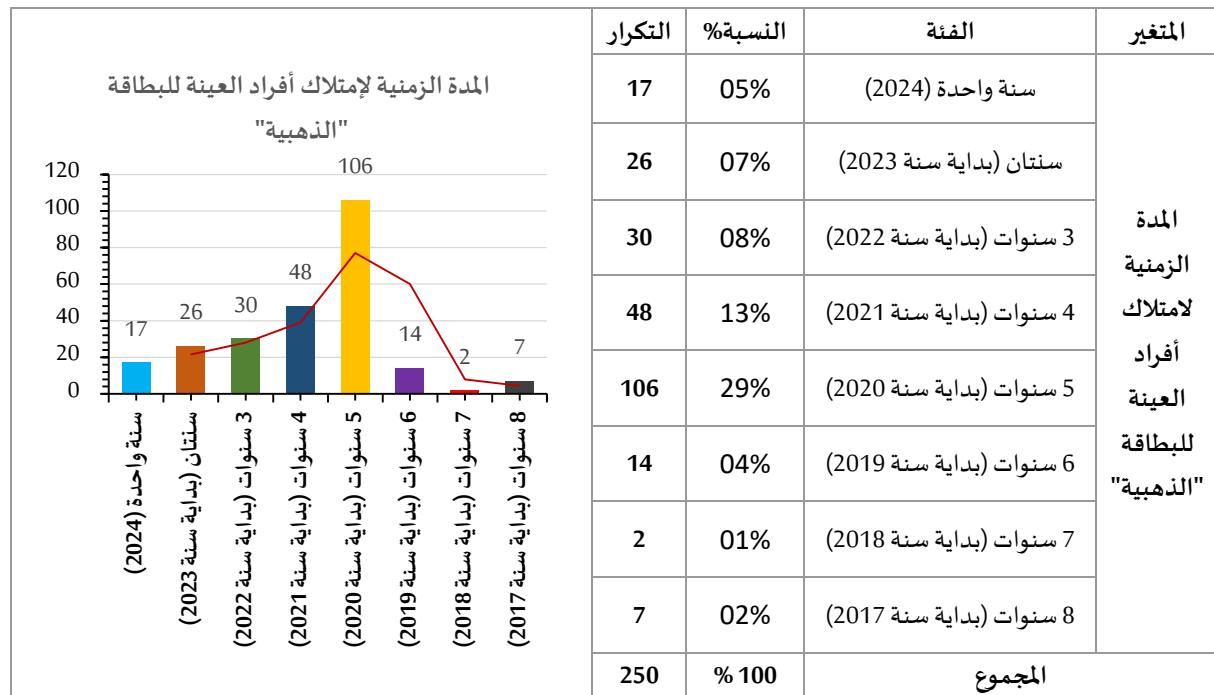
الملاحظ من الجدول رقم (03-30)، أنَّ توزيع نسبة امتلاك أفراد العينة الممثلة لعملاء مؤسسة بريد الجزائر للبطاقة النقدية (الذهبية) والتي تمثل أحد وسائل الدفع الإلكتروني للمؤسسة، يعكس مدى اعتماد العملاء على هذه الوسيلة وما تقدمه من خدمات مالية بريدية، حيث يظهر أنَّ نسبة كبيرة من العينة والمقدرة بـ (67%) تمتلك هذه البطاقة (الذهبية)، مما يشير إلى انتشار واسع لهذه الوسيلة أو البطاقة بين العملاء واعتمادهم عليها في اجراء معاملاتهم المالية، كما تعكس هذه النسبة تفضيل العملاء للدفع الإلكتروني كوسيلة موثوقة ومريحة لتسديد الفواتير أو سحب الأموال وإجراء المعاملات المالية.

من جهة أخرى يبدو أنَّ هناك نسبة مرتفعة نوعاً ما من العملاء (33%) الذين لا يمتلكون هذه البطاقة (الذهبية)، وهذا قد يفسر أو يشير إما إلى عدم الاهتمام من قبل هذه الفئة بالدفع الإلكتروني أو عدم وجود وعي كافٍ بالخدمات التي

تقدمها هذه الوسيلة (الذهبية)، وبالتالي يمكن للمؤسسة الاستفادة من هذا التحليل بصفة خاصة وهذه الدراسة بصفة عامة، لتوجيه جهود التسويق وإبراز دور هذه الوسيلة الإلكترونية للدفع وحول سهولة استخدامها، مما قد يساهم في زيادة اعتماد العملاء على الدفع الإلكتروني وزيادة استخدامهم لهذه البطاقة (الذهبية).

و- متغير المدة الزمنية لامتلاك البطاقة (الذهبية)

الجدول رقم (03-31): توزيع عينة الدراسة وفق متغير مدة امتلاك البطاقة (الذهبية) لأفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

توزيع متغير "مدة امتلاك أفراد العينة للبطاقة الذهبية" حسب الجدول أعلاه، يمثل نمط استخدام وتفضيلات العملاء (أفراد العينة) على مدى السنوات، فبالملحظ أنَّ العديد من أفراد العينة الذين يمتلكون هذه البطاقة قد استخدموها لفترات طويلة منذ تاريخ إطلاق المؤسسة لها سنة (2017)، وتعتبر سنة (2020) من أكثر السنوات طلباً على هذه البطاقة وذلك استناداً على النسبة المئوية الأعلى مقارنة بباقي السنوات والتي تمثل (29 % - من إجمالي عدد العينة) أي الذين يملكون البطاقة لمدة خمس (5) سنوات، و (18%) من العينة يمتلكونها لمدة أربع (4) سنوات (بداية سنة 2021)، كل هذا يشير إلى رضا العملاء للخدمات التي توفرها هذه الوسيلة الإلكترونية (الذهبية)، وثقتهم فيها منذ تاريخ بداية العمل بها، مع الأخذ في الاعتبار تأثير جائحة كورونا (covid19)، بالنسبة لسنة (2020) حيث دفعت هذه الأزمة الصحية الكثير من العملاء لطلب هذه البطاقة للاستفادة منها في عملياتهم المالية المختلفة خاصة سحب النقود من الموزعات الآلية وتقليل نسبة الاحتكاك مع الغير.

أما باقي النسب فهي صغيرة نوعاً ما مقارنة بسنتي (2020-2021)، وهنا يمكن تقسيم هذه الفترات إلى قسمين، بالنسبة لسنة (2020-2021)، وذلك حتى نتمكن من إعطاء تفسيرات لصغر هذه النسب:

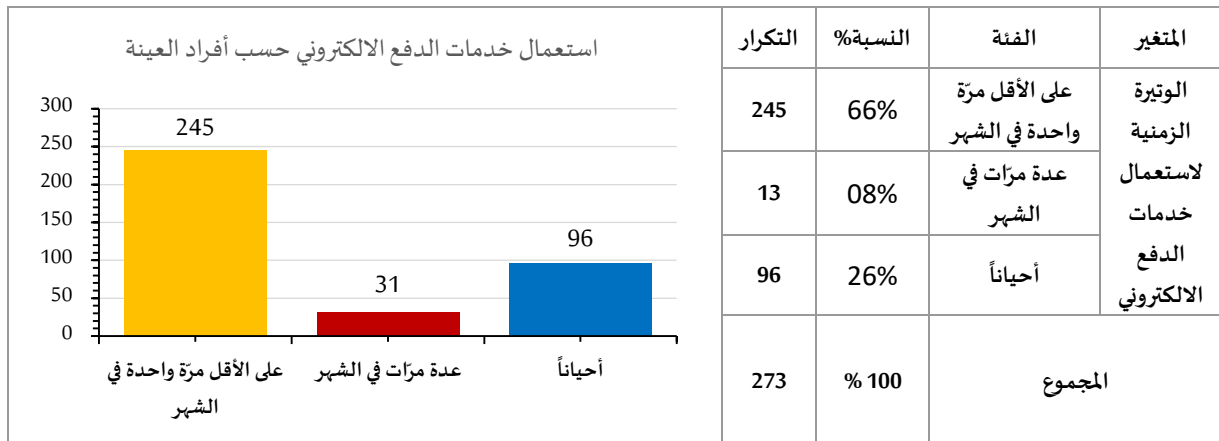
- قبل سنة (2020): نفسر النسب (2%، 1%، 4%) للسنوات (2017، 2018، 2019) على التوالي، بأن هذه السنوات تُعبر عن بدايات إطلاق هذه البطاقة وقلة معرفة الكثير من عملاء المؤسسة بالخدمات التي توفرها هذه البطاقة،

بالإضافة إلى قلة الاتفاقات التعاقدية لكثير من المؤسسات للاستفادة من خدمات مؤسسة بريد الجزائر عبر خدمات هذه البطاقة (الذهبية) ومنصة الدفع الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بدفع أو تسديد مختلف الفواتير.

- بعد سنة (2021): نفس النسب المتعلقة بالسنوات (2022، 2023، 2024)، بأن هؤلاء العملاء إما جدد بالنسبة للمؤسسة، أو لانتشار سمعة هذه البطاقة وثقة الكثير فيها مما أدى بالعملاء الذين امتنعوا في البداية عن استخدام هذه البطاقة، للإقبال عليها والاستفادة من خدماتها.

و- متغيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني

الجدول رقم (03-32): توزيع عينة الدراسة وفق متغيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني



المصدر: ج المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

الملاحظ من الجدول رقم (03-32)، أن توزيع نسبة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني بين أفراد العينة الممثلة في عملاء مؤسسة بريد الجزائر، يعكس مدى اعتماد على هذه الوسائل (وسائل الدفع الإلكتروني) وما تقدمه من فوائد في تسهيل المعاملات المالية، حيث يتضح من النتائج المسجلة أن نسبة كبيرة من العينة، والمقدرة بـ (66%) تستخدم خدمات الدفع الإلكتروني بوتيرة استعمال (على الأقل مرة واحدة في الشهر)، وهذا بالتأكيد يشير إلى الانتشار الواسع الذي حققته المؤسسة وعملت عليه رفقة الحكومة لرقمنة خدماتها، وهو ما ينعكس إيجابياً على درجة اعتماد عملاء المؤسسة على هذه الخدمات الرقمية بشكل منتظم لإجراء مختلف معاملاتهم المالية.

من النتائج أعلاه نلاحظ أيضاً، أن نسبة العملاء الذين يستخدمون خدمات الدفع الإلكتروني (عدة مرات في الشهر) تبلغ (8%)، وهو ما يعكس وجود شريحة من العملاء يعتمدون على هذه الوسائل والخدمات بشكل مكثف ومتكرر، وهذا له تبريره -سنفصل فيه لاحقاً-.

في المقابل نجد أن العملاء الذين يستخدمون خدمات الدفع الإلكتروني والتي من بينها البطاقة (الذهبية)، وتطبيق الهاتف (بريدي موب)، بشكل غير منتظم وهم الذين أجابوا بـ (أحياناً)، هم ما نسبته (26%) من إجمالي أفراد العينة، وهذه النسبة تشير إلى أن هناك مجموعة من العملاء الذين يلجؤون إلى هذه الوسائل والخدمات عند الحاجة فقط أو بشكل غير منتظم مثل الطلبة الجامعيين أو الأشخاص الذين ليس لهم دخل أي بدون وظيفة.

بصورة عامة، يُظهر هذا التوزيع أن هناك اعتماداً كبيراً على خدمات الدفع الإلكتروني بين أفراد العينة، وغالبهم يمتلكون البطاقة (الذهبية)، حيث أن (100%) من المشاركين يستخدمون هذه الخدمات بدرجات متفاوتة، مما يدل على

الأهمية المتزايدة لهذه الوسائل في تسهيل التعاملات المالية البريدية، وهو مؤشر صريح لتقديم مثل هذه الخدمات من قبل مؤسسة بريدي الجزائر بدرجة من الجودة.

ذ- متغير خدمات الدفع الإلكتروني الأكثر استعمالاً حسب أفراد العينة

الجدول رقم (33-03): توزيع عينة الدراسة وفق متغير أكثر خدمات الدفع الإلكتروني استعمالاً

المتغير	الفئة	النسبة %	التكرار
أكثر خدمات الدفع الإلكتروني استعمالاً	البطاقة (الذهبية)	50%	197
	التطبيق (بريدي موب)	13%	46
	التحويلات السريعة للأموال (WU)	0%	0
المجموع		63%	243

خدمات الدفع الإلكتروني الأكثر استعمالاً لأفراد العينة

المصدر: تم إعداده من قبل الطالب بالاعتماد على إجابات العينة وبرنامج Excel v10

الملاحظ من الجدول أعلاه رقم (33-03)، أنّ توزيع نسبة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بين أفراد العينة لعملاء بريد الجزائر، يعكس مدى اعتماد العملاء على هذه الوسائل وما تقدمه من تحسينات في جودة الخدمات المالية البريدية.

يتضح أيضاً من النتائج أعلاه، أنّ البطاقة (الذهبية) هي الوسيلة الأكثر استعمالاً، حيث يستخدمها (50%) من أفراد هذه العينة، أي ما يعادل (186) فرد (عميل) من إجمالي عدد العينة، هذا يشير إلى أنّ البطاقة (الذهبية) تتمتع بانتشار واسع بين العملاء وتلعب دوراً رئيسياً في تسهيل معاملاتهم المالية بفضل ميزاتها وسهولة استخدامها، فضلاً على أنها تعتبر الوسيلة الوحيدة للدفع الإلكتروني للمؤسسة، إذا ما أخذنا في الاعتبار ارتباط التطبيق الهاتفي المحمول (بريدي موب) بهذه البطاقة، ووجوده من وجودها.

من جهة أخرى يستخدم تطبيق (بريدي موب) ما نسبته (13%) من أفراد العينة، أي (50) فرداً، وعلى الرغم من أنّ نسبة استخدام هذا التطبيق أقل مقارنة بالبطاقة (الذهبية)، إلا أنّ وجود هذه النسبة يشير إلى أنّ هناك اهتماماً متزايداً بالحلول الرقمية التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، والتي تسهم في تحسين جودة الخدمة من خلال توفير وسائل متعددة ومرنة للعملاء، وبقي النسبة المقدرة بـ (37%)، هم من الأفراد الذين لا يملكون البطاقة (الذهبية).

أما بالنسبة للتحويلات السريعة للأموال عبر خدمة (ويسترن يونيون - WU)، فيبدو أنّ هذه الخدمة قليلة الاستخدام كثيراً من قبل عملاء المؤسسة، وإن كانت هناك تعاملات بها ونظراً لكبر المجتمع المدروس لعملاء بريد الجزائر والذي فاق (28,3) مليون عميل، نعتقد أنّ العينة المدروسة لم تحصى مثل هذه الخدمة.

بصورة عامة يعكس هذا التوزيع اعتماداً كبيراً على وسائل الدفع الإلكتروني المقدمة من بريد الجزائر، وخاصة البطاقة (الذهبية)، مما يدل على دور هذه الوسائل في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وتلبية احتياجات العملاء بشكل فعال.

ثانياً: تحليل اتجاه إجابات أفراد عينة الدراسة

1- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمتغير الدراسة الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)

الجدول رقم (03-34): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)

الرقم العبارة	بيان العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
المتغير الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)					
العبارة 01	يُمكّني باستخدام البطاقة "الذهبية" من دفع حقوق "التعليم عن بُعد" أو "البكالوريا" أو حقوق (التسجيل، الأيواء، النقل الجامعي) عبر شبكة الانترنت بكل سهولة ويُسر.	3,80	0,87997	5	مرتفعة
العبارة 02	يُمكّني الاطلاع على رصيد حسابي الجاري البريدي (CCP) بسهولة ويُسر من خلال الاستعانة بالخدمات التي تقدمها البطاقة "الذهبية"	3,71	0,94345	6	مرتفعة
العبارة 03	يُمكّني تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يُسر وسهولة باستخدام البطاقة "الذهبية" على جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB)	3,69	1,18598	7	مرتفعة
العبارة 04	تُتيح لي البطاقة "الذهبية" دفع ثمن المشتريات عبر شبكة الانترنت بكل سهولة	3,87	0,68983	4	مرتفعة
العبارة 05	يُسَهِّل عليَّ سداد مختلف الفواتير باستخدام البطاقة "الذهبية" عبر المنصة النقدية لمؤسسة بريد الجزائر (الدفع عن بعد).	3,94	1,07495	3	مرتفعة
العبارة 06	يُمكّني سحب أموالي بسهولة ويُسر من خلال استعمال البطاقة "الذهبية" التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر.	3,95	0,66532	2	مرتفعة
العبارة 07	تُتيح لي البطاقة "الذهبية" لبريد الجزائر من إعادة شحن بطاقة الهاتف النقال بكل يُسر وسهولة.	4,60	0,81580	1	مرتفعة جداً
العبارة 08	يُمكّني تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يُسر وسهولة باستخدام خدمة تحويل الأموال عبر تطبيق الهاتف النقال "بريدي موب."	2,51	0,95581	12	منخفضة
العبارة 09	يُمكّني سحب أموال من جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB) بدون استعمال البطاقة "الذهبية"، وذلك عن طريق خدمة يوفرها تطبيق "بريدي موب"، وهي خدمة السحب بدون بطاقة.	3,29	0,97437	9	متوسطة
العبارة 10	يُمكّني باستخدام البطاقة "الذهبية" عبر جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB) أو تطبيق "بريدي موب" أن أطلع على آخر عشر (10) عمليات أجريتها بالبطاقة.	2,83	1,09109	11	متوسطة
العبارة 11	يُمكّني تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يُسر وسهولة باستخدام خدمة تحويل الأموال عبر نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE) أو عن طريق المسح الضوئي (Qr code) عبر "بريدي باي"	3,48	0,95566	8	مرتفعة
العبارة 12	يُمكّني حجز "تذاكر الطيران" و"دفع التأمينات" بسهولة ويُسر عبر شبكة الانترنت باستخدام البطاقة "الذهبية" لبريد الجزائر.	3,10	1,31559	10	متوسطة
أراء واتجاهات أفراد العينة حول المتغير الأول المتعلق بوسائل الدفع الإلكتروني		3,57	0,18996		مرتفعة

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (03-34) أعلاه، نجد أنَّ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الأول المتعلق (وسائل الدفع الإلكتروني) في مؤسسة بريد الجزائر، بلغ (3,57)، مع انحراف معياري قدره (0,18996)، مما

يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للمتغير المستقل للدراسة (وسائل الدفع الإلكتروني)، وهذا المتوسط يقع ضمن النطاق (3,40 إلى 4,20 درجة)، مما يعني أن اتجاهات أفراد العينة تُشير إلى موافقتهم على مستوى وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة لنا وذلك بدرجة قدرت بـ (مرتفعة)، حسب وجهة نظرهم.

لتحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكن القول أن تقارب الآراء يعكس تجانس تقييم الأفراد حول توافر وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات التي تقدم من خلالها لمؤسسة بريد الجزائر، وهو ما يدعم موثوقية الاستنتاج بأن هذا المتغير في دراستنا متوفر ومؤثر بشكل جيد في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، كما أن درجة التقييم (مرتفعة) تعزز من هذا الاستنتاج، وتشير إلى وجود رضا مسبق وعام بين أفراد العينة عن هذا المتغير (وسائل الدفع الإلكتروني) في مؤسسة بريد الجزائر.

وبشكل أكثر تفصيلاً، ومن خلال تحليلنا لترتيب فقرات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) الموضحة في الجدول رقم (03-34)، نجد ما يلي:

- **العبارة رقم (07):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الأولى (01) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4,60)، مع انحراف معياري قدره (0,816)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أن اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.
تُظهر هذه النتائج إلى أن أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (لإعادة شحن بطاقة الهاتف النقال بالبطاقة الذهبية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.
- **العبارة رقم (06):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثانية (02) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,95)، مع انحراف معياري قدره (0,665)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أن اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.
تُظهر هذه النتائج إلى أن أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (سحب أموالهم بالبطاقة الذهبية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.
- **العبارة رقم (05):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثالثة (03) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,94)، مع انحراف معياري قدره (1,075)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أن اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.
تُظهر هذه النتائج إلى أن أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (سداد مختلف الفواتير بالبطاقة الذهبية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.
- **العبارة رقم (04):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الرابعة (04) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,87)، مع انحراف معياري قدره (0,690)، حيث

تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة لـ (دفع ثمن المشتريات عبر شبكة الانترنت بالبطاقة الذهبية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (01):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الخامسة (05) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,80)، مع انحراف معياري قدره (0,880)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (من دفع حقوق "التعليم عن بُعد" أو "البكالوريا" أو حقوق (التسجيل، الايواء، النقل الجامعي) عبر شبكة الانترنت بالبطاقة الذهبية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (02):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة السادسة (06) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,71)، مع انحراف معياري قدره (0,943)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (الاطلاع على رصيد حسابي الجاري البريدي (CCP) عبر الخدمات التي توفرها البطاقة الذهبية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (03):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة السابعة (07) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,69)، مع انحراف معياري قدره (1,186)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بالبطاقة الذهبية وباستخدام الشباك الآلي البنكي (GAB)، ويعتبرونها من الخدمات ذات الأهمية لهم.

- **العبارة رقم (11):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثامنة (08) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,48)، مع انحراف معياري قدره (0,956)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يُسر وسهولة باستخدام خدمة تحويل الأموال عبر نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE) أو عن طريق المسح الضوئي (Qr code) عبر "بريدي باي" والبطاقة الذهبية)، ويعتبرونها من الخدمات ذات الأهمية لهم.

- **العبارة رقم (09):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة التاسعة (09) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,29)، مع انحراف معياري قدره (0,974)، حيث

تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (سحب أموال من جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB) بدون استعمال البطاقة "الذهبية")، ويعتبرونها أقل أهمية لهم من بين الخدمات الأخرى.

- **العبارة رقم (12):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة العاشرة (10) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,10)، مع انحراف معياري قدره (1,316)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (حجز "تذاكر الطيران" و"دفع التأمينات" بسهولة ويُسر عبر شبكة الانترنت بالبطاقة الذهبية)، ويعتبرونها أقل أهمية لهم من بين الخدمات الأخرى.

- **العبارة رقم (10):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الحادية عشر (11) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2,83)، مع انحراف معياري قدره (1,09109)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

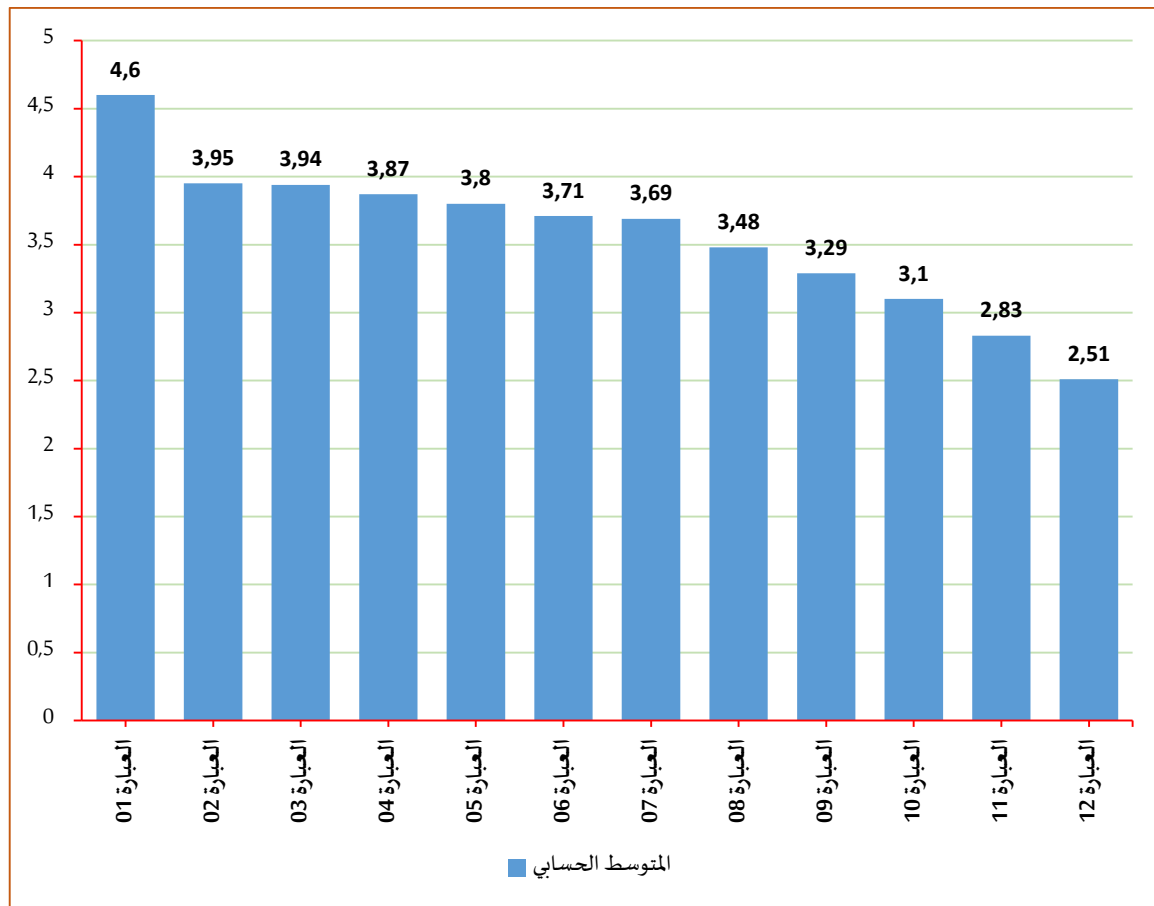
تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (الاطلاع على آخر عشر (10) عمليات أجريت بالبطاقة الذهبية وذلك عبر الشباك الآلي البنكي أو عن طريق التطبيق بريدي موب)، ويعتبرونها أقل أهمية لهم من بين الخدمات الأخرى.

- **العبارة رقم (08):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة ثمانية عشر (12) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2,51)، مع انحراف معياري قدره (0,956)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (منخفضة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر باستخدام التطبيق بريدي موب)، ويعتبرونها في آخر اهتماماتهم من بين الخدمات الأخرى.

بعد هذا التحليل للنتائج المترتبة عن آراء العينة المدروسة، وترتيب كل الأبعاد من الأكثر أهمية إلى الأقل من وجهة نظرهم، وذلك باستخدام المتوسط الحسابي، ولتوضيح هذا الترتيب في شكله البياني ندرج الشكل رقم (03-06) الموضح والمبين لترتيب عبارات المحور الأول المتعلق بـ (وسائل الدفع الإلكتروني).

الشكل رقم (03-06): عرض بياني لترتيب فقرات المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) وفق آراء أفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

2- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمتغير الدراسة الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)

الجدول رقم (03-35): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (مستوى الاعتمادية)

العبارة الرقم	بيان العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
مستوى الاعتمادية					
العبارة 13	تعتبر إجراءات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر بسيطة وسهلة	3,95	1,1656	1	مرتفعة
العبارة 14	تتلقى خدمة فورية عند التعامل مع موظفي مؤسسة بريد الجزائر	3,08	1,2767	7	متوسطة
العبارة 15	تلتزم مؤسسة بريد الجزائر بتقديم خدمات مالية إلكترونية على مدار الساعة 24/سا - 7 أيام/7	3,89	1,0047	2	مرتفعة
العبارة 16	توفر مؤسسة بريد الجزائر باقة متنوعة من الخدمات المالية.	3,43	1,1666	6	مرتفعة
العبارة 17	تولي إدارة مؤسسة بريد الجزائر اهتماماً خاصاً بحل مشكلات العملاء المتعلقة بالخدمات المالية	3,88	1,0034	3	مرتفعة

العبارة 18	تقدم مؤسسة بريد الجزائر خدمات مالية بدقة وبدون أخطاء منذ البداية	3,68	1,1437	4	مرتفعة
العبارة 19	مؤسسة بريد الجزائر تتمتع بسمعة طيبة بين مختلف العملاء	2,84	1,0239	8	متوسطة
العبارة 20	لديّ درجة عالية من الثقة عند القيام بالخدمات المالية في بريد الجزائر	3,50	0,9473	5	مرتفعة
آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الاعتمادية		3,53	0,1127	مرتفعة	

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{V26} وExcel_{V16}

من خلال الجدول أعلاه، نجد أنّ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الثاني والمتعلق (بمستوى الاعتمادية) في مؤسسة بريد الجزائر، بلغ (3,53)، مع انحراف معياري قدره (0,1127)، مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام لبُعد (الاعتمادية)، وهذا المتوسط يقع ضمن النطاق (3,40) إلى 4,20 درجة)، مما يعني أنّ اتجاهات أفراد العينة تُشير إلى موافقتهم على مستوى الاعتمادية التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة لنا وذلك بدرجة قدرت بـ (مرتفعة)، حسب وجهة نظرهم.

لتحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكن القول أنّ تقارب الآراء يعكس تجانس تقييم الأفراد حول توافر بعد الاعتمادية في مؤسسة بريد الجزائر، وهو ما يدعم موثوقية الاستنتاج بأن هذا المتغير في دراستنا متوفر ومؤثر بشكل جيد في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، كما أن درجة التقييم (مرتفعة) تعزز من هذا الاستنتاج، وتشير إلى وجود رضا مسبق وعام بين أفراد العينة عن هذا البعد (الاعتمادية) في مؤسسة بريد الجزائر.

وبشكل أكثر تفصيلاً، ومن خلال تحليلنا لترتيب فقرات المحور الثاني (مستوى الاعتمادية) الموضحة في الجدول رقم (35-03)، نجد ما يلي:

- العبارة رقم (13): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الأولى (01) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,95)، مع انحراف معياري قدره (1,1656)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (لإجراءات التعامل مع المؤسسة)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- العبارة رقم (15): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثانية (02) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,89)، مع انحراف معياري قدره (1,0047)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (التزام مؤسسة بريد الجزائر بتقديم خدمات مالية إلكترونية على مدار الساعة 24/سا - 7 أيام/7)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (17):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثالثة (03) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,88)، مع انحراف معياري قدره (1,0034)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (إدارة مؤسسة بريد الجزائر تولى اهتماماً خاصاً بحل مشكلات العملاء المتعلقة بالخدمات المالية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (18):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الرابعة (04) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,68)، مع انحراف معياري قدره (1,1437)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة فيما يتعلق بـ (تقدم خدمات مالية بدقة وبدون أخطاء منذ البداية من طرف مؤسسة بريد الجزائر)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (20):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الخامسة (05) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,50)، مع انحراف معياري قدره (0,9473)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (لديهم درجة عالية من الثقة عند القيام بالخدمات المالية في بريد الجزائر)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (16):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة السادسة (06) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,43)، مع انحراف معياري قدره (1,1666)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

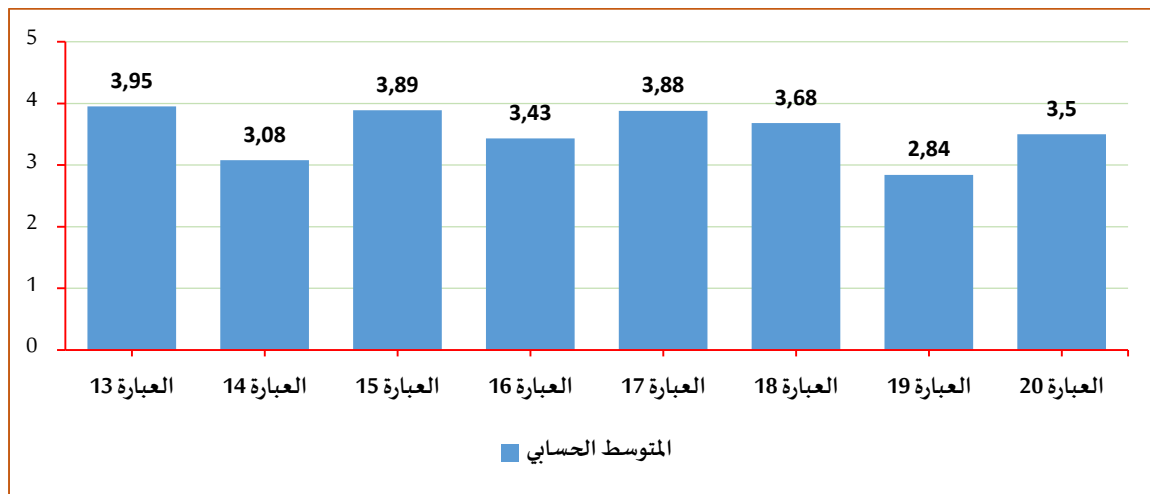
تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة لـ (توفير مؤسسة بريد الجزائر باقة متنوعة من الخدمات المالية)، ويعتبرونها أقل أهمية لهم من بين الخدمات الأخرى.

- **العبارة رقم (14):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة السابعة (07) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,08)، مع انحراف معياري قدره (1,2767)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية ضعيفة لـ (تلقيم خدمة فورية عند التعامل مع موظفي مؤسسة بريد الجزائر)، ويعتبرونها أقل أهمية لهم من بين الخدمات الأخرى.

- العبارة رقم (19): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثامنة (08) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2,84)، مع انحراف معياري قدره (1,0239)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.
- تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) لا يولون أي أهمية (مؤسسة بريد الجزائر تتمتع بسمعة طيبة بين مختلف العملاء).

الشكل رقم (03-07): عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الاعتمادية) وفق آراء أفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

3- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمتغير الدراسة الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)

الجدول رقم (03-36): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (مستوى الأمان)

رقم العبارة	بيان العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
الأمان (الضمان)					
العبارة 21	يُمكن تحويل الأموال عن طريق الخدمات الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر من حساب إلى حساب بريدي أو بنكي بكل اطمئنان	3,60	1,0606	5	مرتفعة
العبارة 22	تطبيق الهاتف المحمول "بريدي موب" لمؤسسة بريد الجزائر موثوق به.	3,67	1,1022	4	مرتفعة
العبارة 23	توفر مؤسسة بريد الجزائر كاميرات المراقبة أمام الموزعات الآلية من أجل الحماية.	3,92	0,9430	2	مرتفعة
العبارة 24	تحافظ مؤسسة بريد الجزائر على سرية معلوماتي الشخصية لديها.	4,13	1,0484	1	مرتفعة
العبارة 25	توفر مؤسسة بريد الجزائر خدمات مالية بمستوى عالي من الحماية والأمان.	3,79	1,0977	3	مرتفعة

أراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الأمان	3,83	0,06436	مرتفعة

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (03-36) أعلاه، نجد أنَّ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الثاني والمتعلق (بمستوى الأمان) في مؤسسة بريد الجزائر، بلغ (3,83)، مع انحراف معياري قدره (1,06436)، مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي لبعد (الأمان)، وهذا المتوسط يقع ضمن النطاق (3,40) إلى 4,20 درجة)، مما يعني أنَّ اتجاهات أفراد العينة تُشير إلى موافقتهم على مستوى الأمان التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة لنا وذلك بدرجة قدرت بـ (مرتفعة)، حسب وجهة نظرهم.

لتحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكن القول أنَّ تقارب الآراء يعكس تجانس تقييم الأفراد حول توافر بُعد الأمان في مؤسسة بريد الجزائر، وهو ما يدعم موثوقية الاستنتاج بأن هذا المتغير في دراستنا متوفر ومؤثر بشكل جيد في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، كما أنَّ درجة التقييم (مرتفعة) تعزز من هذا الاستنتاج، وتشير إلى وجود رضا مسبق وعام بين أفراد العينة عن هذا البعد (الأمان) في مؤسسة بريد الجزائر.

وبشكل أكثر تفصيلاً، من خلال تحليلينا لترتيب فقرات المحور الثاني (مستوى الأمان) الموضحة في الجدول رقم (03-35)، نجد ما يلي:

- **العبارة رقم (24):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الأولى (01) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4,13)، مع انحراف معياري قدره (1,0484)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (لحافظ مؤسسة بريد الجزائر على سرية المعلومات الشخصية لهم)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (23):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثانية (02) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,92)، مع انحراف معياري قدره (0,9430)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (توفر مؤسسة بريد الجزائر كاميرات المراقبة أمام الموزعات الآلية من أجل الحماية)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

- **العبارة رقم (25):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثالثة (03) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,79)، مع انحراف معياري قدره (1,0977)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة (توفر مؤسسة بريد الجزائر خدمات مالية بمستوى عالي من الحماية والأمان)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

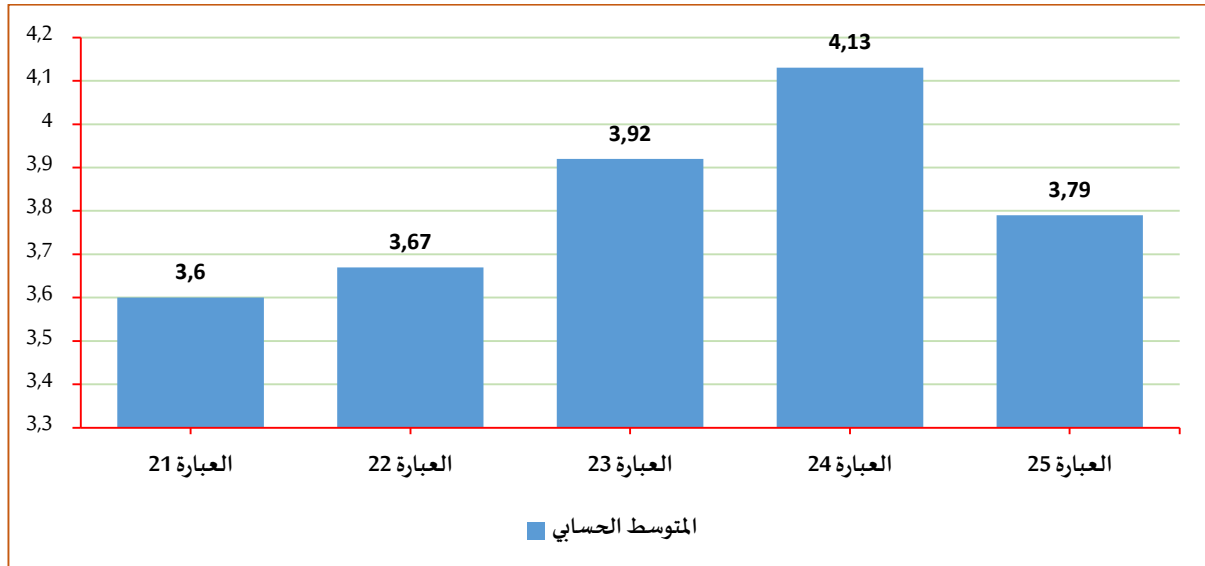
- **العبارة رقم (22):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور **المرتبة الرابعة (04)** من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,67)، مع انحراف معياري قدره (1,1022)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة فيما يتعلق بـ (تطبيق الهاتف المحمول "بريدي موب" لمؤسسة بريد الجزائر موثوق به)، ويعتبرونها من الخدمات ذات الأهمية لهم.

- **العبارة رقم (21):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور **المرتبة الخامسة (05)** من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,60)، مع انحراف معياري قدره (1,0606)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (يُمكن تحويل الأموال عن طريق الخدمات الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر من حساب إلى حساب بريدي أو بنكي بكل اطمئنان)، ويعتبرونها من الخدمات ذات الأهمية لهم.

الشكل رقم (03-08): عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الأمان) وفق آراء أفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قِبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{V26} وبرنامج Excel_{V16}

4- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمتغير الدراسة الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)

الجدول رقم (03-37): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (مستوى الاستجابة)

الرقم العبارة	بيان العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
مستوى الاستجابة					
العبارة 26	يستجيب موظفو مؤسسة بريد الجزائر لاحتياجات العملاء بشكل سريع وفوري	3,19	1,3400	3	متوسطة
العبارة 27	توفر مؤسسة بريد الجزائر قنوات مختلفة (سجلات/منافذ الكترونية) خاصة بالشكاوى والاقتراحات لتقوم بعد ذلك بمعالجتها بصورة سريعة ومثالية	3,48	1,0420	2	مرتفعة
العبارة 28	توفر مؤسسة بريد الجزائر خط هاتفي مباشر (الموزع الصوتي) للعملاء لضمان سرعة الاستجابة لهم 24س/ 24 - 7 أيام/7	3,57	0,8861	1	مرتفعة
آراء واتجاهات أفراد العينة حول بعد الاستجابة		3,41	0,2306	درجة مرتفعة	

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه، نجد أن المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الثاني والمتعلق (بمستوى الاستجابة) في مؤسسة بريد الجزائر، بلغ (3,41)، مع انحراف معياري قدره (0,2306)، مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي لبعد (الاستجابة)، وهذا المتوسط يقع ضمن النطاق (3,40 إلى 4,20 درجة)، مما يعني أن اتجاهات أفراد العينة تُشير إلى موافقتهم على مستوى الاستجابة التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة لنا وذلك بدرجة قدرت بـ (مرتفعة)، حسب وجهة نظرهم.

لتحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكن القول أن تقارب الآراء يعكس تجانس تقييم الأفراد حول مستوى الاستجابة في مؤسسة بريد الجزائر، وهو ما يدعم موثوقية الاستنتاج بأن هذا المتغير في دراستنا متوفر ومؤثر بشكل جيد في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، كما أن درجة التقييم (مرتفعة) تعزز من هذا الاستنتاج، وتُشير إلى وجود رضا مسبق وعام بين أفراد العينة عن هذا البعد (الاستجابة) في مؤسسة بريد الجزائر.

وبشكل أكثر تفصيلاً، من خلال تحليلنا لترتيب فقرات المحور الثاني (مستوى الاستجابة) الموضحة في الجدول رقم (03-37)، نجد ما يلي:

- العبارة رقم (28): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الأولى (01) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,57)، مع انحراف معياري قدره (0,8861)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أن اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أن أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أن (توفر مؤسسة بريد الجزائر خط هاتفي مباشر (الموزع الصوتي) للعملاء لضمان سرعة الاستجابة لهم 24س/ 24 - 7 أيام/7)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

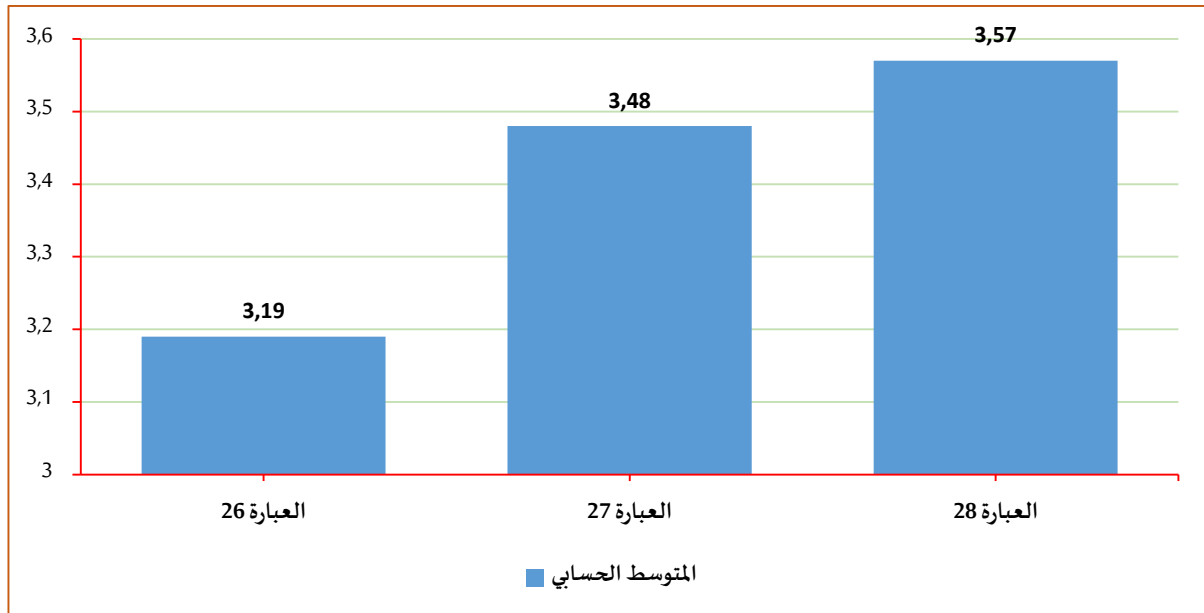
• العبارة رقم (27): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثانية (02) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,48)، مع انحراف معياري قدره (1,0420)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أن اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أن أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أن (توفر مؤسسة بريد الجزائر قنوات مختلفة (سجلات/ منافذ الكترونية) خاصة بالشكاوى والاقتراحات لتقوم بعد ذلك بمعالجتها بصورة سريعة ومثالية)، ويعتبرونها من الخدمات ذات الأهمية لهم.

• العبارة رقم (26): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثالثة (03) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,19)، مع انحراف معياري قدره (1,3400)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أن اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أن أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية متوسطة ويعتبرون أن (استجابة موظفو مؤسسة بريد الجزائر لاحتياجات العملاء بشكل سريع وفوري)، تعتبر من الخدمات غير المتوفرة في المؤسسة.

الشكل رقم (03-09): عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الاستجابة) وفق آراء أفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

5- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمتغير الدراسة الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)

الجدول رقم (03-38): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (مستوى التعاطف)

رقم العبارة	بيان العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
مستوى التعاطف					
العبارة 29	يقوم موظفو بريد الجزائر بإرشاد العملاء حول طبيعة الخدمات المالية التي تُقدمها مؤسسة بريد الجزائر	3,24	1,3111	4	متوسطة
العبارة 30	يتم إبلاغ العملاء عن أية مشكلات طارئة أثناء تأدية الخدمة لهم	3,25	1,1681	3	متوسطة
العبارة 31	عملية الاتصال المباشرة مع الموظف في مؤسسة بريد الجزائر سهلة وغير معقدة	3,58	1,2291	2	مرتفعة
العبارة 32	يفهم موظفو مؤسسة بريد الجزائر احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها	2,90	1,1781	5	متوسطة
العبارة 33	توفر مؤسسة بريد الجزائر نشرات توضيحية حول نوعية الخدمات المالية المتوفرة	3,67	1,1009	1	مرتفعة
آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد التعاطف		3,33	0,0782	درجة متوسطة	

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (03-38) أعلاه، نجد أنَّ المتوسط الحسابي الإجمالي لأفراد العينة على فقرات المحور الثاني والمتعلق (بمستوى التعاطف) في مؤسسة بريد الجزائر، بلغ (3,33)، مع انحراف معياري قدره (0,0782)، مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي لبعد (التعاطف)، وهذا المتوسط يقع ضمن النطاق (2,60 إلى 3,39 درجة)، مما يعني أنَّ اتجاهات أفراد العينة تُشير إلى موافقتهم على مستوى التعاطف التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة وذلك بدرجة قدرت بـ (متوسطة)، حسب وجهة نظرهم.

لتحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكن القول أنَّ تقارب الآراء يعكس تجانس تقييم الأفراد حول مستوى التعاطف في مؤسسة بريد الجزائر، وهو ما يدعم موثوقية الاستنتاج بأن هذا المتغير في دراستنا متوفر ومؤثر بشكل جيد في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، كما أن درجة التقييم (متوسطة) تعزز من هذا الاستنتاج، وتشير إلى وجود رضا مسبق وعام بين أفراد العينة عن هذا البعد (التعاطف) في مؤسسة بريد الجزائر.

وبشكل أكثر تفصيلاً، من خلال تحليلنا لترتيب فقرات المحور الثاني (مستوى التعاطف) الموضحة في الجدول رقم (03-38)، نجد ما يلي:

العبارة رقم (33): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور **المرتبة الأولى (01)** من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,67)، مع انحراف معياري قدره (1,1009)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (توفر مؤسسة بريد الجزائر نشرات توضيحية حول نوعية الخدمات المالية المتوفرة)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

العبارة رقم (31): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثانية (02) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,58)، مع انحراف معياري قدره (1,2291)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (عملية الاتصال المباشرة مع الموظف في مؤسسة بريد الجزائر سهلة وغير معقدة)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.

العبارة رقم (30): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثالثة (03) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,25)، مع انحراف معياري قدره (1,1681)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية متوسطة ويعتبرون أنَّ (عملية إبلاغ العملاء عن أية مشكلات طارئة أثناء تأدية الخدمة لهم)، تعتبر من الخدمات المتوسطة عند تعاملهم مع المؤسسة.

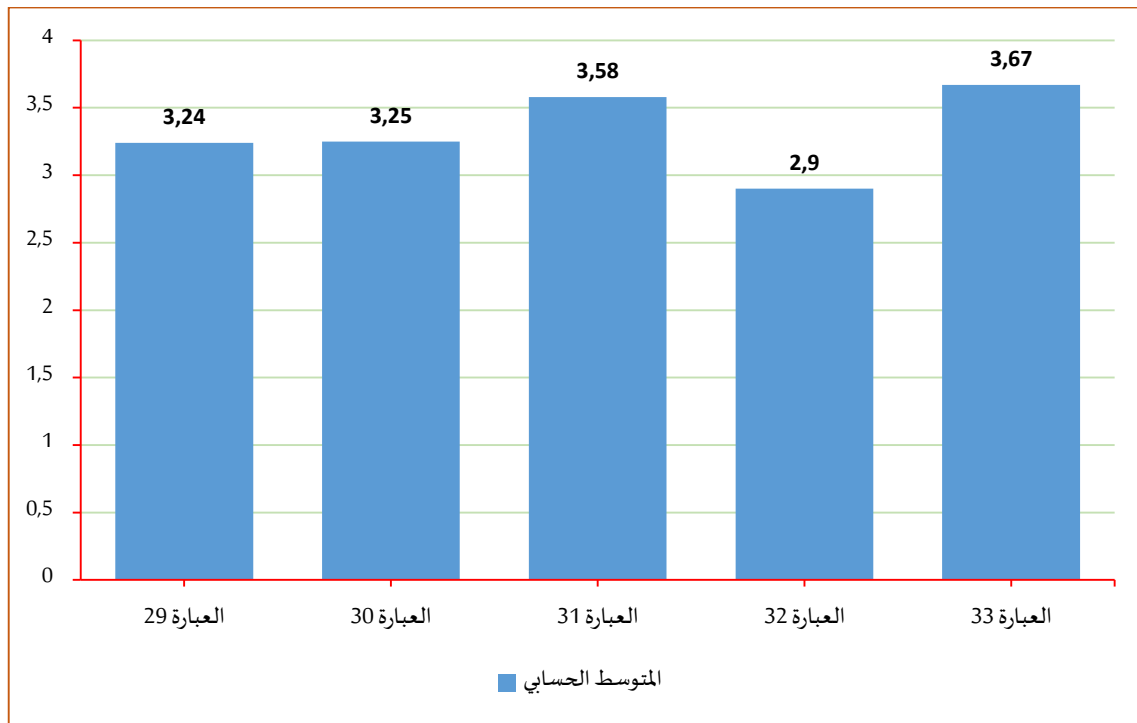
العبارة رقم (29): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الرابعة (04) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,24)، مع انحراف معياري قدره (1,3111)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية متوسطة ويعتبرون أنَّ (قيام موظفو بريد الجزائر بإرشاد العملاء حول طبيعة الخدمات المالية التي تُقدمها مؤسسة بريد الجزائر)، تعتبر من الخدمات المتوسطة عند تعاملهم مع المؤسسة.

العبارة رقم (32): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الخامسة (05) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2,90)، مع انحراف معياري قدره (1,1781)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (متوسطة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم.

تُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (فهم موظفو مؤسسة بريد الجزائر احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها)، تعتبر من الخدمات المتوسطة عند تعاملهم مع المؤسسة.

الشكل رقم (10-03): عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد التعاطف) وفق آراء أفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

6- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمتغير الدراسة الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)

الجدول رقم (03-39): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (مستوى الملموسية)

الترتيب	بيان العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
مستوى الملموسية					
العبارة 34	يعتبر موقع المكاتب البريدية لمؤسسة بريد الجزائر ملائماً وسهل الوصول إليه	4,27	0,8972	1	مرتفعة جداً
العبارة 35	تستخدم مؤسسة بريد الجزائر آلات ومكائن تقنية حديثة ومتطورة	3,93	1,0438	2	مرتفعة
العبارة 36	المظهر العام للموظفين في مؤسسة بريد الجزائر لائق ونظيف	3,46	1,2786	7	مرتفعة
العبارة 37	تتميز مؤسسة بريد الجزائر بمكاتب بريدية نظيفة	3,74	1,3244	4	مرتفعة
العبارة 38	توفر مؤسسة بريد الجزائر داخل مكاتبها البريدية منشورات إرشادية واضحة	3,68	1,0391	5	مرتفعة
العبارة 39	توفر مؤسسة بريد الجزائر بطاقة "الذهبية" بمقاييس عالمية (من ناحية الشكل، و التركيبية المادية للبطاقة)	3,81	1,9688	3	مرتفعة
العبارة 40	توفر مؤسسة بريد الجزائر أجهزة الموزع الآلي (GAB) في أماكن ملائمة وسهل الوصول إليها	2,23	1,9417	8	منخفضة

العبارة 41	توفر مؤسسة بريد الجزائر داخل مكاتبها البريدية قاعات انتظار مريحة	3,49	1,0852	6	مرتفعة
	آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الملموسية	3,58	0,1543		درجة مرتفعة

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (03-39) أعلاه، نجد أنَّ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الثاني والمتعلق (بمستوى الملموسية) في مؤسسة بريد الجزائر، بلغ (3,58)، مع انحراف معياري قدره (0,1543)، مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي لبعد (الملموسية)، وهذا المتوسط يقع ضمن النطاق (3,40 إلى 4,20 درجة)، مما يعني أنَّ اتجاهات أفراد العينة تُشير إلى موافقتهم على مستوى الملموسية التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة لنا وذلك بدرجة قدرت بـ (مرتفعة)، حسب وجهة نظرهم.

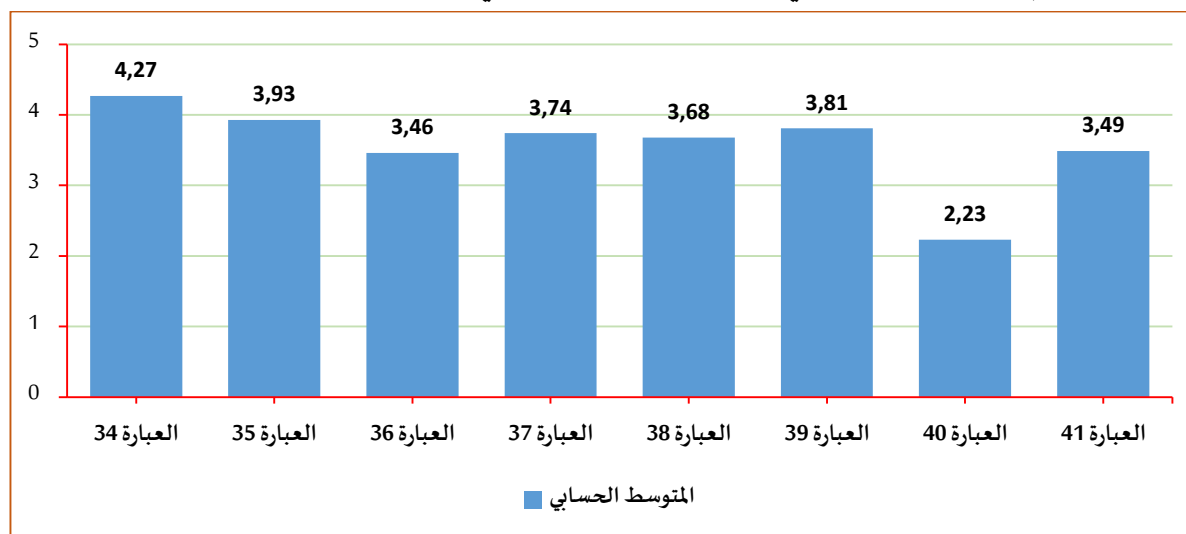
لتحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكن القول أنَّ تقارب الآراء يعكس تجانس تقييم الأفراد حول توفر مستوى الملموسية في مؤسسة بريد الجزائر، وهو ما يدعم موثوقية الاستنتاج بأن هذا المتغير في دراستنا متوفر ومؤثر بشكل جيد في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، كما أن درجة التقييم (مرتفعة) تعزز من هذا الاستنتاج، وتشير إلى وجود رضا مسبق وعام بين أفراد العينة عن هذا البعد (الملموسية) في مؤسسة بريد الجزائر.

وبشكل أكثر تفصيلاً، من خلال تحليلنا لترتيب فقرات المحور الثاني (مستوى الملموسية) الموضحة في الجدول رقم (03-39)، نجد ما يلي:

- **العبارة رقم (34):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الأولى (01) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4,27)، مع انحراف معياري قدره (0,8972)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة جداً) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (موقع المكاتب البريدية لمؤسسة بريد الجزائر ملائماً وسهل الوصول إليه)، ويعتبرونها محقق بشكل كبير.
- **العبارة رقم (35):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثانية (02) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,93)، مع انحراف معياري قدره (1,0438)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (تستخدم مؤسسة بريد الجزائر آلات ومكائن تقنية حديثة ومتطورة)، ويعتبرونها محققة.
- **العبارة رقم (39):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثالثة (03) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,81)، مع انحراف معياري قدره (1,9688)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (توفر مؤسسة بريد الجزائر بطاقة "الذهبية" بمقاييس عالمية من ناحية الشكل، و التركيبية المادية للبطاقة)، ويعتبرونها محققة.

- **العبارة رقم (37):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الرابعة (04) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,74)، مع انحراف معياري قدره (1,3244)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (تتميز مؤسسة بريد الجزائر بمكاتب بريدية نظيفة)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.
- **العبارة رقم (38):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الخامسة (05) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,68)، مع انحراف معياري قدره (1,0391)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (توفر مؤسسة بريد الجزائر داخل مكاتبها البريدية منشورات إرشادية واضحة)، ويعتبرونها من الخدمات الأكثر أهمية لهم.
- **العبارة رقم (41):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة السادسة (06) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,49)، مع انحراف معياري قدره (1,0852)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية كبيرة ويعتبرون أنَّ (توفر مؤسسة بريد الجزائر داخل مكاتبها البريدية قاعات انتظار مريحة)، ويعتبرونها متوفرة بشكل أقل من المتوقع.
- **العبارة رقم (36):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة السابعة (07) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,46)، مع انحراف معياري قدره (1,2786)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية أقل ويعتبرون أنَّ (المظهر العام للموظفين في مؤسسة بريد الجزائر لائق ونظيف)، ويعتبر أقل مقارنة بتوفر الخدمات الأخرى.
- **العبارة رقم (40):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثامنة (08) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (2,23)، مع انحراف معياري قدره (1,9417)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (منخفضة) على هذه الفقرة، حسب وجهة نظرهم، وتُظهر هذه النتائج إلى أنَّ أفراد العينة (عملاء المؤسسة) يولون أهمية منخفضة ويعتبرون أنَّ (توفر مؤسسة بريد الجزائر أجهزة الموزع الآلي (GAB) في أماكن ملائمة وسهل الوصول إليها)، يعتبر غير محقق من وجهة نظرهم.

الشكل رقم (03-11): عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثاني (بعد الملموسية) وفق آراء أفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

7- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء للمحور الثالث (الرضا)

الجدول رقم (03-40): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على المحور الثالث (الرضا)

رقم العبارة	بيان العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب حسب الأهمية	الاتجاه العام للعبارة
الرضا					
العبارة 42	أشعر بالرضا عن رسوم الاشتراك السنوية التي أدفعها مقابل الحصول البطاقة "الذهبية"	3,82	1,0077	3	مرتفعة
العبارة 43	أرى بأنني قمت باتخاذ القرار الصحيح عندما اخترت مؤسسة بريد الجزائر في تعاملاتي المالية.	3,79	0,9008	4	مرتفعة
العبارة 44	أشعر بالرضا عن الرسوم (Taxé) المطبقة على الخدمات المالية المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر	3,73	0,9817	5	مرتفعة
العبارة 45	أوصي زملائي ومعارفي باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر.	3,71	0,8662	6	مرتفعة
العبارة 46	أشعر بالراحة فيما يتعلق بعلاقتي مع إدارة مؤسسة بريد الجزائر على مستوى المكاتب البريدية أو الوحدات الولائية.	3,48	0,9679	7	مرتفعة
العبارة 47	أشعر بالرضا عن جودة الخدمات المالية المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر	3,84	0,8562	2	مرتفعة
العبارة 48	بشكل عام، أنا راضي عن مؤسسة بريد الجزائر والخدمات المالية التي تقدمها عبر وسائل الدفع الإلكتروني	3,86	0,9187	1	مرتفعة
آراء واتجاهات أفراد العينة حول بُعد الرضا		3,75	0,0744	درجة مرتفعة	

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول رقم (03-40) أعلاه، نجد أنَّ المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على فقرات المحور الثالث المتعلق (بالرضا) في مؤسسة بريد الجزائر، بلغ (3,75)، مع انحراف معياري قدره (0,0744)، مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام لمؤشرات المحور الثالث (الرضا)، وهذا المتوسط يقع ضمن النطاق (3,40 إلى 4,20 درجة)، مما يعني أنَّ اتجاهات أفراد العينة تُشير إلى موافقتهم على مستوى الرضا لديهم عن وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات المالية البريدية التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر، وذلك بدرجة قدرت بـ (مرتفعة)، حسب وجهة نظرهم.

لتحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكن القول أنَّ تقارب الآراء يعكس تجانس تقييم الأفراد حول توافر مؤشرات الرضا عن كل من وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات المالية البريدية لمؤسسة بريد الجزائر، وهو ما يدعم موثوقية الاستنتاج بأنَّ هذا البعد في دراستنا متوفر ومؤثر بشكل جيد في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، كما أن درجة التقييم (مرتفعة) تعزز من هذا الاستنتاج، وتشير إلى وجود رضا محقق بين أفراد العينة عن كل من المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكتروني) و المتغير التابع (جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر).

وبشكل أكثر تفصيلاً، من خلال تحليلنا لترتيب فقرات المحور الثالث (الرضا) الموضحة في الجدول رقم (03-40)، نجد ما يلي:

- العبارة رقم (48): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور، المرتبة الأولى (01) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,86)، مع انحراف معياري قدره (0,9187)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة جداً) على هذه الفقرة (بشكل عام، أنا راضٍ عن مؤسسة بريد الجزائر والخدمات المالية التي تقدمها عبر وسائل الدفع الإلكتروني)، حسب وجهة نظرهم.
- العبارة رقم (47): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثانية (02) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,84)، مع انحراف معياري قدره (0,8562)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة (أشعر بالرضا عن جودة الخدمات المالية المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر)، حسب وجهة نظرهم.
- العبارة رقم (42): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الثالثة (03) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,82)، مع انحراف معياري قدره (1,0077)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة (أشعر بالرضا عن رسوم الاشتراك السنوية التي أدفعها مقابل الحصول البطاقة "الذهبية")، حسب وجهة نظرهم.
- العبارة رقم (43): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور المرتبة الرابعة (04) من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,79)، مع انحراف معياري قدره (0,9008)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه

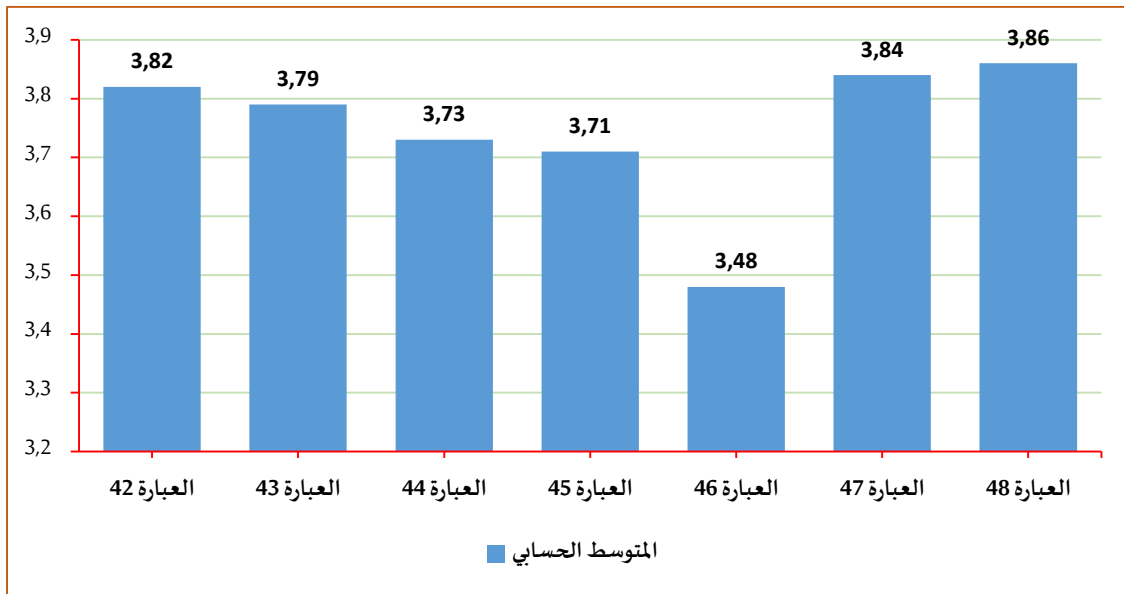
الفقرة (أرى بأني قمت باتخاذ القرار الصحيح عندما اخترت مؤسسة بريد الجزائر في تعاملاتي المالية)، حسب وجهة نظرهم.

العبارة رقم (44): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور **المرتبة الخامسة (05)** من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,73)، مع انحراف معياري قدره (1,9817)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة (أشعر بالرضا عن الرسوم (Taxé) المطبقة على الخدمات المالية المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر)، حسب وجهة نظرهم.

• **العبارة رقم (45):** احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور **المرتبة السادسة (06)** من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,71)، مع انحراف معياري قدره (1,8662)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة (أوصي زملائي ومعارفي باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر)، حسب وجهة نظرهم.

العبارة رقم (46): احتلت هذه العبارة من بين مجمل العبارات المكونة للمحور **المرتبة السابعة (07)** من حيث الأهمية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3,48)، مع انحراف معياري قدره (1,9679)، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي إلى أنَّ اتجاهات (تقييم) أفراد العينة تُظهر موافقة بدرجة (مرتفعة) على هذه الفقرة (أشعر بالراحة فيما يتعلق بعلاقتي مع إدارة مؤسسة بريد الجزائر على مستوى المكاتب البريدية أو الوحدات الولائية)، حسب وجهة نظرهم.

الشكل رقم (03-12): عرض بياني لترتيب فقرات المحور الثالث (مؤشرات الرضا) وفق آراء أفراد العينة



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

المطلب الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات

نقوم باختبار الفرضيات واختيار الأدوات الإحصائية لدراسة الدلالة الإحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة (عملاء مؤسسة بريد الجزائر) من خلال إتباع الخطوات التالية:

الفرع الأول: صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة

أولاً: اختيار الأداة الإحصائية لاختبار الفرضيات

للتحقق من صحة الفرضيات تم استخدام اختبار 'ت' (T-TEST) في حالة العينة الواحدة (one Sample t-test) ويستخدم هذا الاختبار في الكشف عن ما إذا كان هناك فرق جوهري (دال إحصائياً) بين المتوسط الحسابي $\bar{X}$ لإجابات أفراد العينة على إجمالي الفقرات المتعلقة بكل متغير من أبعاد الاستبانة و المتوسط الفرضي ($\mu=03$) أي معرفة ما إذا كان هناك فرق معنوي بين مستوى المتغير المراد معرفة رأي أفراد العينة فيه والمتوسط الفرضي (03) للمجتمع الدراسة حيث المتوسط الفرضي يساوي مجموع القيم مقياس الدراسة / عددها = $3=5/5+4+3+2+1$ حيث يمثل المتوسط الفرضي 3 الحياد في مقياس ليكرت.

ثانياً: قاعدة اتخاذ القرار في اختبار الفرضيات

باستخدام اختبار 'ت' (T-TEST) نقارن بين قيمة الإحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) وقيمة الإحصائية لـ 'ت' الجدولية (T_{tab})، وهناك احتمالات عند هذه المقارنة:

01 - إذا كانت القيمة الإحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) أقل من القيمة الإحصائية لـ 'ت' الجدولية (T_{tab})، أو قيمة Sig مستوى المعنوية أكبر من 0.05 وقيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير تساوي بالتقريب قيمة المتوسط الفرضي للمجتمع $\mu = \bar{X} = 03$ أو الفرق بينهما تقريبا يساوي الصفر (0)، فهذا يدل على عدم وجود فرق دال إحصائياً في إجابات أفراد العينة وأن اتجاهاتهم محايدة لاتجاه مستوى المتغير المراد معرفة رأي أفراد العينة فيه وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1).

02 - إذا كانت قيمة الإحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) أكبر من القيمة الإحصائية لـ 'ت' الجدولية (T_{tab})، أو قيمة Sig مستوى المعنوية أقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) وهنا توجد حالتين يمكن مصادفتها:

- **حالة 01:** قيمة المتوسط الحسابي $\bar{X}$ لرأي أفراد العينة لمتغيرات الدراسة أكبر من قيمة المتوسط الفرضي: ($\bar{X} > 03$)، أي الفرق بينهما موجب فهذا يدل على وجود فروق دال إحصائياً في إجابات أفراد العينة وأن اتجاههم إيجابي اتجاه مستوى (مدى توفر) المتغير المراد معرفة رأي أفراد العينة فيه.
- **حالة 02:** قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير أقل من قيمة المتوسط الفرضي: ($\bar{X} < 03$)، أي الفرق بينهما سالب فهذا يدل على وجود فروق دال إحصائياً في إجابات أفراد العينة وأن اتجاههم سلي اتجاه مستوى (مدى توفر) المتغير المراد معرفة رأي أفراد العينة فيه.

❖ مستوى الدلالة المعتمد من طرفنا في البحث لاختبار الفرضية: تم اختيار مستوى الدلالة 0.05 وهو الأكثر شيوعا واستخداما في بحوث التسويق.

❖ درجة الحرية (DF): درجة الحرية تساوي: عدد العينة - 01 إذن $DF = 1 - 372 = 371$

❖ تحديد القيم الحرجة لـ T أو تسمى أيضا قيمة T الجدولية: عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 371 فإن قيمة "ت" الجدولية تساوي $T_{tab} = 1,978$.

الفرع الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسة الأولى

جاءت الفرضية الرئيسة لدراستنا كالتالي:

تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر. وعليه فإن:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية (مؤسسة بريد الجزائر).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير لوسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية (مؤسسة بريد الجزائر).

للإجابة على هذه الفرضية تم تقييم إجابات أفراد العينة (عملاء مؤسسة بريد الجزائر) اتجاه تأثير وسائل الدفع الإلكتروني، على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، كما يلي:

❖ بالنسبة للمحور الأول (مستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني)

الفرضية الفرعية الأولى ($H_{1.1}$): تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر بشكل مقبول من وجهة نظر العملاء المبحوثين.

الجدول رقم (03-41): الفروق بين المتوسط الحسابي ($\bar{X}$) لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور

الأول من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر ومتوسط فرضي ($\mu = 3$)

Test Value = 3								
القرار	Sig	درجة الحرية	T المحسوبة	Mean Difference الفرق بين $\bar{X}$ و $(\mu=3)$	Ecart type الانحراف المعياري	Moyenne المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني من وجهة نظر العملاء المبحوثين
دال	0,000	371	36,869	6,79568	3,55502	42,7957	372	
قيمة T الجدولية : $T_{tab} = 1.9781$ عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية $DF = 372$								

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا:

أنَّ المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الأول المتعلق بـ (مستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بلغ ($\bar{X}=42,7957$) وبالانحراف المعياري بلغ $\delta = 0,55502$ و أنَّ القيمة الاحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) بلغت ($T_{cal}=36,869$) وهي أكبر من القيمة 'ت' الجدولية ($T_{tab}=1,9781$) كما أنَّ قيمة احتمال الخطأ ($P\text{-value}=0.000$ أو $Sig=0.000$) أقل من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد العينة و أنَّ قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير (مستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني) أكبر من قيمة المتوسط الفرضي ($x = 42,7957 > 03$) أي الفرق بينهما موجب (+): $(\bar{X}-3)=6,79568$ ، أي أنَّ رأيهم اتجه مستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر إيجابياً، وحسب مقياس ليكارت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان المعتمد فهذا يعني أنَّ: مستوى وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر يتوفر بدرجة مرتفعة في مؤسسة بريد الجزائر من منظور العملاء.

وعليه فإن هذه الفرضية محققة $H_{1.1}$: تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر بشكل مقبول من وجهة نظر العملاء المبحوثين.

❖ بالنسبة لأبعاد المحور الثاني (جودة الخدمة المالية البريدية)

الفرضية الفرعية الثانية ($H_{1.2}$): تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (العناصر الملموسة).

الجدول رقم (03-42): الفروق بين المتوسط الحسابي ($\bar{X}$) لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات الجزء المتعلق ببعد (الملموسية) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر ومتوسط فرضي ($\mu = 3$)

Test Value = 3								
القرار	Sig	درجة الحرية	T المحسوبة	Mean Difference الفرق بين $\bar{X}$ و $\mu=3$	Ecart type الانحراف المعياري	Moyenne المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى جودة الملموسية للخدمة المالية البريدية من وجهة نظر العملاء المبحوثين
دال	0,000	371	28,919	4,61828	3,08015	28,6183	372	
قيمة T الجدولية : $T_{tab}=1.9781$.. عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية $DF=372$								

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{V26} وبرنامج Excel_{V16}

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا:

أنَّ المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني المتعلق بـ (مستوى الملموسية) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بلغ ($\bar{X}=28,6183$) وبالانحراف المعياري بلغ $\delta = 3,08015$ و أنَّ قيمة

الاحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) بلغت ($T_{cal}=28,919$) وهي أكبر من القيمة 'ت' الجدولية ($T_{tab}=1.9781$) كما أن قيمة احتمال الخطأ ($P\text{-value}=0.000$ أو $Sig=0.000$) أقل من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد العينة و أن قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير (مستوى توفر جودة الملموسية للخدمة المالية البريدية) أكبر من قيمة المتوسط الفرضي ($\bar{X}=28,6183 > 03$). أي الفرق بينهما موجب (+): $4,61828 = (\bar{X}-3)$ ، أي أن رأيهم اتجاه جودة الملموسية للخدمة المالية البريدية لدى مؤسسة بريد الجزائر إيجابي، وحسب مقياس ليكرت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان المعتمد، فهذا يعني أن: (مستوى الملموسية) يتوفر بدرجة مرتفعة في مؤسسة بريد الجزائر من منظور العملاء.

وعليه فإن هذه الفرضية محققة $H_{1.2}$: تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً ل (العناصر الملموسة).

الفرضية الفرعية الثالثة ($H_{1.3}$): تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً ل (درجة الاعتمادية).

الجدول رقم (03-43): الفروق بين المتوسط الحسابي ($\bar{X}$) لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات الجزء المتعلق ببعد (الاعتمادية) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر ومتوسط فرضي ($\mu = 3$)

Test Value = 3								
القرار	Sig	درجة الحرية	T المحسوبة	Mean Difference الفرق بين $\bar{X}$ و ($\mu=3$)	Ecart type الانحراف المعياري	Moyenne المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى جودة الاعتمادية للخدمة المالية البريدية من وجهة نظر العملاء المبحوثين
دال	0,000	371	28,637	4,23387	2,85152	28,2339	372	
قيمة T الجدولية : $T_{tab}=1.9781$ عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية $DF=372$								

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{V26} وبرنامج Excel_{V16}

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا:

أن المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني المتعلق بـ (مستوى الاعتمادية) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بلغ ($\bar{X}=28,2339$) وبالانحراف معياري بلغ ($\delta=2,85152$) و أن القيمة الاحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) بلغت ($T_{cal}=28,637$) وهي أكبر من القيمة 'ت' الجدولية ($T_{tab}=1,9781$) كما أن قيمة احتمال الخطأ ($P\text{-value}=0.000$ أو $Sig=0.000$) أقل من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد العينة و أن قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير (مستوى جودة الاعتمادية للخدمة المالية البريدية) أكبر من قيمة المتوسط الفرضي ($\bar{X}=28,2339 > 03$). أي الفرق بينهما موجب (+): $4,23387 = (\bar{X}-3)$ ، أي أن رأيهم اتجاه جودة الاعتمادية للخدمة المالية البريدية لدى مؤسسة بريد الجزائر إيجابي، وحسب

مقياس ليكارت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان المعتمد، فهذا يعني أنَّ: (مستوى الاعتمادية) يتوفر بدرجة مرتفعة في مؤسسة بريد الجزائر من منظور العملاء.

وعليه فإن هذه الفرضية محققة H_{1.3}: تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاعتمادية).

الفرضية الفرعية الرابعة (H_{1.4}): تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاستجابة).

الجدول رقم (03-44): الفروق بين المتوسط الحسابي ($\bar{X}$) لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات الجزء المتعلق ببعد (الاستجابة) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر ومتوسط فرضي ($\mu = 3$)

Test Value = 3								
القرار	Sig	درجة الحرية	T المحسوبة	Mean Difference الفرق بين $\bar{X}$ و $\mu=3$	Ecart type الانحراف المعياري	Moyenne المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى جودة الاستجابة للخدمة المالية البريدية من وجهة نظر العملاء المبحوثين
دال	0,000	371	41,489	4,22849	1,96573	10,2285	372	
قيمة T الجدولية : T _{tab} =1.9781.. عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 372=DF								

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا:

أن المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني المتعلق بـ (مستوى الاستجابة) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بلغ ($\bar{X}=10,2285$) وبالانحراف المعياري بلغ ($\delta=1,96573$) و أن القيمة الاحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) بلغت ($T_{cal}=41,489$) وهي أكبر من القيمة 'ت' الجدولية ($T_{tab}=1.9781$) كما أن قيمة احتمال الخطأ ($P\text{-value}=0.000$ أو $Sig=0.000$) اقل من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد العينة و أن قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير (مستوى جودة الاستجابة للخدمة المالية البريدية) أكبر من قيمة المتوسط الفرضي ($\bar{X}=10,2285 > 03$). أي الفرق بينهما موجب (+): 4,22849 ($\bar{X}-3$) ، أي أنَّ رأيهم اتجاه جودة الاستجابة للخدمة المالية البريدية لدى مؤسسة بريد الجزائر إيجابي، وحسب مقياس ليكارت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان المعتمد، فهذا يعني أنَّ: (مستوى الاستجابة) يتوفر بدرجة مرتفعة في مؤسسة بريد الجزائر من منظور العملاء.

وعليه فإن هذه الفرضية محققة H_{1.4}: تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاستجابة).

الفرضية الفرعية الخامسة ($H_{1.5}$): تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الأمان).

الجدول رقم (03-45): الفروق بين المتوسط الحسابي ($\bar{X}$) لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات الجزء المتعلق بـ (الأمان) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر ومتوسط فرضي ($\mu = 3$)

Test Value = 3								
القرار	Sig	درجة الحرية	T المحسوبة	Mean Difference الفرق بين $\bar{X}$ و ($\mu=3$)	Ecart type الانحراف المعياري	Moyenne المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى جودة الأمان للخدمة المالية البريدية من وجهة نظر العملاء المبحوثين
دال	0,000	371	32,191	4,14247	2,48198	19,1425	372	
قيمة T الجدولية : $T_{tab} = 1.9781$.. عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية $372 = DF$								

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا:

أن المتوسط الحسابي لـ إجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني المتعلق بـ (مستوى الأمان) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بلغ ($\bar{X}=19,1425$) وبالانحراف المعياري بلغ ($\delta=2,48198$) و أن قيمة الاحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) بلغت ($T_{cal}=32,191$) وهي أكبر من القيمة 'ت' الجدولية ($T_{tab}=1.9781$) كما أن قيمة الاحتمال الخطأ ($P\text{-value}=0.000$ أو $Sig=0.000$) أقل من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد العينة و أن قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير (مستوى جودة الأمان للخدمة المالية البريدية) أكبر من قيمة المتوسط الفرضي ($\bar{X}=19,1425 > 03$). أي الفرق بينهما موجب (+): 4,14247 $= (\bar{X}-3)$ ، أي أن رأيهم اتجاه جودة الأمان للخدمة المالية البريدية لدى مؤسسة بريد الجزائر إيجابي، وحسب مقياس ليكارت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان المعتمد، فهذا يعني أن: (مستوى الأمان) يتوفر بدرجة مرتفعة في مؤسسة بريد الجزائر من منظور العملاء.

وعليه فإن هذه الفرضية محققة $H_{1.5}$: تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الأمان).

الفرضية الفرعية السادسة ($H_{1.6}$): تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة التعاطف).

الجدول رقم (03-46): الفروق بين المتوسط الحسابي ($\bar{X}$) لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات الجزء المتعلق ببعد (التعاطف) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر ومتوسط فرضي ($\mu = 3$)

Test Value = 3								
القرار	Sig	درجة الحرية	T المحسوبة	Mean Difference الفرق بين $\bar{X}$ و ($\mu=3$)	Ecart type الانحراف المعياري	Moyenne المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى جودة التعاطف للخدمة المالية البريدية حسب وجهة نظر العملاء المبحوثين
دال	0,000	371	11,172	1,65860	2,86330	16,6586	372	
قيمة T الجدولية : $T_{tab} = 1.9781$.. عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية $DF = 372$								

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا:

أن المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثاني المتعلق بـ (مستوى التعاطف) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بلغ ($\bar{X}=16,6586$) وبالانحراف المعياري بلغ ($\delta=2,86330$) و أن القيمة الاحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) بلغت ($T_{cal}=11,172$) وهي أكبر من القيمة 'ت' الجدولية ($T_{tab}=1.9781$) كما أن قيمة احتمال الخطأ ($P\text{-value}=0.000$ أو $Sig=0.000$) اقل من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد العينة و أن قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير (مستوى جودة التعاطف للخدمة المالية البريدية) أكبر من قيمة المتوسط الفرضي ($\bar{X}=16,6586 > 03$). أي الفرق بينهما موجب (+): 1,65860 ($\bar{X}-3$) ، أي أن رأيهم اتجه جودة التعاطف للخدمة المالية البريدية لدى مؤسسة بريد الجزائر إيجابياً، وحسب مقياس ليكارت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان المعتمد، فهذا يعني أن: (مستوى التعاطف) يتوفر بدرجة مرتفعة في مؤسسة بريد الجزائر من منظور العملاء.

وعليه فإن هذه الفرضية محققة $H_{1.6}$: تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة التعاطف).

❖ تشير النتائج أعلاه، إلى أن الفرضيات الستة (06) المنشقة عن الفرضية الرئيسية الأولى جميعها قد تحققت، وعليه فإن هذه الأخيرة محقق، ويمكننا القول أن: "وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر على جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر".

❖ بالنسبة لأبعاد المحور الثالث (مؤشرات الرضا)

الفرضية الرئيسية الثانية (H_2): تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر بدرجات متفاوتة على حسين جودة الخدمة المالية البريدية من خلال (مؤشرات الرضا).

الجدول رقم (03-47): الفروق بين المتوسط الحسابي ($\bar{X}$) لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات الجزء المتعلق بمؤشرات (الرضا) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر ومتوسط فرضي ($\mu = 3$)

Test Value = 3							
القرار	Sig	درجة الحرية	T المحسوبة	Mean Difference الفرق بين $\bar{X}$ و ($\mu=3$)	Ecart type الانحراف المعياري	Moyenne المتوسط الحسابي	حجم العينة
دال	0,000	371	41,511	5,24731	2,43804	26,2473	372
قيمة T الجدولية : $T_{tab} = 1.9781$.. عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية $DF=372$							

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا:

أن المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة على إجمالي فقرات المحور الثالث المتعلق بـ (مؤشرات الرضا) من الاستبيان الموجه لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بلغ ($\bar{X}=26,2473$) وبالانحراف معياري بلغ ($\delta=2,43804$) و أن قيمة الاحصائية لـ 'ت' المحسوبة (T_{cal}) بلغت ($T_{cal}=183,909$) وهي أكبر من القيمة 'ت' الجدولية ($T_{tab}=1.9781$) كما أن قيمة الاحتمال الخطأ ($P\text{-value}=0.000$ أو $Sig=0.000$) اقل من مستوى الدلالة 0.05 فهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية في إجابات أفراد العينة و أن قيمة المتوسط الحسابي لرأي أفراد العينة في المتغير (مستوى مؤشرات الرضا عن وسائل الدفع الإلكتروني ودرجة تأثيرها على جودة الخدمة المالية البريدية) أكبر من قيمة المتوسط الفرضي ($\bar{X}=26,2473$) أي الفرق موجب (+): $(\bar{X}-3)=23,24731$ ، أي أن رأيهم اتجاه مستوى مؤشرات الرضا عن وسائل الدفع الإلكتروني ودرجة تأثيرها على جودة الخدمة المالية البريدية لدى مؤسسة بريد الجزائر إيجابي، وحسب مقياس ليكارت (Likert scale) خماسي النقاط لقياس العبارات في كل محور من محاور الاستبيان المعتمد، فهذا يعني أن: (مؤشرات الرضا) يتوفر بدرجة مرتفعة في مؤسسة بريد الجزائر من منظور العملاء.

وعليه فإن هذه الفرضية محققة H_2 : تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر بدرجات متفاوتة على جودة الخدمة المالية البريدية من خلال (مؤشرات الرضا).

ثانياً: ترتيب أبعاد (مؤشرات) جودة الخدمة المالية (حسب نموذج SERVPERF المعدل) في مؤسسة بريد الجزائر من وجهة نظر العينة المدروسة

بعد عملية عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول تأثير وسائل الدفع الإلكتروني التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية لها، نقوم في هذه المرحلة بتحديد أكبر المتغيرات وترتيبها حسب أهميتها لدى أفراد العينة وأكثرها توافراً وفق للمتوسطات الحسابية والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول رقم (03-48): ترتيب أبعاد جودة الخدمة المالية وفق (نموذج SERVPERF) في مؤسسة بريد الجزائر

الرقم	المتغيرات	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	مستوى التوفر	الترتيب
1	مستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني	3,570	3,55502	درجة مرتفعة	1
1	بعد الملموسية	3,580	3,08015	درجة مرتفعة	02
2	بعد الاعتمادية	3,530	2,85152	درجة مرتفعة	03
3	بعد الاستجابة	3,410	1,96573	درجة مرتفعة	04
4	بعد الأمان	3,830	2,48198	درجة مرتفعة	01
5	بعد التعاطف	3,330	2,86330	درجة متوسطة	05
3	مؤشرات الرضا	3,750	2,43804	درجة مرتفعة	1
المستوى العام لجودة الخدمات المالية البريدية		171,9140	7,27201	درجة مرتفعة	

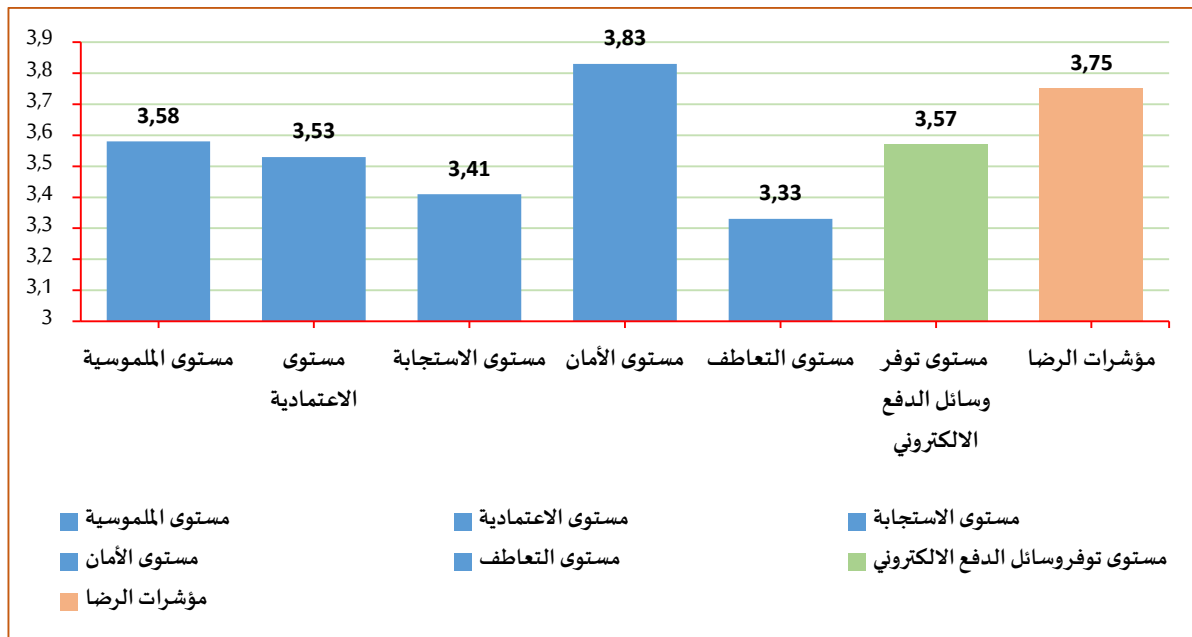
المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه وحسب آراء واتجاهات أفراد العينة المستجوبين توصلنا إلى ما يلي:

أنَّ المتوسط الإجمالي لجودة الخدمات المالية البريدية بالمؤسسة محل الدراسة بلغ 3,6041 وهي بدرجة مرتفعة وهذا يدل على أنَّ جودة الخدمات المالية البريدية بالمؤسسة محل الدراسة متوفرة بدرجة مرتفعة بحسب آراء العملاء المبحوثين ، حيث كانت جودة الخدمات المالية البريدية حسب نموذج قياس الجودة المعتمد في أبعاد (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان) متوفرة بدرجة مرتفعة وجاء ترتيب المؤشرات كما يلي الأمان بنسبة 74,83% في المرتبة الأولى يليه بعد الملموسية بنسبة 73,31% يليها بعد الاعتمادية 72,76% يليها الاستجابة بنسبة 71,88% ، في حين جودة الخدمات في مؤشر التعاطف كانت في المتوسط بنسبة 67,08%.

ولتوضيح ترتيب هذه الأبعاد أكثر، ندرج الشكل رقم (03-13):

الشكل رقم (03-13): عرض بياني يبين ترتيب أبعاد جودة الخدمة المالية البريدية في بريد الجزائر



المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

ثالثاً: اختبار الفرضية الرئيسة الثالثة

جاءت الفرضية الرئيسة الثالثة لدراسنا كالتالي:

- الفرضية الرئيسة الثالثة (H_3): لا توجد فروق بين متوسطات آراء العينة اتجاه دور وسائل الدّفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغيرات الديمغرافية (المراقبة) التالية: (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، وتيرة استعمال خدمات الدفع الالكتروني، وسائل الدفع الالكتروني الأكثر استخداماً).

لتحليل هذه الفرضية سيتم الاعتماد على الخطوات التالية:

- ❖ الأدوات الإحصائية لاختبار الفرضية: للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار (ت) T-TEST للدلالة على الفروق بين المتوسطات لفئتين فقط وهما لمتغير الجنس (ذكور والإناث) ويستخدم اختبار T-TEST لتقدير الفرق بين متوسطين.
- ❖ مستوى الدلالة المعتمد من طرفنا في البحث لاختبار الفرضية: تم اختيار مستوى الدلالة 0.05 وهو الأكثر شيوعاً واستخداماً في البحوث.
- ❖ درجة الحرية (DF): في حالة وجود عينتين مستقلتين (ذكور – إناث) فإن درجة الحرية تساوي: عدد العينة - 02 وعليه فإن $DF = 2 - 372 = 370$
- ❖ تحديد القيم الحرجة لـ T أو تسمى أيضاً قيمة T الجدولية: عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 370 فإن قيمة (ت) الجدولية تساوي $T_{tab} = 1.9781$.

❖ اتخاذ القرار في اختبار الفرضية:

الطريقة الأولى: نقارن بين قيمة T المحسوبة (T_{cal}) وقيمة (ت) الجدولية (T_{tab}) إذا كانت المحسوبة أكبر من الجدولية فإننا نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).

الطريقة الثانية: نقارن بين قيمة مستوى المعنوية (Sig) المحسوب باستخدام برنامج (SPSS) مع مستوى الدلالة المعتمد من طرف الطالب (0.05)، فإذا كانت قيمة الاحتمال الخطأ (P-value أو Sig) أقل من أو يساوي مستوى الدلالة (0.05) فإننا نرفض الفرضية الصفرية (H_0)، ونقبل الفرضية البديلة (H_1)

ولمعرفة تأثير المتغيرات الديمغرافية (المراقبة): (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، وتيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني، أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداماً) في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة المدروسة، نحو دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، فإننا ندرس ونحلل كل متغير لوحده، وللكشف عن دلالة الفروق بين المتوسطات لفئات المتغيرات الديمغرافية فإننا نستخدم اختبار (T-Test) في حالة دراسة الفروق بين المتوسطين، واختبار التباين الأحادي (One-way ANOVA) في حالة دراسة الفروق بين أكثر من متوسطين كما يلي:

❖ **الفرضية الفرعية ($H_{3.1}$):** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (الجنس).

الجدول رقم (03-49): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة

الخدمة المالية البريدية لمتغير الجنس

الجنس	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T المحسوبة	درجة الحرية	Sig	القرار
1 ذكر	303	102,891	6,07170	0,061	370	0,951	لا توجد فروق
2 أنثى	69	102,841	6,56780				

قيمة T الجدولية : $T_{tab}=1.9781$ عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية $370=DF$

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه رقم (03-49): يتبين لنا ما يلي:

بلغت قيمة (T) المحسوبة (0,061)، وهي أقل من القيمة الجدولية (1,9781) عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية (370)، كما أنَّ قيمة (Sig=0.951) أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على ما سبق نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، سواء كانوا (ذكوراً)، أو (إناثاً) حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة.

وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدَّفْع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (الجنس) عند مستوى الدلالة (0.05).

❖ **الفرضية الفرعية (H_{3.2}):** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدَّفْع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (العمر).

الجدول رقم (03-50): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدَّفْع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لمتغير العمر

مصدر التباين		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	Sig	النتيجة
1	بين المجموعات	79,801	4	19,950	0,438	0,781	غير دالة
2	داخل المجموعات	16730,540	367	45,587			
التباين الكلي		16810,340	371				
[عدد المجموعات (العمر) - 1] = 4				[عدد الأفراد - عدد المجموعات (العمر)] = 372 - 5 = 367			
F _{tab} =0.839 (ف الجدولية)				درجة الحرية (4 ، و 367)			

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

بلغت قيمة (F) المحسوبة (F_{cal}=0.438)، وهي أقل من القيمة الجدولية (F_{tab}=0.839) عند مستوى الدلالة 0.05، كما أنَّ قيمة (Sig=0.781) وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على ما سبق نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين الفئات العمرية حول دور وسائل الدَّفْع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة.

وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدَّفْع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (العمر) عند مستوى الدلالة (0.05).

❖ **الفرضية الفرعية (H_{3.3}):** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدَّفْع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (المستوى الدراسي).

الجدول رقم (03-51): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لمتغير المستوى الدراسي

مصدر التباين		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
1	بين المجموعات	202,417	5	40,483	0,892	0,486	غير دالة
2	داخل المجموعات	16607,623	366	45,377			
المجموع		16810,340	371				
[عدد المجموعات (المستوى الدراسي) - 1] = 5 - 1 = 4		[عدد الأفراد - عدد المجموعات (المستوى الدراسي)] = 372 - 6 = 366					
F _{tab} =0.870. (ف الجدولية)		درجة الحرية (5 ، و ، 366)					

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

بلغت قيمة (F) المحسوبة (F_{cal}=0.892)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (F_{tab}=0.870) عند مستوى الدلالة 0.05، إلا أن قيمة (Sig=0.486) أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على قيمة (Sig=0.486) التي هي قيمة أكبر من مستوى الدلالة 0.05، فإننا نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين فئات المستوى الدراسي حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة. وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (المستوى الدراسي) عند مستوى الدلالة (0.05).

❖ الفرضية الفرعية (H_{3.4}): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (الوظيفة).

الجدول رقم (03-52): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لمتغير الوظيفة

مصدر التباين		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
1	بين المجموعات	273,145	5	54,629	1,209	0,304	غير دالة
2	داخل المجموعات	16537,195	366	45,184			
المجموع		16810,340	371				
[عدد المجموعات (الوظيفة) - 1] = 5 - 1 = 4		[عدد الأفراد - عدد المجموعات (الوظيفة)] = 372 - 6 = 366					
F _{tab} =0.870. (ف الجدولية)		درجة الحرية (5 ، و. 366)					

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

بلغت قيمة (F) المحسوبة ($F_{cal}=1.209$)، وهي أكبر من القيمة الجدولية ($F_{tab}=0.870$) عند مستوى الدلالة 0.05، كما أنّ قيمة (Sig=0.304) أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على قيمة (F) المحسوبة ($F_{cal}=1.209$)، والتي هي أكبر من القيمة الجدولية ($F_{tab}=0.870$)، نعتبر أنه توجد فروق دالة إحصائية، أي توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين الفئات الوظيفية حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة، وهذا إذا عملنا بالطريقة الأولى – المذكورة سابقاً.

وبناءً على قيمة (Sig=0.304) أكبر من مستوى الدلالة 0.05، نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين الفئات الوظيفية حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة، وهذا إذا عملنا بالطريقة الثانية – المذكورة سابقاً.

وللتأكد أكثر سنعمل بالطريقة الأولى لتحديد لصالح أي من الفئات وجد الفرق، حيث أنّ اختبار التباين الأحادي أشار إلى وجود فروق دالة إحصائية بين مجموعات لمتغير الوظيفة ولكن ذلك لم يحدد لصالح من هذه الفروق، وما إذا كانت قيمة (Sig) أقل من 0.05، بين متوسط المجموعات أم لا، وعليه يجب علينا إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hoc) وتكون المقارنات مثنى – مثنى وفي كل مقارنة نبحث عن دلالة الإحصائية للفرق بين متوسطين، ومن اختبارات المقارنات البعدية (Post Hoc) يوجد اختبار شيفيه (Scheffe Test)* الذي سنستخدمه لاختبار الفرق بين متوسطي مجموعتين إذا كانت قاعدة (Sig) محققة، وبالتالي نحصل على الجدول التالي:

الجدول رقم (03-53): نتائج الفروق باستخدام اختبار شيفيه Test Scheffe بين فئات متغير الوظيفة

الوظيفة	طبيعة العمل (I)	الفرق بين المتوسطي (I-J) D m (I-J)	المستوى المعنوية Sig.	القرار	
				إشارة الفرق	النتيجة الفروق
طالب	القطاع العام	1,23965	0,859	لا توجد فروق بين المجموعتين	//
	القطاع الخاص	1,80296	0,707		
	تاجر (أعمال حرة)	0,18988	1,000		
	متقاعد	-1,87310	0,965		
	بدون وظيفة	0,87074	0,998		
القطاع العام	طالب	-1,23965	0,859		
	القطاع الخاص	0,56331	0,998		
	تاجر (أعمال حرة)	-1,04977	0,978		
	متقاعد	-3,11276	0,747		
	بدون وظيفة	-0,36892	1,000		
القطاع الخاص	طالب	-1,80296	0,707		
	القطاع العام	-0,56331	0,998		
	تاجر (أعمال حرة)	-1,61308	0,909		
	متقاعد	-3,67607	0,629		

* اختبار شيفيه (Scheffe Test): هو اختبار إحصائي يُستخدم في تحليل التباين (ANOVA) لتحديد الفروق بين مجموعتين أو أكثر من المجموعات، يُعتبر اختبار شيفيه من الاختبارات متعددة المقارنات، ويُستخدم بشكل خاص بعد إجراء اختبار (ANOVA) عندما تكون هناك فروق معنوية بين المجموعات، ويرغب الباحث في تحديد أي المجموعات تختلف عن الأخرى.

			0,998	-0,93223	بدون وظيفة	
			1,000	-0,18988	طالب	
			0,978	1,04977	القطاع العام	تاجر
			0,909	1,61308	قطاع خاص	(أعمال
			0,962	-2,06298	متقاعد	حرة)
			1,000	0,68086	بدون وظيفة	
			0,965	1,87310	طالب	
			0,747	3,11276	القطاع العام	
			0,629	3,67607	قطاع خاص	متقاعد
			0,962	2,06298	تاجر (أعمال حرة)	
			0,927	2,74384	بدون وظيفة	
			0,998	-0,87074	طالب	
			1,000	0,36892	القطاع العام	بدون
			0,998	0,93223	قطاع خاص	وظيفة
			1,000	-0,68086	تاجر (أعمال حرة)	
			0,927	-2,74384	متقاعد	
*قاعدة: إذا كانت قيمة (Sig) أقل من 0,05، فإن الفرق بين متوسط المجموعتين دال إحصائياً						

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

من خلال الجدول أعلاه، تظهر النتائج أنَّ مستوى المعنوية (Sig) أكبر من مستوى الدلالة (0,05)، وعليه وحسب القاعدة المعمول بها في كل من اختبار المقارنات البعدية (Post Hoc) واختبار شيفيه (Scheffe Test) فإنه، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب القاعدة أعلاه، في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدَّفْع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (الوظيفة) عند مستوى الدلالة (0,05).

❖ الفرضية الفرعية (H_{3.5}): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدَّفْع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (فترة التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر).

الجدول رقم (03-54): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدَّفْع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لمتغير فترة التعامل مع المؤسسة

مصدر التباين		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
1	بين المجموعات	61,138	3	20,379	0,448	0,719	غير دالة
2	داخل المجموعات	16749,203	368	45,514			
	المجموع	16810,340	371				
[عدد المجموعات (فترة التعامل) - 1] = 3 - 1 = 3		[عدد الأفراد - عدد المجموعات (فترة التعامل)] = 372 - 4 = 368					
F _{tab} = 0.789. (ف الجدولية)		درجة الحرية (3 ، و ، 368)					

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

بلغت قيمة (F) المحسوبة ($F_{cal}=0.448$)، وهي أقل من القيمة الجدولية ($F_{tab}=0.789$) عند مستوى الدلالة 0.05، كما أنّ قيمة (Sig=0.781) أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على ما سبق نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين فئات فترات التعامل مع المؤسسة حول دور وسائل الدّفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة.

وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدّفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (فترة التعامل مع المؤسسة) عند مستوى الدلالة (0.05).

❖ **الفرضية الفرعية ($H_{3.6}$):** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدّفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (المدة الزمنية لامتلاك البطاقة الذهبية).

الجدول رقم (03-55): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدّفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لمتغير المدة الزمنية لامتلاك البطاقة الذهبية

مصدر التباين		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
1	بين المجموعات	355,327	7	44,416	0,980	0,451	غير دالة
2	داخل المجموعات	16455,014	364	45,331			
المجموع		16810,340	371				
[عدد المجموعات (مدة امتلاك البطاقة) - 1] = 7 - 1 = 6		[عدد الأفراد - عدد المجموعات (مدة امتلاك ب)] = 372 - 8 = 364					
F _{tab} =0.907. (ف الجدولية)		درجة الحرية (7 ، و. 364)					

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

بلغت قيمة (F) المحسوبة ($F_{cal}=0.980$)، وهي أكبر من القيمة الجدولية ($F_{tab}=0.907$) عند مستوى الدلالة 0.05، كما أنّ قيمة (Sig=0.451) أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على قيمة (F) المحسوبة ($F_{cal}=0.980$)، والتي هي أكبر من القيمة الجدولية ($F_{tab}=0.907$)، نعتبر أنه توجد فروق دالة إحصائية، أي توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين فئات المدة الزمنية لامتلاك البطاقة الذهبية حول دور أبعاد الجودة المدركة لخدمات وسائل الدّفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة، وهذا إذا عملنا بالطريقة الأولى - المذكورة سابقاً.

وبناءً على قيمة (Sig=0.304) أكبر من مستوى الدلالة 0.05، نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين فئات المدة الزمنية لامتلاك البطاقة الذهبية حول دور وسائل

الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة، وهذا إذا عملنا بالطريقة الثانية – المذكورة سابقاً.

وعليه نأخذ مباشرة بالقاعدة الثانية، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (مدة امتلاك البطاقة الذهبية) عند مستوى الدلالة (0.05).

❖ الفرضية الفرعية (H_{3.7}): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (وتيرة استخدام خدمات وسائل الدفع الإلكتروني).

الجدول رقم (03-56): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لمتغير وتيرة استخدام خدمات وسائل الدفع الإلكتروني

مصدر التباين		مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
1	بين المجموعات	114,880	2	57,440	1,270	0,282	غير دالة
2	داخل المجموعات	16695,460	369	45,245			
المجموع		16810,340	371				
[عدد المجموعات (وتيرة الاستخدام) - 1] = 2 - 1 = 1		[عدد الأفراد - عدد المجموعات (وتيرة الاستخدام)] = 372 - 3 = 369					
F _{tab} =0.693 . (ف الجدولية)		درجة الحرية (2 ، و. 369)					

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

بلغت قيمة (F) المحسوبة (F_{cal}=1,270)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (F_{tab}=0.693) عند مستوى الدلالة 0.05، كما أنّ قيمة (Sig=0.282) أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على قيمة (F) المحسوبة (F_{cal}=0.1,270)، والتي هي أكبر من القيمة الجدولية (F_{tab}=0.693)، نعتبر أنه توجد فروق دالة إحصائية، أي توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين فئات (وتيرة استخدام خدمات وسائل الدفع الإلكتروني) حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة، وهذا إذا عملنا بالطريقة الأولى – المذكورة سابقاً.

وبناءً على قيمة (Sig=0.282) أكبر من مستوى الدلالة 0.05، نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين فئات (وتيرة استخدام خدمات وسائل الدفع الإلكتروني) حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة، وهذا إذا عملنا بالطريقة الثانية – المذكورة سابقاً.

وعليه نأخذ مباشرة بالقاعدة الثانية، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (وتيرة استخدام خدمات وسائل الدفع الإلكتروني) عند مستوى الدلالة (0.05).

❖ **الفرضية الفرعية (H_{3.8}):** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء واتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغير (أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداماً).

الجدول رقم (03-57): فروق اتجاهات أفراد العينة نحو دور أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية لمتغير أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداماً

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	Sig	النتيجة
1 بين المجموعات	1,592	2	0,796	0,017	0,983	غير دالة
2 داخل المجموعات	16808,748	369	45,552			
المجموع	16810,340	371				

المصدر: تم اعداده من قبل الطالب بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS_{v26} وبرنامج Excel_{v16}

بلغت قيمة (F) المحسوبة ($F_{cal}=0.017$)، وهي أقل من القيمة الجدولية ($F_{tab}=0.693$) عند مستوى الدلالة 0.05، كما أنّ قيمة (Sig=0.983) أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

بناءً على ما سبق نعتبر أنه لا توجد فروق دالة إحصائية، أي لا توجد اختلافات في آراء واتجاهات العملاء أفراد العينة، بين فئات (أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداماً) حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة من منظور أفراد العينة.

وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد العينة (العملاء) المستجوبين، نحو دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة، تعزى إلى متغير (وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استخداماً) عند مستوى الدلالة (0.05).

خلاصة التحليل ونتائج الفرضية الرئيسة الثالثة (H₃):

من خلال الإجابة على الفرضيات الفرعية الخاصة بتأثير المتغيرات الديمغرافية (المراقبة): (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، وتيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني، أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداماً)، تم التوصل إلى نتيجة مفادها أنّ دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر محل الدراسة لا يتأثر بأي من المتغيرات الديمغرافية السابقة، وعليه:

تم إثبات صحت الفرضية الرئيسة الثالثة التي تنص على أنه لا توجد فروق بين متوسطات آراء العينة اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغيرات الديمغرافية (المراقبة) التالية: (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، وتيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استخداماً)، حسب وجهة نظر العينة المدروسة من عملاء المؤسسة.

خُلَاصَةُ الْفَصْلِ الثَّالِثِ

تم في هذا الفصل التطرق إلى واقع وسائل الدفع الإلكتروني كدراسة ميدانية لموضوع الدراسة في مؤسسة بريد الجزائر، حيث كانت الدراسة على عينة من عملاء هذه المؤسسة التي اقتصرَت أساساً على (372) استمارة استبانة مسترجعة وصالحة للتوظيف من أصل مجموع الاستثمارات والمقدر بـ(400)، وبعد تفريغ استمارات البحث وباستخدام الأساليب الإحصائية المعتمدة في هذه الدراسة تم اختبار الفرضيات المطروحة في أول البحث، حيث تم:

❖ إثبات صحة الفرضية الرئيسية الأولى: تُؤثر وسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر.

من خلال جملة من الفرضيات التي تفرعت عنها، وكانت كالتالي:

بالنسبة للفرضية الفرعية الأولى: "تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر بشكل مقبول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

حيث أظهرت النتائج أنه هناك مستوى إيجابي في درجة توفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر، وعليه تم قبول الفرضية الفرعية الأولى، وقد كان تقييم أفراد العينة بدرجة مرتفعة، رغم أن العبارة (08): والتي نصها: يُمكنني تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يسر وسهولة باستخدام خدمة تحويل الأموال عبر تطبيق الهاتف النقال "بريدي موب". حصلت على أدنى تقييم، بدرجة منخفضة، وبمتوسط حسابي (2,51).

بالنسبة للفرضية الفرعية الثانية: "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (العناصر الملموسة)".

حيث أظهرت النتائج أنه هناك أثر إيجابي في تأثير وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (العناصر الملموسة)، وعليه تم قبول الفرضية الفرعية الثانية، وقد كان تقييم أفراد العينة بدرجة مرتفعة، رغم أن العبارة العبارة (40): توفر مؤسسة بريد الجزائر أجهزة الموزع الآلي (GAB) في أماكن ملائمة وسهل الوصول إليها، حصلت على أدنى تقييم بدرجة منخفضة، وبمتوسط حسابي (2,23).

بالنسبة للفرضية الفرعية الثالثة: "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاعتمادية)".

حيث أظهرت النتائج أنه هناك أثر إيجابي في تأثير وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاعتمادية)، وعليه تم قبول الفرضية الفرعية الثالثة، وقد كان تقييم أفراد العينة بدرجة مرتفعة، في حين سجلت العبارة التالية أدنى تقييم:

- العبارة (19): مؤسسة بريد الجزائر تتمتع بسمعة طيبة بين مختلف العملاء، بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي (2,84).

بالنسبة للفرضية الفرعية الرابعة: "تؤثر وسائل الدفع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاستجابة)".

حيث أظهرت النتائج أنه هناك أثر إيجابي في تأثير وسائل الدفع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الاستجابة)، وعليه تم قبول الفرضية الفرعية الرابعة، وقد كان تقييم أفراد العينة بدرجة مرتفعة، في حين سجلت العبارة التالية أدنى تقييم:

- العبارة (26): يستجيب موظفو مؤسسة بريد الجزائر لاحتياجات العملاء بشكل سريع وفوري، بدرجة متوسطة، ومرتبة أخيرة بمتوسط حسابي (3,19).

بالنسبة للفرضية الفرعية الخامسة: "تؤثر وسائل الدفع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الأمان)".

حيث أظهرت النتائج أنه هناك أثر إيجابي في تأثير وسائل الدفع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة الأمان)، وعليه تم قبول الفرضية الفرعية الخامسة، وقد كان تقييم أفراد العينة بدرجة مرتفعة، في حين سجلت العبارة التالية أدنى تقييم:

- العبارة (21): يُمكن تحويل الأموال عن طريق الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر من حساب إلى حساب بريدي أو بنكي بكل اطمئنان، بدرجة متوسطة، ومرتبة أخيرة بمتوسط حسابي (3,60)؛

بالنسبة للفرضية الفرعية السادسة: "تؤثر وسائل الدفع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة التعاطف)".

حيث أظهرت النتائج أنه هناك أثر إيجابي في تأثير وسائل الدفع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (درجة التعاطف)، وعليه تم قبول الفرضية الفرعية السادسة، وقد كان تقييم أفراد العينة بدرجة متوسطة، في حين سجلت العبارات التالية أدنى تقييم:

- العبارة (32): يفهم موظفو مؤسسة بريد الجزائر احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها، بدرجة متوسطة، والمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2,90)؛

- العبارة (29): يقوم موظفو بريد الجزائر بإرشاد العملاء حول طبيعة الخدمات المالية التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، بدرجة متوسطة، والمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3,24)؛

- العبارة (30): يتم إبلاغ العملاء عن أية مشكلات طارئة أثناء تأدية الخدمة لهم، بدرجة متوسطة، والمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,25).

تحقق جميع الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الأولى، يدل على صحتها، ويؤكد على أهمية الروابط بين المتغيرات.

❖ **الفرضية الرئيسية الثانية:** "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر بدرجات متفاوتة على تحسين جودة الخدمة المالية البريدية من خلال (مؤشرات الرضا)".

حيث أظهرت النتائج أنه هناك أثر إيجابي في تأثير وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر بدرجات متفاوتة على جودة الخدمة المالية البريدية وفقاً لـ (مؤشرات الرضا)، وعليه تم قبول الفرضية الرئيسية الثانية، وقد كان تقييم أفراد العينة بدرجة مرتفعة، في حين سجلت العبارات التالية أدنى تقييم:

- **العبارة (46):** أشعر بالراحة فيما يتعلق بعلاقتي مع إدارة مؤسسة بريد الجزائر على مستوى المكاتب البريدية أو الوحدات الولائية، بدرجة مرتفعة، والمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3,48).

❖ **إثبات الفرضية الرئيسية الثالثة:** "لا توجد فروق بين متوسطات آراء العينة اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغيرات الديمغرافية (المراقبة) التالية: (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، وتيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استخداماً)".

حيث أظهرت النتائج أنه ليس هناك أي فروق بين متوسطات آراء العينة في دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى (متغيرات الديمغرافية)، وعليه تم قبول الفرضية الرئيسية الثالثة.

خاتمة عامة

يكتسب موضوع الدراسة (دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية) أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول بصفة عامة، وفي الجزائر بصفة خاصة، وذلك نتيجة تطور أنظمة المعلومات والاتصالات وتكنولوجيا المالية، التي أدت إلى تحسين العلاقات الاقتصادية وزيادة حجم العمليات والمبادلات في التجارة الخارجية والداخلية، وما تستدعيه من ضرورة توفر أنظمة الدفع بنوعها التقليدي والحديث بين المتعاملين الاقتصاديين.

مع تسارع وتيرة التقدم التكنولوجي وتشعب العلاقات الاقتصادية، ازدادت الحاجة أكثر إلى وجود أنظمة ووسائل دفع فعّالة تسمح بتسهيل عمليات التبادل وتحويل الأموال بين الاعوان الاقتصاديين ضمن بيئة مالية مصرفية تتسم بالأمان في ظل التغيرات المستمرة.

كل هذه المتغيرات ساهمت في تعميق الفجوة الرقمية بين الدول الصناعية التي تمتلك التكنولوجيا، والدول النامية التي وجدت نفسها في وضع حساس يتطلب تعزيز قدراتها التنافسية لمواجهة هذه التحديات، لهذا نجد الكثير من الدول النامية التي شرعت في تنفيذ إصلاحات بطيئة ومتحفظة أحياناً، التي غالباً ما وجهتها صعوبات في التنفيذ نتيجة الكثير من العوامل، التي من بينها الكادر البشري المؤهل، البنية التحتية، التأطير القانوني للممارسة، ... الخ.

الجزائر مثل غيرها من الدول الساعية لتعزيز قدراتها التنافسية، بدأت بإعادة هيكلة البنوك والمؤسسات المالية، بما فيها مؤسسة بريد الجزائر، من خلال سن جملة من التشريعات والبرامج الرامية لتحديث أنظمة ووسائل الدفع، انتهت هذه الإصلاحات بتطبيق أنظمة الدفع وتسديد الإلكتروني كخطوة نحو تفعيل هذه الإصلاحات.

من خلال هذه الأنظمة تمكنت مؤسسة بريد الجزائر من تحقيق فعالية أكبر في معالجة العمليات المالية البريدية على مستواها أو بين الأطراف المكونة للنظام البيئي الذي تشرف عليه شركة "ساتيم"، في السوق المالية الجزائرية، وساهمت وسائل الدفع الإلكتروني التي تقدمها المؤسسة لتسهيل خدماتها المالية البريدية لعملائها.

وبذلك لعبت وسائل الدفع الإلكتروني دوراً حيوياً في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية ضمن مؤسسة البريد الجزائري، مما ساعد على تلبية احتياجات العملاء بشكل أكثر فعالية وأماناً، وتعزيز الثقة في النظام المالي العام، ولمؤسسة بريد الجزائر بشكل خاص، هذا التحول الرقمي ساهم، في زيادة الرضا وتوفير خدمات تلبي توقعات العملاء.

أولاً: نتائج الدراسة وصحة الفرضيات

يهدف الإجابة على إشكالية الدراسة "هل هناك تأثير للجودة المدركة لخدمات وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المالية البريدية (مؤسسة بريد الجزائر) وفق مؤشرات الرضا؟"، والتي تفرعت عنها مجموعة من الأسئلة، سمحت لنا ببناء تصورات وفرضيات مسبقة للشروع في موضوع البحث، حيث أدت معالجتها بمختلف طرق البحث العلمي سابقة الذكر إلى النتائج التالية:

❖ الفرضية الرئيسية الأولى (H_1): تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر.

تأكد تحقق هذه الفرضية من خلال جملة من الفرضيات التي تندرج ضمنها، حيث كانت الفرضيات كالتالي:

- بالنسبة للفرضية الفرعية الأولى: "تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر بشكل مقبول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة"، كانت محقق من وجهة نظر العملاء المبحوثين؛
 - بالنسبة للفرضية الفرعية الثانية: "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية" وفقاً لـ (العناصر الملموسة)، كانت محقق من وجهة نظر العملاء المبحوثين؛
 - بالنسبة للفرضية الفرعية الثالثة: "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية" وفقاً لـ (درجة الاعتمادية)، كانت محقق من وجهة نظر العملاء المبحوثين؛
 - بالنسبة للفرضية الفرعية الرابعة: "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية" وفقاً لـ (درجة الاستجابة)، كانت محقق من وجهة نظر العملاء المبحوثين؛
 - بالنسبة للفرضية الفرعية الخامسة: "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية" وفقاً لـ (درجة الأمان)، كانت محقق من وجهة نظر العملاء المبحوثين لنتائج؛
 - بالنسبة للفرضية الفرعية السادسة: "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر على جودة الخدمة المالية البريدية" وفقاً لـ (درجة التعاطف)، كانت محقق من وجهة نظر العملاء المبحوثين.
- ❖ الفرضية الرئيسية الثانية (H_2): "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر بدرجات متفاوتة على جودة الخدمة المالية البريدية من خلال (مؤشرات الرضا)"، كانت محقق من وجهة نظر العملاء المبحوثين والنتائج المتوصل إليها.
- ❖ الفرضية الرئيسية الثالثة (H_3): "لا توجد فروق بين متوسطات آراء العينة اتجاه دور وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، تعزى إلى متغيرات الديمغرافية (المراقبة) التالية: (الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، المدة الزمنية لامتلاك البطاقة النقدية "الذهبية"، وتيرة استعمال خدمات الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استخداماً)"، كانت محقق من خلال جميع الفرضيات الفرعية لها، من وجهة نظر العملاء المبحوثين والنتائج المتوصل إليها.

ثانياً: أهمه النتائج التي توصلت إليها الدراسة

❖ نتائج متعلقة بالبيانات الشخصية للدراسة

- أظهرت البيانات هيمنة كبيرة من العملاء الذكور الذين مثلوا نسبة (81 %)، مقارنة بالإناث (19 %) في عينة الدراسة، حيث يبلغ عدد الذكور (303) عميلاً مقابل (69) عميل من فئة الإناث، وهذا له تفسير واضح أن العملاء من الذكور يشكلون غالبية كبيرة في المجتمع المدروس؛
- أظهرت البيانات توزيعاً متنوعاً لعملاء مؤسسة بريد الجزائر بين مختلف فئات العمر، وهذا يعكس تنوعاً كبيراً في الفئات العمرية للمجتمع المدروس (عملاء بريد الجزائر)، مما يشير إلى أهمية فهم احتياجات وتفضيلات كل فئة عمرية؛

- أظهرت البيانات توزيعاً متنوعاً للعينة المدروسة من عملاء بريد الجزائر بين مختلف مستويات التعليم، حيث سجلنا أكبر نسبة بالنسبة للفئة التي لديها شهادة ليسانس وذلك بنسبة (46%)، وهذا ينعكس عنه تفضيلات لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها خاصة وأن هذا النوع من وسائل الدفع الحديثة، يركز كثيراً على وعي ودراية العميل حول جوانب عديدة مثل طرق الاستعمال والأمان المتعلقة بمثل هكذا وسائل دفع الكترونية؛
- أظهرت البيانات توزيع متنوع لعملاء مؤسسة بريد الجزائر، حيث مثلت فئة العاملين في القطاع العام ما نسبته (33%)، تليها فئة الطلبة الجامعيين بنسبة (28%)، وهذا له تأثير واضح على تفضيلات العملاء واستخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني والخدمات المالية البريدية؛
- أظهرت البيانات حسب متغير "مدة التعامل مع المؤسسة" توزيعاً متنوعاً وتباين واضح كان له تأثير إيجابي على إقبال العملاء على استعمال وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها بصفة خاصة والخدمات المالية البريدية بصفة عامة؛
- أظهرت البيانات أن نسبة كبيرة من العملاء المبحوثين تمتلك البطاقة (الذهبية) والتي تمثل أحد وسائل الدفع الإلكتروني الأساسية للمؤسسة، وهذا يعكس مدى اعتماد العملاء على هذه الوسيلة وما تقدمه من خدمات مالية بريدية، حيث سجل ما نسبته (67%) كلهم أجابوا "بنعم" لامتلاك البطاقة، أما بالنسبة للمدة التي تملكوا فيها هذه البطاقة، فقد كان واضحاً وبنسبة (29%) للذين طلبوا البطاقة سنة 2020 أي بمدة خمسة (05) سنوات، وهذا يعكس دور هذه البطاقة والثقة الكبيرة فيها؛
- أظهرت البيانات أن البطاقة (الذهبية) هي الوسيلة الأكثر استعمالاً، حيث يستخدمها (50%) من أفراد هذه العينة، وهذا يشير إلى الانتشار الواسع بين العملاء وتؤدي دوراً رئيسياً في تسهيل معاملاتهم المالية بفضل ميزاتها وسهولة استخدامها؛

❖ تحليل عبارات أداة الدراسة (الاستبانة) حول مؤشرات جودة الخدمة المالية البريدية

توصلت الدراسة بعد تحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات الاستبانة الموزعة عليهم لتشخيص دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية في مؤسسة بريد الجزائر إلى العديد من النتائج، نذكر أبرزها:

✓ بالنسبة لمستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني:

- تقييم أفراد العينة لمستوى توفر وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر، كانت برجة عالية في أغلبها، باستثناء بعض خدمات هذه الوسائل والتي إما تكون خارج اهتماماتهم، أو تعتبر خدمات جديدة أضافتها المؤسسة وتحتاج تسويق أكثر لها؛
- تقييم العملاء للعبارة رقم (07)، والتي تنص على أن: "بطاقة الدفع الإلكتروني (الذهبية) تتيح لهم بشكل سهل إعادة شحن بطاقة الهاتف النقال"، كانت مرتفعة جداً وحلت المرتبة الأولى في ترتيب العبارات؛
- الخدمة التي توفرها البطاقة (الذهبية) والمتمثلة في خدمات سحب الأموال من الحساب (ccp)، جاء تقييمها من قبل أفراد العينة في المرتبة الثانية، وهذا يظهر الدور الذي تلعبه هذه البطاقة في تسهيل عملية حصول العملاء على أموالهم وتقليل الجهد والوقت الذي كان يهدر في طواوير الانتظار؛

✓ بالنسبة لأبعاد جودة الخدمة المالية البريدية:

- تقييم أفراد العينة لجودة الخدمة المالية البريدية المقدمة لهم من قبل مؤسسة بريد الجزائر كانت برجة عالية إذ يعتبرون أنَّ الخدمات المالية البريدية تمتاز بالجودة في أغلب مظاهرها؛
- جودة الخدمة المالية البريدية من خلال ترتيب الأبعاد كان كالتالي: مستوى الأمان (1)، مستوى الملموسية (2)، مستوى الاعتمادية (3)، مستوى الاستجابة (4)، وأخيراً مستوى التعاطف (5)، كل الأبعاد كانت مُتوفرة بدرجات عالية، باستثناء بعد التعاطف؛
- يعكس توفر أبعاد الجودة تقدماً ملحوظاً في معظمها، مما يُشير إلى نجاح استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية، وهذا يُظهر تركيز المؤسسة على هذه الوسائل، حيث يظهر ترتيب مستوى الأمان لهذه الوسائل جانب مهم في كسب رضا العملاء وتعزيز ثقتهم للاستمرار في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، أما عن مستوى الملموسية فقد احتل المرتبة الثانية في الترتيب، وهو مؤشر واضح لمساعي المؤسسة لتوفير البنية التحتية المادية المرتبطة بوسائل الدفع الإلكتروني؛
- يشير ترتيب مستوى الاعتمادية إلى قدرة وسائل الدفع الإلكتروني على تقديم خدمات موثوقة ودقيقة، مما يعزز ثقة العملاء في استخدام هذه الوسائل والخدمات المرتبطة بها، أما بالنسبة لمستوى الاستجابة فقد احتل المرتبة الرابعة وبمتوسط استجابة مرتفع قدر بـ (3,41)، وهو يشير إلى فعالية النظام في الاستجابة لطلبات العملاء والسرعة في حل مشاكلهم، إلا أنه هناك مجالاً لتحسين سرعة وكفاءة الردود والدعم الفني من قبل المؤسسة للرفع من هذا المستوى إلى مستويات أفضل؛
- أظهرت نتائج تقييم أفراد العينة المدروسة مستوى جودة الخدمات المالية من خلال الأبعاد الخمسة لنموذج الجودة المستخدم، أنَّ أكثر العناصر التي تشكل نقاط قوة لجودة الخدمة المالية البريدية المقدمة هي:
 - تُعتبر إجراءات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر بسيطة وسهلة؛
 - تلتزم مؤسسة بريد الجزائر بتقديم خدمات مالية إلكترونية على مدار الساعة 24/س - 7 أيام/7؛
 - تُحافظ مؤسسة بريد الجزائر على سرية المعلومات الشخصية الخاصة بالعملاء التي تحوزها؛
 - تُوفر مؤسسة بريد الجزائر كاميرات المراقبة أمام الموزعات الآلية من أجل الحماية والتدخل عند الشكاوى؛
 - تُوفر مؤسسة بريد الجزائر خط هاتفي مباشر (الموزع الصوتي) للعملاء لضمان سرعة الاستجابة لهم 24/س - 7 أيام/7؛
 - تُوفر مؤسسة بريد الجزائر نشرات توضيحية حول نوعية الخدمات المالية المتوفرة؛
 - يُعتبر الموقع الجغرافي للمكاتب البريدية لمؤسسة بريد الجزائر ملائماً وسهل الوصول إليه، وهذا يظهر حرص المؤسسة على تقريب الخدمة من المواطن بشكل مدروس يراعى فيه الكثافة السكانية.
- أظهرت نتائج تقييم أفراد العينة المدروسة مستوى جودة الخدمات المالية من خلال الأبعاد الخمسة لنموذج الجودة المستخدم، أنَّ أكثر العناصر التي تشكل نقاط ضعف جودة الخدمة المالية البريدية المقدمة هي:
 - مؤسسة بريد الجزائر لا تُوفر أجهزة الموزع الآلي في أماكن ملائمة وسهل الوصول إليها؛

- درجة تفهم موظفو مؤسسة بريد الجزائر لاحتياجات العملاء وسعيهم لتحقيقها تُعتبر منخفضة؛
- درجة استجابة موظفو مؤسسة بريد الجزائر لاحتياجات العملاء بشكل سريع وفوري أيضاً تعتبر منخفضة من وجهة نظر العملاء؛
- عملية تحويل الأموال عن طريق الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر من حساب إلى حساب بريدي أو بنكي بكل اطمئنان تحتاج من المؤسسة دعمها ورفع التحدي لتعميمها وكسب الثقة العملاء إتجاهها؛
- مقدار تمتع مؤسسة بريد الجزائر بالسمعة الطيبة بين مختلف العملاء يعد منخفض جداً مقارنة بما تحققة المؤسسة وتعمل عليه وهذا يحتاج دراسة جادة لمعرفة الأسباب وراء ذلك؛
- شعور العملاء بالراحة فيما يتعلق بعلاقتهم مع إدارة مؤسسة بريد الجزائر على مستوى المكاتب البريدية أو الوحدات الولائية هو الآخر يتخذ تقييم منخفض حسب آراء العملاء المستقصين.
- توصلت الدراسة إلى أن كل متغيرات الديمغرافية لأفراد العينة لا تؤثر على اتجاهات وآراء المستقصون حول موضوع الدراسة.

ثالثاً: توصيات الدراسة

- توفير تدريب مستمر لموظفي الدعم الفني لزيادة كفاءتهم في التعامل مع استفسارات وشكاوى العملاء، وذلك لتعزيز ثقتهم ورضاهم بالمؤسسة.
- تفعيل دور الخط الهاتفي (30-15)، وكذلك عُلبة البريد الإلكتروني الخاصة بالشكاوى، لضمان توافر قنوات دعم لتلبية احتياجات العملاء.
- الاستجابة الجيدة للتغذية العكسية، واستخدام ملاحظات العملاء بشكل دوري لتطوير الخدمات وتصحيح الانحرافات.
- زيادة سرعة تنفيذ المعاملات، التي تعكس المستوى الجيد والسريع في انجاز العمليات المالية.
- اتخاذ إجراءات فعالة في معالجة الأعطال التقنية والاختفاء التي قد تواجه العملاء أثناء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وإجراء الخدمات عليها.
- تقليل الوقت المستغرق في تنفيذ المعاملات، مثل الدفع والتحويلات المالية.
- تعزيز إدارة الأزمات من خلال تطوير خطط طوارئ فعالة وإجراء تدريبات دورية لضمان سرعة استعادة الخدمة الضائعة التي تَبعث القلق في نفوس العملاء.
- تحسين الصيانة والوقاية لأجهزة الصراف الآلي، وذلك لضمان عدم توقفها لأوقات طويلة وتقليل الأعطال، لتحسين استمرارية الخدمة.
- الوفاء بالتوقعات عند تقديم الخدمات كما هو معلن عنها ومتوقع في أذهان العملاء، لبناء الإدراك الإيجابي.
- توفير خلية متابعة للردود العكسية من العملاء (إيجابية أو سلبية)، خاصة المستلمة من الخط الهاتفي (30-15)، وعبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تفعيل خلية الاعلام والاتصال للإجابة على استفسارات العملاء، وتقديم الحلول.

رابعاً: آفاق الدراسة

من خلال تحليل النتائج والنتائج المستخلصة من هذه الدراسة، يمكن تحديد عدة مواضيع التي قد تعتبر تكملة لهذا الموضوع، والتي قد تساهم في تعميق الفهم وتحقيق تحسينات مستمرة لجودة الخدمة المالية البريدية من خلال وسائل الدفع الإلكتروني، وتصلح كأفاق مستقبلية لهذا الموضوع:

- تحليل تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على الكفاءة التشغيلية في مؤسسة بريد الجزائر.
- تحليل تأثيرات الابتكارات التكنولوجية في الدفع الإلكتروني.
- دراسة تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على الشمول المالي.
- تقييم تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية على تبني وسائل الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر.

قائمة المراجع

أولاً: كتاب الله عزَّ وجل

- القرآن الكريم. (بلا تاريخ). الآيات (1-2-3) من سورة المطففين.
- القرآن الكريم. (بلا تاريخ). الآية (110) من سورة الكهف.

ثانياً: المعاجم والقواميس

1. ابن منظور. (1955). معجم لسان العرب. المجلد (1). دار بيروت.
2. المعجم الوسيط. (2005). مجمع اللغة العربية
3. مصطفى إبراهيم، الزيات أحمد، و محمد النجار حامد عبد القادر. (بدون سنة النشر). المعجم الوسيط في اللغة العربية. القاهرة: دار الدعوة.

ثالثاً: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب النظرية:

1. إبراهيم عبد الوهاب أبو سليمان. (1998). البطاقات البنكية الاقراضية والسحب المباشر من الرصيد (الإصدار الطبعة 1). دمشق: دار القلم.
2. أحمد اسماعيل محمد. (2009). أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية. بيروت: منشورات الحلبي.
3. أحمد الإبصاري فاروق محمد. (2002). عقد الاشتراك في قواعد المعلومات عبر شبكة الانترنت. مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.
4. أحمد بوراس، و السعيد بركة. (2014). أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
5. إسماعيل إبراهيم القزاز. (2015). ضبط الجودة النظرية والتطبيق. عمان، دار دجلة للنشر والتوزيع، الأردن.
6. الحنفي الرازي زين الدين ابي عبد الله بن ابي بكر بن عبد القادر. (1999). مختار الصحاح (المجلد الطبعة الخامسة). (الشيخ محمد يوسف، المترجمون) بيروت، لبنان: دار المودجية.
7. الزمخشري ابي القاسم محمود بن عمرو بن أحمد. (1998). أساس البلاغة (المجلد الطبعة الأولى). (باسل عيون السود محمد، المترجمون) لبنان، بيروت: دار الكتاب العلمية.
8. أمير فرج يوسف. (2008). التجارة الإلكترونية. الاسكندرية: دار المطبوعات الجامعية.
9. أمير فرج يوسف. (2008). بطاقات الائتمان والحماية الجزئية لها. الاسكندرية: دار المطبوعات الجامعية.
10. أنس العلي. (2005). النظام القانوني لبطاقات الاعتماد (المجلد الطبعة الأولى). لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.
11. إيمان مأمون أحمد سليمان. (2008). إبرام العقد الإلكتروني وإثباته. الاسكندرية: دار الجامعة للنشر.
12. ايهاب فوزي السقا. (2007). الحماية الجنائية والأمنية لبطاقات الائتمان. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
13. بشار محمود دودين. (2010). الاطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
14. بشير عباس العلاق، و حميد عبد النبي الطائي. (2007). تسويق الخدمات. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
15. جلال عايد الشورة. (2008). وسائل الدفع الإلكتروني. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
16. جميل عبد الباقي الصغير. (1999). الحماية الجنائية والمدنية لبطاقة الائتمان. القاهرة: دار النهضة العربية.
17. حسن عبد الباسط جمعي. (2000). إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية.
18. حسن يوسف يوسف. (2012). البنوك الإلكترونية. القاهرة: المركز القومي للإصدارات القانونية.

19. حسن الأنصاري النيداني. (2009). *القاضي والوسائل الإلكترونية الحديثة*. الاسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة.
20. حسن بودي. (2009). *التعاقد عبر الانترنت*. مصر: دار الكتاب القانونية.
21. حسن رعد الصرن. (2007). *عولمة جودة الخدمة المصرفية*. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
22. حسينة شرون، و عبد الحليم بن مشري. (2019). *الحماية القانونية لبطاقات الدفع الإلكترونية*. مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 12 (العدد الاول).
23. حماد محمد شطا. (1984). *تطور وظيفة الدولة - المرافق العامة*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
24. حنان ربحان مبارك المضحكى. (2012). *الحماية الجنائية لبطاقات الائتمان الممغنطة دراسة مقارنة*. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
25. خالد بن سليمان الغنثي، و سليمان بن عبد العزيز بن هيشة. (2009). *الإصطيات الإلكترونية، الأساليب والاجراءات المضادة*. السعودية: جامعة الملك سعود.
26. خالد مصطفى فهمي. (2007). *النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني في ضوء التشريعات العربية والاتفاقيات الدولية*. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
27. خالد ممدوح إبراهيم. (2009). *التحكيم الإلكتروني*. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
28. رياض عيسى. (1984). *نظرية المرفق العام في القانون المقارن*. الجزائر: دوان المطبوعات الجامعية.
29. سعيد السيد قنديل. (2004). *التوقيع الإلكتروني*. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
30. سليمان محمد الطمواي. (1979). *مبادئ القانون الاداري - دراسة مقارنة*. القاهرة: دار الفكر العربي للطباعة والنشر.
31. سميحة القليوبي. (2002). *وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية)*، بحث منشور بكتاب الجديد في أعمال المصارف من وجهتين القانونية والاقتصادية المجلد الجزء (1). لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.
32. شريف محمد غانم. (2007). *محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية*. الاسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة.
33. ضيف الله سليمان الزين. (2012). *التحويل الإلكتروني للأموال ومسؤولية البنوك القانونية*. عمان، الأردن: دار الثقافة.
34. طارق عبد العال حامد. (2003). *التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية*. مصر: الدار الجامعية.
35. عبد التواب مبارك. (2001). *الدليل الإلكتروني أمام القاضي المدني*. القاهرة: دار النهضة العربية.
36. عبد الحكيم أحمد محمد عثمان. (2007). *أحكام البطاقات الائتمانية في القانون والآراء الفقهية الإسلامية* (المجلد الطبعة (1)). الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
37. عبد الحليم رمضان مدحت. (2001). *الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة*. القاهرة: دار النهضة العربية.
38. عبد الحميد ثروت. (2001). *التوقيع الالكتروني*. مصر: دار النيل للطباعة والنشر.
39. عبد الصمد حوالف. (2016). *النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر دراسة مقارنة*. تلمسان، الجزائر: دار الجامعة الجديدة.
40. عبد الفتاح بيومي حجازي. (2003). *النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية* (مجلد الكتاب الأول: النظام القانوني للحكومة الإلكترونية). الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
41. عبد الفتاح بيومي حجازي. (2004). *التجارة الإلكترونية وحمايتها الإلكترونية - نظام التجارة الإلكترونية حمايتها*. مدنيا. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.

42. عبد الوهاب ابراهيم أبو سليمان. (2002). *البطاقات المصرفية*. دمشق: دار القلم.
43. الإلكتروني نموذجاً. الجزائر: منشورات مخبر الرقمنة والقانون في الجزائر.
44. عصام عبد الفتاح مطر. (2009). *التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والاجنبية*. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
45. علي جمال الدين عوض. (2008). *عمليات البنوك من الوجهة القانونية، الكتاب الثاني النقل أو التحويل المصرفي*. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية.
46. عمر المومني. (2003). *التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية*. عمان، الأردن: دار وائل.
47. عمر خالد زريقات. (2007). *عقد البيع عبر الانترنت*. عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
48. عمر سليمان الأشقر. (2009). *دراسة شرعية في البطاقات الائتمانية*. عمان، الأردن: دار النفائس.
49. عيسى غسان ربضي. (2009). *القواعد الخاصة بالتوقيع الإلكتروني*. عمان، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
50. فرح مناني. (2009). *العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري*. عين مليلة، الجزائر: دار الهدى.
51. لخضر رفاف. (2016). *بطاقة الثمن والالتزامات الناشئة عنها*. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
52. لزه بن سعيد. (2012). *النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية*. الجزائر: دار هومه.
53. مجمد أمين الرومي. (2006). *النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني*. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
54. محمد السعيد رشدي. (2004). *الانترنت والجوانب القانونية لنظم المعلومات*. القاهرة: دار النهضة العربية.
55. محمد الحداد وسيم، اراهيم نور محمود، نوري موسى شقيري، و طاهر الزرقان صالح. (2012). *الخدمات المصرفية الإلكترونية مجلد الطبعة (1)*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
56. محمد الصيرفي. (2009). *التجارة الإلكترونية*. الاسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
57. محمد بهجت عبد الله قايد. (2001). *الأوراق التجارية الإلكترونية*. مصر: دار النهضة العربية.
58. محمد حسام محمود لطفي. (1993). *استخدام وسائل الاتصال الحديثة في التفاوض على العقود وإبرامها*. القاهرة: دار النهضة العربية.
59. محمد علي مبروك ممدوح. (2005). *مدى حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات*. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية.
60. محمد عمر ذوابة. (2006). *عقد التحويل المصرفي الإلكتروني دراسة قانونية مقارنة*. عمان، الأردن.
61. محمد فريد الصحن. (1999). *التسويق*. الاسكندرية: الدار الجامعية.
62. محمد فريد الصحن، و طارق طه. (2007). *إدارة التسويق في بيئة العولمة والانترنت*. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
63. محمد نور صالح الجدايه، و سناء جودت خلف. (2009). *تجارة الكترونية*. عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.
64. محمود الكيلاني. (2009). *التشريعات التجارية والإلكترونية دراسة مقارنة المجلد المجلد (2)*. عمان، جامعة عمان الاهلية: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
65. محمود الكيلاني. (1990). *القانون التجاري الأردني - الأوراق التجارية دراسة مقارنة*. عمان، الأردن: جمعية عمال المطابع التعاونية.
66. محمود محمد أبو فروة. (2009). *الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت*. الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
67. مراد عبد الفتاح. (2004). *التجارة الإلكترونية والبيع والشراء على شبكة الانترنت*. شركة الهاء للبرمجيات والكمبيوتر والنشر الإلكتروني.
68. مسلم ابو غليون عطوة مضغان. (2010). *الجرائم الإلكترونية بين الشريعة والقوانين الوضعية دراسة مقارنة (المجلد الطبعة الأولى)*. عمان، الأردن: دار الثقافة.

69. مصطفى كمال طه، و وائل أنور بندق. (2005). الأوراق التجارية وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
70. ممدوح خالد إبراهيم. (2007). إبرام العقد الإلكتروني. مصر.
71. ممدوح خالد إبراهيم. (2011). إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
72. منجد الطالب. (2001). الطبعة (1)، 13. بيروت، لبنان: دار المشرق.
73. ناظم محمد النوري الشمري، و عبد الفتاح زهير العبد اللات. (2008). الصيرفة الإلكترونية. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
74. ناهد فتحي الحموري. (2010). الأوراق التجارية الإلكترونية - دراسة تحليلية مقارنة. عمان، الأردن: دار الثقافة.
75. نضال إسماعيل برهم. (2009). أحكام عقود التجارة الإلكترونية. عمان، الأردن: دار الثقافة.
76. نضال إسماعيل برهم. (2009). أحكام عقود التجارة الإلكترونية. عمان، الأردن: دار الثقافة.
77. هدى حامد القشقوش. (2000). الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت. القاهرة: دار النهضة العربية.
78. وائل أنور بندق. (2007). موسوعة القانون الإلكتروني وتكنولوجيا الاتصالات. الاسكندرية: دار المطبوعات الجامعية.
79. يوسف حجيم سلطان الطائي، و هشام فوزي دباس العباد. (2009). التسويق الإلكتروني. عمان: الوراق للنشر والتوزيع.

ب - المؤتمرات والملتقيات الوطنية

1. إبراهيم محمود محمد الشافعي. (2003). الثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية. مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد (1). إمارة دبي.
2. إحسان محمد إبراهيم. (2002). مستقبل التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ودورها في تنمية الصادرات المصرية. مؤتمر التجارة الإلكترونية - الآفاق والتحديات، المجلد الثاني، صفحة 746. الاسكندرية. تم الاسترداد من <http://www.elbayan.co.ae/2010/12/29/eqt/2.htm>.
3. جزاء مبارك الحربي. (2003). بطاقة الانتماء. مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، (صفحة 2158). جامعة الإمارات العربية.
4. جمعة مروان درويش. (2009). أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين. المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية- نحو أداء متميز للقطاع الحكومي-. الرياض-المملكة العربية السعودية: معهد الإدارة العامة.
5. حبيبة قدة. (2018). آليات وضوابط البنوك الإلكترونية. المؤتمر العلمي الدولي حول النظام القانوني للمرفق العام الإلكتروني واقع وتحديات وآفاق (صفحة 13). المسيلة: جامعة محمد بوضياف.
6. حسين رحيم، و معراج هوارى. (14-15 ديسمبر، 2004). الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية. ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات.
7. حميد فشيت، و حكيم بناولة. (2017). واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر. الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية -.
8. صالح محمد حسني محمد الحملاوي. (2003). دراسة تحليلية لدور النقود الإلكترونية. مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون. المجلد (1)، صفحة 246. جامعة الإمارات: كلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة والصناعة دبي.
9. عابد بن عابد العيدلي. (2005). التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع - التحديات - الآمال. المؤتمر العلمي الثالث للاقتصاد الإسلامي (صفحة 9). مكة المكرمة: جامعة أم القرى.

10. ليندة بلحارث، و نادية والي. (2017). الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكترونية. *الملتقى الوطني الثامن حول آلية تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي والمصرفي الجزائري يومي 13-14*. البويرة: كلية الحقوق والعلوم الأساسية.
11. محمود أحمد إبراهيم شرقاوي. (2003). مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها. *مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون. المجلد (1)*. دبي: كلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة.
12. مصطفى وهبة الزحيلي. (6-11 03 2004). بطاقة الائتمان. *مؤتمر مسقط الدورة الخامسة عشر*. مسقط. تم الاسترداد من <https://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2009/07/d8a8d8b7d8a7d982d8a7d8aa>
13. مفتاح صالح ، و فريدة معارفي . (2010). البنوك الإلكترونية. *مقال منشور المؤتمر العلمي الخامس - نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية*. فيلاديفيا: جامعة فيلاديفيا. تم الاسترداد من <https://iefpedia.com/arab/?p=1588>
14. ملفي فياض القضاة. (2000). مسؤولية البنوك الناتجة عن استخدام الكمبيوتر كوسيلة للوفاء. *مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت. المجلد (3)، الطبعة (3)*، صفحة 959. جامعة الإمارات العربية: كلية الشريعة والقانون بالتعاون مع مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ومركز تقنية المعلومات بالجامعة.
15. منصور الزين. (أفريل، 2011). وسائل وانظمة السداد الإلكتروني - عوامل الانتشار وشروط النجاح. *مدخل في المؤتمر العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية*.
16. موسى خليل ميري. (2002). القواعد القانونية النازمة للصيرفة الإلكترونية. *أعمال المؤتمر العلمي السنوي* (صفحة 272). لبنان: كلية الحقوق بجامعة بيروت العربية.
17. نبيل بوفليخ. (2007). البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية. *الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين مزايا التنافسية للبلدان العربية*. الشلف: جامعة الشلف.
18. نبيل صلاح العربي. (2000). الشيك الإلكتروني والنقود الرقمية - دراسة مقارنة. *بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون. المجلد الأول*. الإمارات العربية المتحدة: جامعة الإمارات العربية المتحدة وغرفة تجارة صناعة دبي.
19. نبيل صلاح محمود العربي. (10-11-12 ماي، 2003). الشيك الإلكتروني والنقود الرقمية. *مؤتمر الأعمال المصرفية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول*.

ب - المجالات والتقارير الوطنية والدولية

1. أحمد خليلي، و المعتز بالله لخذاري . (2017). واقع وسائل الدفع الإلكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية - حالة القرض الشعبي الجزائري. *مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، المجلد (6) العدد (02)*.
2. أحمد محمد عبدالله عبد الله الربيعي. (2020). استعمال بطاقة الائتمان غير المشروع وعقوبته دراسة فقهية مقارنة. *مجلة كلية البنات الازهرية، العدد (2)، 509*.
3. أحمد محمود المساعدة. (2015). التحويل المصرفي الإلكتروني دراسة مقارنة. *المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد (11) العدد (1)*.
4. الهام بشكر. (2021). مزايا وخطرات التعامل بعملة البتكوين. *مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد (06) العدد (02)، 176-161*.

5. آلاء يعقوب يوسف، (2006). المسؤولية المدنية لمجهز خدمات التصديق على التوقيع الرقمي تجاه الغير. مجلة الحقوق، المجلد (3) العدد (1)، 306.
6. الرشيد بوعافية. (سبتمبر، 2014). دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية. /مجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد (2).
7. الشريف بحماوي، و مصطفى سليمان. (2017). خصوصية وسائل الوفاء الإلكتروني ودورها في المعاملات التجارية. مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية العدد (07).
8. الجيلاني بلواضح، وسعيد يحيى. (2014). فعالية الرقابة الضريبة في مكافحة التهرب الضريبي دراسة حالة مديرية الضرائب لولاية المسيلة خلال الفترة 2007-2012. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية العدد (12).
9. اليمين فالتة، وشيراز حايك سي حايك. (2020). المخاطر الإلكترونية المدركة وعلاقتها بالثقة في المنظمات الافتراضية - بريد الجزائر أنموذجاً. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد (05) العدد (01)، 28-08.
10. أم الخير حمودة، و خولة لبوخ. (جوان، 2018). تقييم استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية - دراسة تحليلية لفترة بين 2013/1999. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية العدد (3).
11. أنمار أمين حلي، و محمد نايف محمود. (2005). أثر التجارة الإلكترونية وبعض المتغيرات الاقتصادية في تدقيق رأس المال الأجنبي لعينة مختارة من الدول الأجنبية باعتماد التصنيف الصناعي. مجلة تنمية الرافدين العدد (27)، 135.
12. بشير تاج ، و محمد قدوسي. (2022). مجتمع المعرفة بين واقع الخدمة العمومية الإلكترونية ومتطلبات التحول الرقمي - التطبيق الإلكتروني بريدي موب أنموذجاً. مجلة المعيار، المجلد (26) العدد (05).
13. بن رشيد الرشيد ممدوح العنزي. (2015). الحماية الجنائية لبطاقات الدفع الإلكتروني من التزوير. /المجلة العربية للدراسات الامنية والتدريب، المجلد (31) العدد (62).
14. بنك الجزائر. (2022). التقرير السنوي 2021 للتطور الاقتصادي والنقدي في الجزائر.
15. بوعزة هداية، و فتيحة يوسف. (2018). الحماية التقنية للمعلومات ودورها في تأمين نظام الدفع الإلكتروني. مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد (3) العدد (4)، 34.
16. حازم الرمحين. (2014، 04). الوصف الحقيقي لبطاقة الاعتماد. مجلة الشريعة والقانون، العدد (58)، 357.
17. حديد نوفيل، و حنان كريبط. (2014). أمن المعلومات ودوره في مواجهة الاعتداءات الإلكترونية على نظام معلومات المؤسسة. مجلة المؤسسة العدد (03).
18. حسينة شرون، و عبد الحليم بن مشري. (2019). الحماية القانونية لبطاقات الدفع الإلكترونية. مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد (12) العدد (1).
19. حفيظة قايد. (2021). الآليات القانونية لحماية بطاقة الائتمان الإلكترونية على الصعيد الوطني والدولي -دراسة تحليلية على ضوء النصوص التشريعية. مجلة معارف للعلوم القانونية والاقتصادية، المجلد (02) العدد (02).
20. حليتم سراح. (2018). خصوصية التوقيع الرقمي في توثيق العقود الإلكترونية. مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية العدد (13).
21. دليلة بركان، و سناء قايد. (2022). التسويق الإلكتروني كآلية لتنشيط الخدمة العمومية في ظل جائحة كورونا- دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر وحدة تبسة. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد (07) العدد (02)، 172-189.

22. كمال رزيق، وسمير بن عمور. (2009). تعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الاعمال على أساس رأس المال الفكري. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية العدد (3)، 19-31.
23. خولة قيمش، و جوييدة بلعة. (2021). وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر - الواقع والتحديات. *Revue Maghrebine Management des Organisations*, Vol (05) N° (01).
24. خيرة قداسي. (2024). تجلية قيم المواطنة في فلم "انشاء الله الأحد" للمخرجة يمينة بن قبيقي. مجلة آفاق سينمائية، المجلد (10) العدد (02)، 62.
25. سعاد يحيياوي. (2022). التصديق الإلكتروني آلية تقنية لضمان وحماية المعاملات التجارية الإلكترونية في القانون الجزائري المجلد (8). مجلة الدراسات القانونية المقارنة.
26. سعيد بريكة، و فوزي شوق. (2014). تحديات وسائل الدفع الإلكتروني دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية ام البواقي. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد (02).
27. سمير دحماني. (2018). التصديق الإلكتروني كوسيلة أمان لآليات الدفع الإلكتروني عبر الانترنت. مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد (4) العدد (1)، 27-50.
28. صالح بوعبد الله. (2016). نحو بناء مقياس خاص للجودة المدركة للخدمات البريدية. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية العدد (15)، 121-142.
29. صندوق النقد العربي. (يونيو، 2020). التقنيات المالية في مجال الدفع الإلكتروني في قطاع التجزئة. الإصدار الأول لتقرير مرصد: التقنيات المالية الحديثة في الدول العربية. تم الاسترداد من <https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2021-12/first-edition-report-observatory-modern-financial-technologies-arab-countries.pdf>
30. صندوق النقد العربي. (2022). التقرير الاقتصادي العربي الموحد. تم الاسترداد من www.amf.org.ae
31. عادل لموشي. (2019). النقود الإلكترونية بين مرونة الإتفاق وتجاهل القانون. مجلة صوت القانون، المجلد (6) العدد (2).
32. عامر عيساني، و بوبكر سلاي. (2014). دور التجارة الإلكترونية في التنمية المستدامة. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك، 199.
33. عبد الحليم شاهين. (2020). الخصائص الاقتصادية للتكوين -دراسة تحليلية. مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد (22) العدد (2)، 63.
34. عبد الرؤوف دبابش، و هشام ذبيح. (أفريل، 2017). وسائل الدفع ما يمين الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني. مجلة الاجتهاد القضائي العدد (14). تم الاسترداد من <http://search.mandumah.com/Record/82191>
35. عبد العزيز حسون. (2014). النقود والنقود البديلة. مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد (3)، 63.
36. عزو سعيدي، و خالد رامول. (2017). الأمن التقني للدفع الإلكتروني أي فعالية. مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد (2).
37. على بودلال. (2018). اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني كآلية للتقليل من الكتلة النقدية غير الرسمية المتداولة في الاقتصاد الجزائري. مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد (03) العدد (5)، 217-225.
38. فضيلة يسعد. (2019). القوة الثبوتية للتوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري. مجلة العلوم الانسانية، المجلد (30) العدد (3)، 505-518.
39. محمد الخشروم، و علي سليمان. (2011). أثر الفرق المدرك والجودة المدركة على ولاء المستهلك للعلامة التجارية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية العدد (04).

40. محمد علي عشيري. (2020). العملة الرقمية للبنوك المركزية وأثارها المحتملة على السياسة النقدية. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، 416.
 41. محمد المختار سمالي، وعبد الله البحري. (2021). واقع وسائل الدفع الإلكتروني ضمن السياسة النقدية للجزائر. *مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة*، المجلد (06) العدد (2)، 177-192.
 42. مريم خويزي. (2015). واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجهاز المصرفي وكيفية إدارة المخاطر الناتجة عنها وفقا لنموذج لجنة بازل الدولية للرقابة المصرفية. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية* العدد (04).
 43. منى تركي الموسوي، و جان سيريل فضل الله. (2013). الخصوصية المعلوماتية وأهميتها ومخاطر التقنيات الحديثة عليها. *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة* (العدد الخاص بمؤتمر الكلية).
 44. نزهة غزال. (2017). السفتجة الإلكترونية وقواعد قانون الصرف في التشريع الجزائري. *مجلة العلوم الاجتماعية* العدد (25).
 45. نعيمة يحيوي، و مريم يوسف. (2017). التجارة الإلكترونية وأثرها على اقتصاديات الأعمال العربية. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*.
 46. نور الدين زحوفي، و عمر زمالة. (2018). التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصنة وسائل الدفع. *مجلة الاقتصاد الدولي والعملة*، المجلد (1) العدد (1)، 257.
 47. هالة لطرش، و محمد بلحسن. (2021). العوامل المؤثرة على تبني البنوك الإلكترونية - دراسة كمية لعينة من زبائن البنوك الجزائرية. *مجلة معهد العلوم الاقتصادية*، المجلد (24) العدد (01)، 170.
 48. وفاء صدراتي. (2020). آليات الحماية القانونية للتوقيع الإلكتروني من جرائم التزوير الإلكتروني في التشريع الجزائري. *مجلة العلوم القانونية والسياسية*، المجلد (11) العدد (01).
 49. يونس عرب. (2000). البنوك الإلكترونية. *مجلة البنوك - الجمعية المهنية للبنوك الأردنية*، المجلد (09) العدد (03).
- ب - الرسائل العلمية**
1. السعيد بريكة. (2011). واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية وأفاق تطورها في الجزائر. *رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير*. جامعة أم البواقي.
 2. إيمان مأمون أحمد سليمان. (2006). الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية. *رسالة دكتوراه*، 253. كلية الحقوق: جامعة المنصورة.
 3. باديس بوخلوة. (2016). أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات النفطية - حالة سونطراك - قسم التكرير. *أطروحة دكتوراه في علوم التسيير*. جامعة قاصدي مرباح بورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
 4. بلال راحوا. (2015). الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة تطبيقية لأراء عينة من الزبائن والإداريين العاملين بالمصارف التجارية في مدينة البليدة. *مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المدينة: جامعة الدكتور يحيى فارس.
 5. بوعزة هداية. (2019). النظام القانوني للدفع الإلكتروني دراسة مقارنة. *رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص غير منشورة*. كلية الحقوق والعلوم السياسية، تلمسان: جامعة أبي بكر بلقايد.
 6. حديد نوفيل. (2007). تكنولوجيا الانترنت وتأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي-دراسة حالة المؤسسة الجزائرية. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير*. جامعة الجزائر.
 7. حسام عبد الرحمان فرج أحمد الخولي. (2016). الحماية الجنائية والمدنية لعمليات البنوك الإلكترونية - دراسة مقارنة. *رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه*. جامعة عين الشمس.

8. حسان محمد سليمان . (2012). مستقبل التجارة الإلكترونية في سورية وإمكانية تعظيم الاستفادة في تنشيط الصادرات السورية مع الإشارة إلى تجارب بعض الدول. *درجة الدكتوراه الفلسفة في الاقتصاد*. جامعة عين الشمس - كلية الاقتصاد، القاهرة.
9. خليل ابراهيم ابراهيم. (2018). الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية في المصارف - دراسة تطبيقية لعينة من المصارف العراقية الخاصة. *رسالة ماجستير في علوم اقتصاديات الأعمال*. العراق: جامعة النهرين.
10. راضية ركوك. (2006). البنوك وعمليات تبييض الأموال. *مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون*، جامعة مولود معمري بتيزي وزو.
11. رفيق سعدون. (2020). دراسة أثر تسويق الخدمات المالية على رضا الزبون - دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر - المسيلة. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية*.
12. زكي زبدة زكي شفيق . (2018). تقييم مستوى جودة الخدمات البريدية وعلاقتها بالرضا من وجهة نظر متلقي الخدمة (البريد الفلسطيني أنموذجاً). *رسالة مكملة لمتطلبات درجة الماجستير في التنمية المستدامة*، مسار بناء المؤسسات والتنمية البشرية. معهد التنمية المستدامة: جامعة القدس.
13. زهرة هادية معلقة الحسيني. (2019). تفعيل القطاع المصرفي في ظل استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية في العراق. *رسالة ماجستير في الادارة والاقتصاد*. العراق: جامعة بغداد.
14. زهير زواش. (2011). دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (دراسة حالة الجزائر). *مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية*. أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي.
15. سيد أحمد معطي. (2012). واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام الألي على أنشطة البنوك الجزائرية. *رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية - تخصص حوكمة الشركات*. تلمسان: جامعة أبو بكر بلقايد.
16. عامر بوعكاز. (2020). تطبيق الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين جودة الخدمات المصرفية. *إطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم - علوم التسيير*. جامعة زيان عاشور الجلفة، كلية العلوم لاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
17. عماد أحمد إسماعيل النونو. (2007). التسويق عبر الانترنت - دوافع التبني أو الرفض دراسة ميدانية. *رسالة دكتوراه*. جامعة العالم الأمريكية.
18. عمار لوصيف. (2009). استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الإشارة إلى تجربة الجزائر. *رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية*. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة قسنطينة.
19. فاتح بهلولي . (2017). النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري. *أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص: قانون*. تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري.
20. فضيلة شيروف . (2010). أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر). *مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسويق*. قسنطينة: جامعة منتوري.
21. فوزي إبراهيم بورزق. (2010-2011). دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الألي البنكي - دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA. *رسالة ماجستير*. قسم العلوم الاقتصادية لكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي .
22. محمد الطاهر عبد الله. (2015). التأثير المتبادل بين الكتلة النقدية والصيرة الإلكترونية. *أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية*. سوريا: جامعة دمشق.
23. مفتاح سعد الباهي صلاح الدين . (2016). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.

24. هدى برايج. (2022). بطاقات الائتمان البنكية والجرائم المتعلقة بها. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص قانون بنكي ومالي. مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس كلية الحقوق والعلوم السياسية.
25. هدى جبلي. (2010). قياس جودة الخدمة المصرفية - حالة بنك البركة الجزائري. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير. جامعة منتوري - قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
26. وهيبة عبد الرحيم. (2005). إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية. رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر.
27. يوسف رقاد. (2009). النظام القانوني للدفع الإلكتروني. مذكرة ماجستير. تيزي وزو، كلية الحقوق: جامعة تيزي وزو.
28. يوسف واشد. (2011). النظام القانوني للدفع الإلكتروني. مذكرة ماجستير في القانون العام، تخصص قانون التعاون الدولي، تيزي وزو، جامعة مولود معمري.
29. يوسف واقد. (2011). النظام القانوني للدفع الإلكتروني. مذكرة ماجستير في القانون العام. تيزي وزو، جامعة مولود معمري.

ج - الجرائد الرسمية والقوانين الوطنية والدولية

1. الأونيسترال. (1992). المادة الثانية من القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال .
2. الأونيسترال. (1996). الفقرة ب من القانون النموذجي للأونيسترال المتعلق بالتجارة الإلكترونية-المادة 2.
3. الأونيسترال. (2001). المتعلقة بالتوقيعات الإلكترونية.
4. التوجه الأوروبي رقم 93-1999. (13 ديسمبر، 1999). المتعلق بالاطر المشترك للتوقيعات الإلكترونية.
5. الجريدة الرسمية الجزائرية. (08 جويلية، 1966). الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
6. الجريدة الرسمية الجزائرية. (09 فيفري، 2005). أمر رقم 02-05 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل و المتمم للقانون التجاري. العدد (11).
7. الجريدة الرسمية الجزائرية. (19 فيفري، 2018). القانون رقم 18-07 الذي يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي. العدد (14).
8. الجريدة الرسمية الأردنية. (01 08، 2000). قانون البنوك الأردني رقم 28. العدد (4448)، 2950.
9. الجريدة الرسمية الأردنية. (31 12، 2001). قانون المعاملات الإلكترونية الأردنية رقم 85. العدد (4524)، 6010.
10. الجريدة الرسمية الأردنية. (15 جوان، 2001). قانون رقم 85 المتعلق بالمعاملات الإلكترونية الأردني. العدد 4427. تم الاسترداد من <https://www.judiciary.gov.jo/>
11. الجريدة الرسمية الأردنية. (04 ماي، 2015). قانون رقم 27 من قانون الجرائم الإلكترونية.
12. الجريدة الرسمية الجزائرية. (25 08، 1964). القانون رقم 64-227 المتضمن إنشاء صندوق التوفير والاحتياط. العدد (27).
13. الجريدة الرسمية الجزائرية. (30 سبتمبر، 1975). القانون المدني الصادر بموجب الأمر رقم 75-58. العدد (78).
14. الجريدة الرسمية الجزائرية. (09 أفريل، 1976). المرسوم رقم 75-89 المتضمن قانون البريد والمواصلات. العدد (29).
15. الجريدة الرسمية الجزائرية. (19 أوت، 1986). القانون 12-86 المتعلق بنظام البنوك والقروض. العدد (34).
16. الجريدة الرسمية الجزائرية. (1988). القانون رقم 01-88 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية.
17. الجريدة الرسمية الجزائرية. (18 12، 1996). المرسوم التنفيذي رقم 470-96 المتضمن توسيع المنحة الجزافية للتضامن لذوي العاهات، المسنين، المرضى العضال والمكفوفين. العدد (42).

18. الجريدة الرسمية الجزائرية. (17 نوفمبر، 1997). النظام رقم 03/97 المتعلق بغرفة المقاصة. العدد (17).
19. الجريدة الرسمية الجزائرية. (25 مارس، 1998). التنظيم 03-97 المتعلق بغرفة المقاصة. العدد (17).
20. الجريدة الرسمية الجزائرية. (25 مارس، 1998). نظام رقم 97/03 المتعلق بغرفة المقاصة. العدد (17).
21. الجريدة الرسمية الجزائرية. (06 أوت، 2000). القانون رقم 03-2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية. العدد (48).
22. الجريدة الرسمية الجزائرية. (16 يناير، 2002). المرسوم التنفيذي رقم 02-43 المتضمن إنشاء "بريد الجزائر". العدد (04).
23. الجريدة الرسمية الجزائرية. (27 أوت، 2003). الأمر الوزاري الصادر عن وزارة المالية رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض. العدد 52.
24. الجريدة الرسمية الجزائرية. (2005). الأمر 02-05 المعدل والمتمّم للأمر 75-59 المتضمن القانون التجاري. العدد (11).
25. الجريدة الرسمية الجزائرية. (28 أوت، 2005). الأمر رقم 06-05 المتعلق بمكافحة التهريب. العدد (59).
26. الجريدة الرسمية الجزائرية. (06 فيفري، 2005). القانون رقم 05-02 المتضمن التوسع في وسائل وطرق الدفع والمتعلق بالقانون التجاري المعدل ومتمّم الأمر 59-75. العدد (11).
27. الجريدة الرسمية الجزائرية. (20 نوفمبر، 2005). المرسوم التنفيذي 05-442 المحدد للحد المطبق على عمليات الدفع التي يجب أن تتم بوسائل الدفع عن طريق القنوات البنكية والمالية. العدد (75).
28. الجريدة الرسمية الجزائرية. (28 ديسمبر، 2005). النظام 07-05 المتضمن أمن أنظمة الدفع. العدد (37).
29. الجريدة الرسمية الجزائرية. (23 أبريل، 2006). النظام رقم 06-05 المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع الخاصة بالجمهور العريض الآخر. العدد (26).
30. الجريدة الرسمية الجزائرية. (07 جويلية، 2007). المرسوم التنفيذي رقم 162/07 المعدل والمتمّم للمرسوم 123/01 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات، العدد (37).
31. الجريدة الرسمية الجزائرية. (أوت 05، 2009). القانون 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها. العدد (47)، 08-06.
32. الجريدة الرسمية الجزائرية. (13 جويلية، 2015). القانون المتعلق بالأدلة الإلكترونية الصادر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 15-213. العدد (36).
33. الجريدة الرسمية الجزائرية. (10 فيفري، 2015). القانون رقم 03-15 المتعلق بعصرنة العدالة. العدد (06)، 06-01.
34. الجريدة الرسمية الجزائرية. (01 فيفري، 2015). القانون رقم 04-15 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني. العدد (06).
35. الجريدة الرسمية الجزائرية. (ديسمبر 28، 2017). قانون المالية. العدد (76).
36. الجريدة الرسمية الجزائرية. (10 ماي، 2018). القانون 04-18 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية. العدد (27).
37. الجريدة الرسمية الجزائرية. (16 ماي، 2018). القانون 15-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. العدد (28).
38. الجريدة الرسمية الجزائرية. (27 ديسمبر، 2018). القانون رقم 04-18 المتعلق بالبريد والاتصالات الإلكترونية. العدد (74).
39. الجريدة الرسمية الجزائرية. (10 أكتوبر، 2018). القانون رقم 04-18 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية. العدد (60)، 16.

40. الجريدة الرسمية الجزائرية. (10 أكتوبر، 2018). مرسوم تنفيذي رقم 18-246 المحدد لمحتوى ونوعية الخدمة الشاملة للبريد والخدمة الشاملة للاتصالات الإلكترونية والتعريفات المطبقة عليها وكيفية تمويلها. العدد (60)، 16.
41. الجريدة الرسمية المغربية. (19 فيفري، 2004). القانون المغربي للتوقيع الإلكتروني رقم 02/03/388. العدد (5203).
42. الجريدة الرسمية لحكومة دبي. (03 ديسمبر، 2000). قانون رقم 01 لمنطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام. تم الاسترداد من <https://www.dubailand.gov.ae/English/Pages/Legal-Services>
43. الجريدة الرسمية لدولة الإمارات العربية المتحدة. (15 جويلية، 2006). قانون الأدلة الإلكترونية الإماراتي الصادر بالقانون الاتحادي رقم (1).
44. الديوان الوطني للأشغال التربوية. (2003). الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم.
45. الرائد الرسمي للجمهورية التونسية. (09 أوت، 2000). القانون رقم 83 المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية. العدد 64.
46. القانون رقم 05-10. (20 جويلية، 2005). المتضمن القانون المدني الجزائري. المعدل والمتمم للأمر 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975.
47. المرسوم الرئاسي رقم 14-252. (بلا تاريخ). المتضمن التصديق على الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات.
48. الوزارة المصرية للشؤون القانونية. (28 ديسمبر، 2019). الجريدة الرسمية المصرية. قانون التجارة الإلكترونية المصري، العدد القومي 4083. تم الاسترداد من <http://www.moj.gov.eg/Arabic/sitecollectiondocuments/law-pdf/2019/12/4083.pdf>
49. قانون المعاملات الإلكترونية الأردني. (2001). المادة 02 من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85.
50. قانون المعاملات الإلكترونية الكويتي. (2004). المادة 01 من الفصل الأول من قانون المعاملات الإلكترونية الكويتي رقم 20.
51. قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية لإمارة دبي. (2000). المادة 02 من قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية لإمارة دبي رقم 02.

د - المواقع الإنترنت

1. من-نحن / www.ems.dz/ar/ : Consulté le 06 12, 2023, sur www.ems.dz (2023)
2. Récupéré sur [www.poste.dz](https://www.poste.dz/customer/cor-ems) : <https://www.poste.dz/customer/cor-ems> (2023)
3. Consulté le 12 04, 2023, sur <https://www.mpt.gov.dz> (2024)
4. Consulté le 01 18, 2024, sur www.mpt.gov.dz : <https://www.mpt.gov.dz> (2024)
5. Consulté le 01 13, 2024, sur www.sharh-alhadith.com : <https://www.sharh-alhadith.com> (2024)
6. Algérie Presse Service. (14). (2021). من. Algérie Presse Service. تاريخ الاسترداد 03 23, 2022، من. www.aps.dz : <https://www.aps.dz/ar/economie/119199-3-053-2021>
7. americanexpress. (22). (2022). <http://home.americanexpress.com> ديسمبر، 2022. تم الاسترداد من. <http://home.americanexpress.com> : <http://home.americanexpress.com>
8. Bank for international Settlement BIS. (2018). Central Bank Digital Currencies. تم الاسترداد من. <https://www.bis.org> : <https://www.bis.org/cpmi/publ/d174.pdf>

9. البوابة الحكومية للخدمات العمومية. (2024, 04 28). تم الاسترداد من : www.Bawabatic.dz
<https://bawabatic.dz/?req=informations>
10. الموقع الرسمي لبريد الجزائر. (2023). تاريخ الاسترداد 14 02 2023، من www.poste.dz.
11. الموقع الرسمي لشركة SATIM. 23 SATIM, 2020. MAI، تم الاسترداد من WWW.SATIM-DZ.COM.
12. الموقع الرسمي للبنك. (2022, 08 23). <https://www.worldbank.org/>.
13. الوزارة المصرية للشؤون القانونية. (28 ديسمبر، 2019). الجريدة الرسمية المصرية. قانون التجارة الإلكترونية المصري، العدد القومي 4083. تم الاسترداد من
<http://www.moj.gov.eg/Arabic/sitecollectiondocuments/law-pdf/2019/12/4083.pdf>
14. خليل بن الدين. (2015, 04 28). البريد المركزي الجزائري مكان وتاريخ. تاريخ الاسترداد 28 03 2021، من
<https://www.alaraby.co.uk/> <https://www.alaraby.co.uk>
15. فؤاد نهال. (2012). <https://nalhazani2012.wordpress.com> . تم الاسترداد من
<https://nalhazani2012.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/09/d8a7d984d981d8acd988d8a9-d8a7d984d8b1d982d985d98ad8a9.pdf>
16. سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية. (2014 12 27). ملف صحفي. تاريخ الاسترداد 14 05 2022، من
<https://www.arpce.dz/ar/file/w0r4r7> www.arpce.dz
17. صندوق النقد العربي. (يونيو، 2020). التقنيات المالية في مجال الدفع الإلكتروني في قطاع التجزئة. الإصدار الأول
لتقرير مرصد: التقنيات المالية الحديثة في الدول العربية. تم الاسترداد من
<https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2021-12/first-edition-report-observatory-modern-financial-technologies-arab-countries.pdf>
18. صندوق النقد العربي. (2022). التقرير الاقتصادي العربي الموحد. تم الاسترداد من www.amf.org.ae
19. عامر محمد باسم مطر. (12 مارس، 2022). طريقة الوفاء بالشيك الإلكتروني. تم الاسترداد من
<https://www.almerja.com/reading.php?idm=163589> [https://www.almerja.com](http://www.almerja.com)
20. مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة. (أفريل، 2021). الوحدة التعليمية 1: مدخل إلى الجريمة الإلكترونية.
تم الاسترداد من <https://www.unodc.org/e4j/ar/>
21. وزارة البريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية. (2023). إنجازات قطاع البريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية. تاريخ
الاسترداد 16 05 2023، من www.gloriousalgeria.dz
<https://gloriousalgeria.dz/ar/achievements/show/170/> إنجازات قطاع البريد والمواصلات السلوكية-اللاسلكية

رابعاً: المراجع باللغة الإنجليزية

أ- الكتب النظرية:

1. C.H Lovelock, & K. Lauren Wright. (1999). Principles of Service Marketing and Management. Prentice Hill.

2. Richard, I. (2003). Le comportement de consommateur et de l'acheteur. Paris : édition economica.
3. Russel, D. (1991). computer security basics. O. Reilly & Associates.

ب- المجلات العلمية

1. Andrew Musiime و Malinga Ramadhan. (2011). Internet Banking, Consumer Adoption and Customer Satisfaction. African Journal of Marketing Management ,Vol (03) N° (10). doi:ISSN 2141-2421
2. C Grönroos. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. European Journal of Marketing ,Vol (18) N (4).
3. Coulthard, L, & Morisson. (2004). Measuring Service Quality: A Review and Critique of Research Using Servqual. International Journal of Market Research, Vol (46), 479-497.
4. Cronin, J, & Taylor, S. (1994). Servperf Versus Servqual Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. Journal of Marketing, Vol (58), 125-131.
5. Dagger, T, & Sweeney, J. (2007). Service Quality Attribute Weights: How de Novice and Longer-term Construct Service Quality Perception? Journal of Service Research, Vol (10) N° (01).
6. F.A Frost ,& M Kumar. (2000). INTSERVQUAL : an internal adaptation of the GAP model in à large service organization. Journal of Services Marketing ,Vol (14) N° (05) 358-377
7. J Thomas, Spreng ,& A Richard. (2002). Difference Score versus Direct Effects in Service Quality Measurement. Journal of Service Research ,Vol (14) N° (03).
8. J.B Jensen ,& R.E Markland. (2014). Improving The Application of Quality Conformance Tools Service Firms. Journal of Service Marketing ,Vol (10) N° (01).
9. K.R Teas. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality. Journal of Marketing ,Vol (57)34-18 .
10. Parasuraman, A, Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, Vol (22) N° (11) 49.
11. Parasuraman, Zeithaml, & Berry, L. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. Journal of Marketing, Vol (52).
12. Parasuramn, Berry, L, & Zeithmal, A. (1991). refinement and reassessment of the servqual scale. Journal of Retailing, Vol (67) N° (04), 422-424.
13. Seth Nitin, S.G Deshmukh ,& Vrat Prem. (2004). Service quality models: a review. International Journal of Quality & Reliability Management ,Vol (22) N° (09)949-913 .
14. van, I. J, & van, d. T. (2003). Applying SERVQUAL to Web sites: an exploratory study. International Journal of Quality & Reliability Management, Vol (20) N° (08), 919-935.

ج- التقارير

1. E Daniel& , Hecker. (2001). Employment Impact of Electronic Business. Journal of Electronic Business.
2. European Central Bank. (1998, August). Report on Electronic money". 7. Frankfurt, Germany.

3. European Central Bank. (2015). Virtual currency schemes-a further analysis. Retrieved from <http://WWW.ecb.europa.eu/pup/pdf/other/virtualcurrencyschemesen.pdf>
4. Financial Act Task Force. (June, 2014). Virtual Currencies - Key Definitions and Potential AML/CFT Risks.
5. International Monetary Fund. (2016). Virtual Currencies and Beyond: Initial Considerations. تم الاسترداد من <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2016/sdn1603.pdf>
6. Lael Brainard. (2018). Proceeding of the Decoding Digital Currency Conference Sponsored by the Federal Reserve Bank of San Francisco. cryptocurrencies, Digital Currencies, and Distributed Ledger Technologies: What Are We Learning? Francisco, California. تم الاسترداد من <https://www.federalreserve.gov/newsevents/speech/files/brainard20180515a.pdf>
7. The World Bank. (2018). microdata.worldbank.org. تم الاسترداد من www.worldbank.org : <https://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/3238>
8. World Bank Group. (2017). Distributed Ledger Technology (DLT) and blockchain. Fin Tech note, 2222. (H. Natarajan, S. Krause, and H. Gradstein, Éd) Washington.

خامساً: المراجع باللغة الفرنسية

أ- الكتب النظرية:

1. Berner. (1997). Les moyens de paiement des espèces à la monnaie électronique. Banque éditeur.
2. Capdeville, L. J, Storck, M, Routier, R, Mignot, M, & Kovar, J.-P. (2017). Nicolas Eréséo, droit bancaire (Vol. 1ère éd). Dalloz.
3. Capdeville, L. J, Storck, M, Routier, R., Mignot, M, Kovar, J.-P, & Eréséo, N. (2017). Droit bancaire (Vol. 1ère éd). Dalloz.
4. François, C. (1979). Les Entreprises publiques en France. Paris : La Documentaire Française.
5. Gavlda, C, & Michel, E. (1994). Travaux dirigés de droit des affaires, effets de commerce, chèques, carte de crédit. Paris : éd litec.
6. Huet, J, & MAISL, H. (1995). Droit de l'informatique et des télécommunications. Litec.
7. Jeantin, M. (1999). PAUL Le Cannu, droit commercial : instruments de paiement et de crédit, entreprise en difficulté (Vol. 5ème édition). Paris : Dalloz.
8. Jeantin, M, & Le Cannu, P. (1999). Droit commercial : instruments de paiement et de crédit. Dalloz, Paris : entreprise en difficulté.
9. J Lendervie. (2003). Le, Mercator-théorie et pratique en marketing. Paris : Dalloz.
10. Toering, J, & Brion, F. (1999). Les moyens de paiement. PUF.
11. Toering, J, & BRION, F. (1999). Les moyens de payments Vol (1). Paris : Edition que sais-je ?
12. Zolinger, M., & Lomarque, E. (2004). Marketing et stratégie de la banque. Paris : Dunod.

ب- المجلات العلمية:

1. Duret, D., & Pillet, M. (2002). Qualité en production : de ISO 9000 à Six sigma. Paris : édition d'organisation.
2. M Sliwa. (2008). Mapping and Measuring Service Quality: the implications of Henri Bergson's Philosophy. Philosophy of Management ,Vol (6) N° (03).

ج- الرسائل العلمية

1. Ben Kadi, A., Belladjel, N., & Oughanem, A. (2003). La monétique (une fonction d'avenir). Mémoire de licence en sciences économique option : monnaie, finance, banque. Tizi-Ouzou, université Mouloud.
2. Benchohra, k. (2008). Le commerce électronique en Algérie défit et perspectives. Mémoire de fin d'étude pour l'obtention du diplôme d'ingénieur d'état en planification et statistiques. Alger, institut national.

د- التقارير والوثائق الرسمية

1. Algérie Poste. (2011). Décision n 486/2011 portant organisation détaillée de la direction de l'UPW la direction générale.
2. Algérie Poste. (2019). support de formation relatif au service transfert rapide de fonds -wu. direction generale.
3. Algérie Poste. (2020). Cadre juridique et responsabilité de personnel d'Algérie Poste. Ecole Régional d'Algérie Poste Tlemcen.
4. Algérie Poste, & la direction générale,. (s.d.). Décision n 486/2011 portant organisation détaillée de la direction de l'UPW.
5. Bank for International settlements. (1996). Implication for central banks of the development of electronic money. Basle.
7. European parliament. (2018). Legal context and implications for financial crime, money laundering and tax evasion (Prof.Dr. Houben. Robby & SNYERS. Alexander). 20. Récupéré sur https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/150761/TAX3_study_on_cryptocurrencies_and_blockchain.pdf
8. European Commission. (1998). proposal for European parliament and 6 council Directives, on the taking up, the pursuit and the prudential supervision of the business of electronic money institution. COM (98)727. Brussels.
9. GIE Monétique. (21 03, 2024). نشاط الدفع على الإنترنت. تم الاسترداد من www.giemonetique.dz : <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet/>
10. RESEAU-CIB. (2024). Consulté le 01 12, 2024, sur WWW.Bitakati.dz: <https://bitakati.dz/ar/page/>
11. Uniform Commercial Code. (1989). Article 4A-104 of the UCC (Uniform Commercial Code) Which Prescribe.
12. Universal Postal Union. (2022). تم الاسترداد من www.upu.int : <https://www.upu.int/en/postal-statistics-2022>

الملاحق

الملحق رقم 01: قائمة الأساندة المحكمين

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة
سالم إلياس	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة
بوعبد الله صالح	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة
ميمون نبيلة	أستاذة التعليم العالي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة

الملحق رقم 02: استبيان الدراسة:

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

إعداد الطالب: دهمي عمر
 إشراف: الأستاذ سالم إلياس
 إشراف مساعد: الأستاذ سعدون رفيق

رقم الاستبانة:
 تاريخ الاستبانة:

الموضوع: استبانة لإعداد أطروحة الدكتوراه LMD في العلوم التجارية – تخصص تسويق بنكي

السيدات، السادة المحترمين ...
 تحية طيبة...

يقوم الطالب بإجراء دراسته استكمالاً لمتطلبات نيل درجة دكتوراه في العلوم التجارية، بعنوان: "دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية – دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر".

ونظراً لأهمية رأيكم في هذا الموضوع، نأمل منكم التكرم بقراءة عبارات الاستبانة بدقة، والإجابة عليها بموضوعية، علماً بأن جميع البيانات الواردة في هذه الاستبانة ستُعامل بأمانة تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

وتفضلوا بقبول جزيل الشكر والتقدير لاهتمامكم

❖ الجزء الأول: البيانات الشخصية

الجنس	
()	ذكر
()	أنثى

العمر	
()	من 18 سنة إلى 24 سنة
()	من 25 سنة إلى 34 سنة
()	من 35 سنة إلى 49 سنة
()	من 50 سنة إلى 60 سنة
()	أكثر من 60 سنة

المستوى الدراسي	
()	ثانوي أو أقل
()	ليسانس
()	ماجستير
()	دكتوراه
()	شهادة أخرى
()	ماستر

المهنة	
()	طالب
()	عامل لدى القطاع العام
()	عامل لدى القطاع الخاص
()	تاجر (أعمال حرة)
()	متقاعد
()	بدون مهنة

عدد سنوات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر	
()	أقل من سنة
()	من سنة إلى خمس (5) سنوات
()	من خمس (5) سنوات إلى عشر (10) سنوات
()	أكثر من عشر (10) سنوات

هل لديك بطاقة السحب والدفع الإلكترونية "الذهبية"؟	
()	نعم
()	لا

ما هي وتيرة استعمالكم لخدمات وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها بريد الجزائر؟	
()	على الأقل مرة واحدة في الشهر
()	عدة مرات في الشهر
()	أحياناً

ما هي أكثر وسائل الدفع الإلكترونية استعمالاً بالنسبة إليك.	
()	البطاقة الذهبية والخدمات المرتبطة بها
()	التطبيق الإلكتروني بريدي موب
()	التحويلات السريعة للأموال "Western Union"
()	استعمل كل ما ذكر أعلاه من خدمات دون استثناء
()	إذا كان هناك استثناء فذكره

❖ الجزء الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

❖ أرجو قراءة العبارات التالية ثم وضع علامة (✓) في الخانة التي تُعبر عن درجة موافقتك على العبارة المناسبة مع العلم أنَّ درجة الموافقة تبدأ بـ [1] وهي أدنى درجة موافقة وتنتهي بـ [5] وهي أعلى درجة موافقة.

رقم	(1 - بدرجة الموافقة قليلة جداً، 5 - بدرجة الموافقة كبيرة جداً)	1	2	3	4	5
1	يُمكنني باستخدام البطاقة "الذهبية" من دفع حقوق "التعليم عن بُعد" أو "البكالوريا" أو حقوق (التسجيل، الإيواء، النقل الجامعي) عبر شبكة الانترنت بكل سهولة ويُسر.					
2	يُمكنني الاطلاع على رصيد حسابي الجاري البريدي (CCP) بسهولة ويُسر من خلال الاستعانة بالخدمات التي تقدمها البطاقة "الذهبية"					
3	يُمكنني تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يُسر وسهولة باستخدام البطاقة "الذهبية" على جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB)					
4	تُتيح لي البطاقة "الذهبية" دفع ثمن المشتريات عبر شبكة الانترنت بكل سهولة					
5	يُسهُل عليَّ سداد مختلف الفواتير باستخدام البطاقة "الذهبية" عبر المنصة النقدية لمؤسسة بريد الجزائر (الدفع عن بعد).					
6	يُمكنني سحب أموال بسهولة ويُسر من خلال استعمال البطاقة "الذهبية" التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر.					
7	تُتيح لي البطاقة "الذهبية" لبريد الجزائر من إعادة شحن بطاقة الهاتف النقال بكل يُسر وسهولة.					
8	يُمكنني تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يُسر وسهولة باستخدام خدمة تحويل الأموال عبر تطبيق الهاتف النقال "بريدي موب."					
9	يُمكنني سحب أموال من جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB) بدون استعمال البطاقة "الذهبية"، وذلك عن طريق خدمة يوفرها تطبيق "بريدي موب"، وهي خدمة السحب بدون بطاقة.					
10	يُمكنني باستخدام البطاقة "الذهبية" عبر جهاز الشباك البنكي الآلي (GAB) أو تطبيق "بريدي موب" أن أطلع على آخر عشر (10) عمليات أجريتها بالبطاقة.					
11	يُمكنني تحويل الأموال بين حسابي البريدي وحساب آخر بكل يُسر وسهولة باستخدام خدمة تحويل الأموال عبر نهائيات الدفع الإلكتروني (TPE) أو عن طريق المسح الضوئي (Qr code) عبر "بريدي باي"					
12	يُمكنني حجز "تذاكر الطيران" و"دفع التأمينات" بسهولة ويُسر عبر شبكة الانترنت باستخدام البطاقة "الذهبية" لبريد الجزائر.					

❖ الجزء الثالث: جودة الخدمة المالية البريدية

❖ أرجو قراءة العبارات التالية ثم وضع علامة (✓) في الخانة التي تعبر عن درجة موافقتك على العبارة المناسبة مع العلم أن درجة الموافقة تبدأ بـ [1] وهي أدنى درجة موافقة وتنتهي بـ [5] وهي أعلى درجة موافقة.

		1	2	3	4	5
	(1 - بدرجة الموافقة قليلة جداً، 5 - بدرجة الموافقة كبيرة جداً)					
	أولاً: أبعاد جودة الخدمة المالية البريدية					
A	مستوى الاعتمادية					
13	تعتبر إجراءات التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر بسيطة وسهلة					
14	تتلقى خدمة فورية عند التعامل مع موظفي مؤسسة بريد الجزائر					
15	تلتزم مؤسسة بريد الجزائر بتقديم خدمات مالية إلكترونية على مدار الساعة 24/سا - 7 أيام/7					
16	توفر مؤسسة بريد الجزائر باقة متنوعة من الخدمات المالية.					
17	تولي إدارة مؤسسة بريد الجزائر اهتماماً خاصاً بحل مشكلات العملاء المتعلقة بالخدمات المالية					
18	تقدم مؤسسة بريد الجزائر خدمات مالية بدقة وبدون أخطاء منذ البداية					
19	مؤسسة بريد الجزائر تتمتع بسمعة طيبة بين مختلف العملاء					
20	لديّ درجة عالية من الثقة عند القيام بالخدمات المالية في بريد الجزائر					
B	درجة الأمان (ضمان)					
21	يُمكن تحويل الأموال عن طريق الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر من حساب إلى حساب بريدي أو بنكي بكل اطمئنان					
22	تطبيق الهاتف المحمول "بريدي موب" لمؤسسة بريد الجزائر موثوق به.					
23	توفر مؤسسة بريد الجزائر كاميرات المراقبة أمام الموزعات الآلية من أجل الحماية.					
24	تحافظ مؤسسة بريد الجزائر على سرية معلوماتي الشخصية لديها.					
25	توفر مؤسسة بريد الجزائر خدمات مالية بمستوى عالي من الحماية والأمان.					
C	مستوى الاستجابة					
26	يستجيب موظفو مؤسسة بريد الجزائر لاحتياجات العملاء بشكل سريع وفوري					
15	توفر مؤسسة بريد الجزائر قنوات مختلفة (سجلات/منافذ الكترونية) خاصة بالشكاوى والاقتراحات لتقوم بعد ذلك بمعالجتها بصورة سريعة ومثالية					
28	توفر مؤسسة بريد الجزائر خط هاتفي مباشر (الموزع الصوتي) للعملاء لضمان سرعة الاستجابة لهم 24/سا - 7 أيام/7					
D	مستوى الاتصال (بعد التعاطف)					
29	يقوم موظفو بريد الجزائر بإرشاد العملاء حول طبيعة الخدمات المالية التي تُقدمها مؤسسة بريد الجزائر					
30	يتم إبلاغ العملاء عن أية مشكلات طارئة أثناء تأدية الخدمة لهم					

5	4	3	2	1	(1 - بدرجة الموافقة قليلة جداً، 5 - بدرجة الموافقة كبيرة جداً)	
					عملية الاتصال المباشرة مع الموظف في مؤسسة بريد الجزائر سهلة وغير معقدة	31
					يفهم موظفو مؤسسة بريد الجزائر احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها	32
					توفر مؤسسة بريد الجزائر نشرات توضيحية حول نوعية الخدمات المالية المتوفرة	33
					مستوى التسهيلات المادية (بعد الملموسية)	E
					يعتبر موقع المكاتب البريدية لمؤسسة بريد الجزائر ملائماً وسهل الوصول إليه	34
					تستخدم مؤسسة بريد الجزائر آلات ومكائن تقنية حديثة ومتطورة	35
					المظهر العام للموظفين في مؤسسة بريد الجزائر لائق ونظيف	36
					تتميز مؤسسة بريد الجزائر بمكاتب بريدية نظيفة	37
					توفر مؤسسة بريد الجزائر داخل مكاتبها البريدية منشورات إرشادية واضحة	38
					توفر مؤسسة بريد الجزائر بطاقة "الذهبية" بمقاييس عالمية (من ناحية الشكل، و التركيبية المادية للبطاقة)	39
					توفر مؤسسة بريد الجزائر أجهزة الموزع الآلي (GAB) في أماكن ملائمة وسهل الوصول إليها	40
					توفر مؤسسة بريد الجزائر قاعات انتظار مريحة	41
					ثانياً: مؤشر جودة الخدمة المالية البريدية (الرضا)	
					أبعاد الرضا	S
					أشعر بالرضا عن رسوم الاشتراك السنوية التي أدفعها مقابل الحصول البطاقة "الذهبية"	42
					أرى بأنني قمت باتخاذ القرار الصحيح عندما اخترت مؤسسة بريد الجزائر في تعاملاتي المالية.	43
					أشعر بالرضا عن الرسوم المطبقة على الخدمات المالية المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر	44
					أوصي زملائي ومعارفي باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر.	45
					أشعر بالراحة فيما يتعلق بعلاقتي مع إدارة مؤسسة بريد الجزائر على مستوى المكاتب البريدية أو الوحدات الولائية.	46
					أشعر بالرضا عن جودة الخدمات المالية المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر	47
					بشكل عام، أنا راضي عن مؤسسة بريد الجزائر والخدمات المالية التي تقدمها عبر وسائل الدفع الإلكتروني	48

نشكركم على حسن تعاونكم...

الطالب: دهمي عمر

الاتساق الداخلي لمحاور الثاني (التعاطف)

Corrélations

		Corrélations					
		الدرجة_الكليه_لأبعاء د_جوده_الخدمه	D29	D30	D31	D32	D33
الدرجة_الكليه_لأبعاء_جوده_الخدمه	Corrélation de Pearson	1	,833**	,764**	,911**	,786**	,858**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	372	372	372	372	372	372

الاتساق الداخلي لمحاور الثاني (الملموسية)

Corrélations

Corrélations										
		الدرجة الكلية لأبعاد د_جودة الخدمة	E34	E35	E36	E37	E38	E39	E40	E41
الدرجة الكلية لأبعاد جودة الخدمة	Corrélation de Pearson	1	,670**	,799**	,847**	,828**	,858**	,851**	,514**	,814**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	372	372	372	372	372	372	372	372	372

الاتساق الداخلي لمحاور الثالث (الرضا)

Corrélations

Corrélations									
		الدرجة الكلية لأبعاد د_الرضا	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48
الدرجة الكلية لأبعاد الرضا	Corrélation de Pearson	1	,942**	,905**	,816**	,800**	,817**	,929**	,941**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	372	372	372	372	372	372	372	372

الصدق البنائي لمحاور الاستبانة (الكلي)

Corrélations

Corrélations										
		الدرجة الكلية لأبعاد _د_الإستبانة	الدرجة الكلية لأبعاد _د_وسائل الدفع	الدرجة الكلية لبعد _الاعتمادية	الدرجة الكلية لبعد _الأمان	الدرجة الكلية لبعد _الإستبانة	الدرجة الكلية لبعد _الاعتمادات	الدرجة الكلية لبعد _الملموسية	الدرجة الكلية لأبعاد _د_الرضا	الدرجة الكلية لأبعاد _د_جودة الخدمة
الدرجة الكلية لأبعاد _الإستبانة	Corrélation de Pearson	1	.310**	.915**	.917**	.869**	.915**	.930**	.924**	.963**
	Sig. (bilatérale)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	372	372	372	372	372	372	372	372	372

DATASET ACTIVATE Jeu_de_données2.

RELIABILITY

/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

[Jeu_de_données2] D:\2021-2020 الاطروحة \Sans titre3.sav

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,904	12

معامل ألفا كـر (بعد الاعتمادية)

RELIABILITY

/VARIABLES=A13 A14 A15 A16 A17 A18 A19 A20
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,871	8

معامل ألفا كـر (المحور الأول)

RELIABILITY

/VARIABLES=B21 B22 B23 B24 B25
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,917	5

معامل ألفا كـر (بعد التعاطف)

RELIABILITY

/VARIABLES=D29 D30 D31 D32 D33
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,918	5

معامل ألفا كـر (بعد الأمان)

RELIABILITY

/VARIABLES=C26 C27 C28
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,785	3

معامل ألفا كـر (بعد الملموسية)

RELIABILITY

/VARIABLES=E34 E35 E36 E37 E38 E39 E40 E41
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,918	8

معامل ألفا كـر (بعد الاستجابة)

معامل ألفا كرونباخ (مؤشرات الرضا)

```
RELIABILITY
/VARIABLES=S42 S43 S44 S45 S46 S47 S48
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,950	7

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 A13 A14 A15 A16 A17 A18 A19 A20 B21 B22 B23 B24
B25 C26 C27 C28 D29 D30 D31 D32 D33 E34 E35 E36 E37 E38 E39 E40 E41 S42 S43 S44 S45 S46 S47 S48
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	372	100,0
	Exclue ^a	0	,0
	Total	372	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,966	48

معامل ألفا كرونباخ (معايير الاستبانة)

- اختبار التوزيع الطبيعي لإجابات أفراد العينة

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
الدرجة الكلية لمُتغير وسائل الدفع 2	,044	372	,085	,990	372	,012
الدرجة الكلية لـ اعتمادية 2	,039	372	,200*	,992	372	,046
الدرجة الكلية لأمان 2	,033	372	,200*	,993	372	,097
الدرجة الكلية لبعد العاطف 3	,044	372	,084	,993	372	,080
الدرجة الكلية لبعد الملموسية 2	,040	372	,200*	,983	372	,000
الدرجة الكلية لمُتغير الرضا 4	,032	372	,200*	,990	372	,013

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

- نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات الاستبانة

A/ بعد الاعتمادية

Fréquences

		Statistiques							
		A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20
N	Valide	372	372	372	372	372	372	372	372
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,9489	3,0780	3,8898	3,4274	3,8790	3,6774	2,8441	3,4892
Somme		1469,00	1145,00	1447,00	1275,00	1443,00	1368,00	1058,00	1298,00

A13

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	22	5,9	5,9	5,9
	غير موافق	27	7,3	7,3	13,2
	محايد	49	13,2	13,2	26,3
	موافق	124	33,3	33,3	59,7
	موافق تماماً	150	40,3	40,3	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A14

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	38	10,2	10,2	10,2
	غير موافق	106	28,5	28,5	38,7
	محايد	86	23,1	23,1	61,8
	موافق	73	19,6	19,6	81,5
	موافق تماماً	69	18,5	18,5	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A15

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	15	4,0	4,0	4,0
	غير موافق	10	2,7	2,7	6,7
	محايد	90	24,2	24,2	30,9
	موافق	143	38,4	38,4	69,4
	موافق تماماً	114	30,6	30,6	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A16

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	33	8,9	8,9	8,9
	غير موافق	40	10,8	10,8	19,6
	محايد	102	27,4	27,4	47,0
	موافق	129	34,7	34,7	81,7
	موافق تماماً	68	18,3	18,3	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A17

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	17	4,6	4,6	4,6
	غير موافق	14	3,8	3,8	8,3
	محايد	68	18,3	18,3	26,6
	موافق	171	46,0	46,0	72,6
	موافق تماماً	102	27,4	27,4	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A18

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	23	6,2	6,2	6,2
	غير موافق	38	10,2	10,2	16,4
	محايد	70	18,8	18,8	35,2
	موافق	146	39,2	39,2	74,5
	موافق تماماً	95	25,5	25,5	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A19

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	50	13,4	13,4	13,4
	غير موافق	60	16,1	16,1	29,6
	محايد	178	47,8	47,8	77,4
	موافق	66	17,7	17,7	95,2
	موافق تماماً	18	4,8	4,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A20

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	10	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	38	10,2	10,2	12,9
	محايد	136	36,6	36,6	49,5
	موافق	136	36,6	36,6	86,0
	موافق تماماً	52	14,0	14,0	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

A / بعد الأمان

Fréquences**Statistiques**

		B21	B22	B23	B24	B25
N	Valide	372	372	372	372	372
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,5995	3,6962	3,9247	4,1290	3,7930
Somme		1339,00	1375,00	1460,00	1536,00	1411,00

B21

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	6	1,6	1,6	1,6
	غير موافق	76	20,4	20,4	22,0
	محايد	49	13,2	13,2	35,2
	موافق	171	46,0	46,0	81,2
	موافق تماماً	70	18,8	18,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

B22

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	22	5,9	5,9	5,9
	غير موافق	24	6,5	6,5	12,4
	محايد	95	25,5	25,5	37,9
	موافق	135	36,3	36,3	74,2
	موافق تماماً	96	25,8	25,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

B23

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	9	2,4	2,4	2,4
	غير موافق	13	3,5	3,5	5,9
	محايد	87	23,4	23,4	29,3
	موافق	151	40,6	40,6	69,9
	موافق تماماً	112	30,1	30,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

B24

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	10	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	26	7,0	7,0	9,7
	محايد	45	12,1	12,1	21,8
	موافق	116	31,2	31,2	53,0
	موافق تماماً	175	47,0	47,0	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

B25

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	17	4,6	4,6	4,6
	غير موافق	35	9,4	9,4	14,0
	محايد	63	16,9	16,9	30,9
	موافق	150	40,3	40,3	71,2
	موافق تماماً	107	28,8	28,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

C/ بعد الاستجابة

Fréquences

Statistiques

		C26	C27	C28
N	Valide	372	372	372
	Manquant	0	0	0
Moyenne		3,1855	3,4758	3,5672
Somme		1185,00	1293,00	1327,00

C26

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	47	12,6	12,6	12,6
	غير موافق	81	21,8	21,8	34,4
	محايد	83	22,3	22,3	56,7
	موافق	78	21,0	21,0	77,7
	موافق تماماً	83	22,3	22,3	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

C27

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	7	1,9	1,9	1,9
	غير موافق	65	17,5	17,5	19,4
	محايد	113	30,4	30,4	49,7
	موافق	118	31,7	31,7	81,5
	موافق تماماً	69	18,5	18,5	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

C28

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	,3	,3	,3
	غير موافق	45	12,1	12,1	12,4
	محايد	120	32,3	32,3	44,6
	موافق	154	41,4	41,4	86,0
	موافق تماماً	52	14,0	14,0	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

D/ بعد التعاطف

Fréquences

		Statistiques				
		D29	D30	D31	D32	D33
N	Valide	372	372	372	372	372
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,2392	3,2527	3,5833	2,9086	3,6747
Somme		1205,00	1210,00	1333,00	1082,00	1367,00

D29

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	47	12,6	12,6	12,6
	غير موافق	63	16,9	16,9	29,6
	محايد	97	26,1	26,1	55,6
	موافق	84	22,6	22,6	78,2
	موافق تماماً	81	21,8	21,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

D30

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	43	11,6	11,6	11,6
	غير موافق	55	14,8	14,8	26,3
	محايد	73	19,6	19,6	46,0
	موافق	167	44,9	44,9	90,9
	موافق تماماً	34	9,1	9,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

D31

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	46	12,4	12,4	12,4
	غير موافق	24	6,5	6,5	18,8
	محايد	42	11,3	11,3	30,1
	موافق	187	50,3	50,3	80,4
	موافق تماماً	73	19,6	19,6	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

D/ بعد التعاطف

D32					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	57	15,3	15,3	15,3
	غير موافق	75	20,2	20,2	35,5
	محايد	115	30,9	30,9	66,4
	موافق	95	25,5	25,5	91,9
	موافق تماماً	30	8,1	8,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

D33					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	35	9,4	9,4	9,4
	غير موافق	20	5,4	5,4	14,8
	محايد	35	9,4	9,4	24,2
	موافق	223	59,9	59,9	84,1
	موافق تماماً	59	15,9	15,9	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E/ بعد المموسية

Fréquences

		Statistiques							
		E34	E35	E36	E37	E38	E39	E40	E41
N	Valide	372	372	372	372	372	372	372	372
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,2661	3,9301	3,4624	3,7446	3,6828	3,8145	2,2258	3,4919
Somme		1587,00	1462,00	1288,00	1393,00	1370,00	1419,00	828,00	1299,00

E34

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	6	1,6	1,6	1,6
	غير موافق	14	3,8	3,8	5,4
	محايد	35	9,4	9,4	14,8
	موافق	137	36,8	36,8	51,6
	موافق تماماً	180	48,4	48,4	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E35

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	17	4,6	4,6	4,6
	غير موافق	11	3,0	3,0	7,5
	محايد	81	21,8	21,8	29,3
	موافق	135	36,3	36,3	65,6
	موافق تماماً	128	34,4	34,4	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E36

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	41	11,0	11,0	11,0
	غير موافق	38	10,2	10,2	21,2
	محايد	97	26,1	26,1	47,3
	موافق	100	26,9	26,9	74,2
	موافق تماماً	96	25,8	25,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E37

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	39	10,5	10,5	10,5
	غير موافق	30	8,1	8,1	18,5
	محايد	61	16,4	16,4	34,9
	موافق	99	26,6	26,6	61,6
	موافق تماماً	143	38,4	38,4	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E38

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	22	5,9	5,9	5,9
	غير موافق	32	8,6	8,6	14,5
	محايد	50	13,4	13,4	28,0
	موافق	206	55,4	55,4	83,3
	موافق تماماً	62	16,7	16,7	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E39

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	13	3,5	3,5	3,5
	غير موافق	29	7,8	7,8	11,3
	محايد	50	13,4	13,4	24,7
	موافق	202	54,3	54,3	79,0
	موافق تماماً	78	21,0	21,0	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E40					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ^a	77	20,7	20,7	20,7
	غير موافق	179	48,1	48,1	68,8
	متايد	81	21,8	21,8	90,6
	موافق	25	6,7	6,7	97,3
	موافق تماماً	10	2,7	2,7	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E41					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ^a	31	8,3	8,3	8,3
	غير موافق	41	11,0	11,0	19,4
	متايد	52	14,0	14,0	33,3
	موافق	210	56,5	56,5	89,8
	موافق تماماً	38	10,2	10,2	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

E/ بعد الملموسية

Fréquences													
Statistiques													
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
N	Valide	372	372	372	372	372	372	372	372	372	372	372	372
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,8011	3,7124	3,6882	3,6683	3,9409	3,9543	4,6048	2,5134	3,2876	2,8333	3,4785	3,1022
Somme		1414,00	1381,00	1372,00	1439,00	1466,00	1471,00	1713,00	935,00	1223,00	1054,00	1294,00	1154,00

Q1

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ¹	7	1,9	1,9	1,9
	غير موافق	31	8,3	8,3	10,2
	محايد	53	14,2	14,2	24,5
	موافق	219	58,9	58,9	83,3
	موافق تماماً	62	16,7	16,7	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q2

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ¹	19	5,1	5,1	5,1
	غير موافق	15	4,0	4,0	9,1
	محايد	75	20,2	20,2	29,3
	موافق	208	55,9	55,9	85,2
	موافق تماماً	55	14,8	14,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q3

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ¹	29	7,8	7,8	7,8
	غير موافق	22	5,9	5,9	13,7
	محايد	97	26,1	26,1	39,8
	موافق	112	30,1	30,1	69,9
	موافق تماماً	112	30,1	30,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q4

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ¹	7	1,9	1,9	1,9
	غير موافق	10	2,7	2,7	4,6
	محايد	44	11,8	11,8	16,4
	موافق	275	73,9	73,9	90,3
	موافق تماماً	36	9,7	9,7	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q5

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ¹	10	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	47	12,6	12,6	15,3
	محايد	25	6,7	6,7	22,0
	موافق	163	43,8	43,8	65,9
	موافق تماماً	127	34,1	34,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q6

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ¹	3	,8	,8	,8
	غير موافق	10	2,7	2,7	3,5
	محايد	43	11,6	11,6	15,1
	موافق	261	70,2	70,2	85,2
	موافق تماماً	55	14,8	14,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q7

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	3	,8	,8	,8
	غير موافق	12	3,2	3,2	4,0
	محايد	25	6,7	6,7	10,8
	موافق	49	13,2	13,2	23,9
	موافق تماماً	283	76,1	76,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q8

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	38	10,2	10,2	10,2
	غير موافق	173	46,5	46,5	56,7
	محايد	110	29,6	29,6	86,3
	موافق	34	9,1	9,1	95,4
	موافق تماماً	17	4,6	4,6	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q9

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	8	2,2	2,2	2,2
	غير موافق	64	17,2	17,2	19,4
	محايد	163	43,8	43,8	63,2
	موافق	87	23,4	23,4	86,6
	موافق تماماً	50	13,4	13,4	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q10

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	50	13,4	13,4	13,4
	غير موافق	79	21,2	21,2	34,7
	محايد	154	41,4	41,4	76,1
	موافق	61	16,4	16,4	92,5
	موافق تماماً	28	7,5	7,5	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q11

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	5	1,3	1,3	1,3
	غير موافق	51	13,7	13,7	15,1
	محايد	134	36,0	36,0	51,1
	موافق	125	33,6	33,6	84,7
	موافق تماماً	57	15,3	15,3	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Q12

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	72	19,4	19,4	19,4
	غير موافق	28	7,5	7,5	26,9
	محايد	122	32,8	32,8	59,7
	موافق	90	24,2	24,2	83,9
	موافق تماماً	60	16,1	16,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

S/ مؤشرات الرضا

► Fréquences

		Statistiques						
		S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48
N	Valide	372	372	372	372	372	372	372
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,8226	3,7930	3,7312	3,7097	3,4785	3,8441	3,8683
Somme		1422,00	1411,00	1388,00	1380,00	1294,00	1430,00	1439,00

		S42			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	17	4,6	4,6	4,6
	غير موافق	8	2,2	2,2	6,7
	محايد	74	19,9	19,9	26,6
	موافق	198	53,2	53,2	79,8
	موافق تماماً	75	20,2	20,2	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

		S43			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	14	3,8	3,8	3,8
	غير موافق	32	8,6	8,6	12,4
	محايد	50	13,4	13,4	25,8
	موافق	197	53,0	53,0	78,8
	موافق تماماً	79	21,2	21,2	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

		S44			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	12	3,2	3,2	3,2
	غير موافق	37	9,9	9,9	13,2
	محايد	57	15,3	15,3	28,5
	موافق	199	53,5	53,5	82,0
	موافق تماماً	67	18,0	18,0	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

S45

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	14	3,8	3,8	3,8
	غير موافق	30	8,1	8,1	11,8
	محايد	40	10,8	10,8	22,6
	موافق	254	68,3	68,3	90,9
	موافق تماماً	34	9,1	9,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

S46

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	15	4,0	4,0	4,0
	غير موافق	60	16,1	16,1	20,2
	محايد	61	16,4	16,4	36,6
	موافق	204	54,8	54,8	91,4
	موافق تماماً	32	8,6	8,6	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

S47

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	13	3,5	3,5	3,5
	غير موافق	12	3,2	3,2	6,7
	محايد	49	13,2	13,2	19,9
	موافق	244	65,6	65,6	85,5
	موافق تماماً	54	14,5	14,5	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

S48

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً ⁹	9	2,4	2,4	2,4
	غير موافق	18	4,8	4,8	7,3
	محايد	44	11,8	11,8	19,1
	موافق	243	65,3	65,3	84,4
	موافق تماماً	58	15,6	15,6	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

نتائج اختبار الفرضيات

الفرضية (H1.2)

T-TEST
 /TESTVAL=24
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=الدرجة_الكليه_لبعد_الملموسية
 /CRITERIA=CI (.95) .

Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الدرجة_الكليه_لبعد_الملموسية	372	28,6183	3,08015	,15970

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 24

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الدرجة_الكليه_لبعد_الملموسية	28,919	371	,000	4,61828	4,3043	4,9323

الفرضية (H1.1)

Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الدرجة_الكليه_لمنحدر_وسائل_الدفع 2	372	42,7957	3,55502	,18432

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 36

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الدرجة_الكليه_لمنحدر_وسائل_الدفع 2	36,869	371	,000	6,79568	6,4332	7,1581

الفرضية (H1.3)

```

T-TEST
/TESTVAL=24
/MISSING=ANALYSIS
/ VARIABLES=الدرجة_الكلية_لبعد_الاعتمادية
/CRITERIA=CI (.95) .

```

Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الدرجة_الكلية_لبعد_الاعتمادية	372	28,2339	2,85152	,14784

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 24

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الدرجة_الكلية_لبعد_الاعتمادية	28,637	371	,000	4,23387	3,9432	4,5246

الفرضية (H1.4)

```

T-TEST
/TESTVAL=6
/MISSING=ANALYSIS
/ VARIABLES=الدرجة_الكلية_لبعد_الاستجابة
/CRITERIA=CI (.95) .

```

Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الدرجة_الكلية_لبعد_الاستجابة	372	10,2285	1,96573	,10192

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 6

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الدرجة_الكلية_لبعد_الاستجابة	41,489	371	,000	4,22849	4,0281	4,4289

الفرضية (H1.5)

```
T-TEST
/TESTVAL=15
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=الدرجة_الكلية_لبعد_الأمان
/CRITERIA=CI (.95).
```

Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الدرجة_الكلية_لبعد_الأمان	372	19,1425	2,48198	,12868

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 15

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الدرجة_الكلية_لبعد_الأمان	32,191	371	,000	4,14247	3,8894	4,3955

الفرضية (H1.6)

```
T-TEST
/TESTVAL=15
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=الدرجة_الكلية_لبعد_التعاطف
/CRITERIA=CI (.95).
```

Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الدرجة_الكلية_لبعد_التعاطف	372	16,6586	2,86330	,14846

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 15

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الدرجة_الكلية_لبعد_التعاطف	11,172	371	,000	1,65860	1,3667	1,9505

(H2) الفرضية

T-TEST
 /TESTVAL=21
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=الدرجة_الكلية_لمتغير_الرضا
 /CRITERIA=CI (.95) .

Test T

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الدرجة_الكلية_لمتغير_الرضا	372	26,2473	2,43804	,12641

Test sur échantillon unique
 Valeur de test = 21

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الدرجة_الكلية_لمتغير_الرضا	41,511	371	,000	5,24731	4,9987	5,4959

(H3.1) الفرضية

Test T

Statistiques de groupe

الجنس	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Y ذكر	303	102,8911	6,07170	,34881
التي	69	102,8406	6,56780	,79067

Test des échantillons indépendants

Test de Levene sur l'égalité des variances

	F	Sig.
Y Hypothèse de variances égales	,802	,371
Hypothèse de variances inégales		

Test t pour égalité des moyennes

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
						Inférieur	Supérieur
Y Hypothèse de variances égales	,061	370	,951	,05051	,82247	-1,56679	1,66781
Hypothèse de variances inégales	,058	96,223	,954	,05051	,86419	-1,66485	1,76587

(H3.2) الفرضية

ONEWAY 4 BY العمر
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05) .

Unidirectionnel

ANOVA

الدرجة_الكلية_لمتغير_جوده_الخدمة4

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	79,801	4	19,950	,438	,781
Intragruppes	16730,540	367	45,587		
Total	16810,340	371			

الفرضية (H3.3)

المستوى الدراسي BY الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05) .

Unidirectionnel

ANOVA					
	الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4				
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	202,417	5	40,483	,892	,486
Intragruppes	16607,923	366	45,377		
Total	16810,340	371			

الفرضية (H3.4)

المهنة BY الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05) .

Unidirectionnel

ANOVA					
	الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4				
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	273,145	5	54,629	1,209	,304
Intragruppes	16537,195	366	45,184		
Total	16810,340	371			

الفرضية (H3.5)

المهنة BY الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05) .

Unidirectionnel

ANOVA					
	الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4				
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	273,145	5	54,629	1,209	,304
Intragruppes	16537,195	366	45,184		
Total	16810,340	371			

الفرضية (H3.6)

ONEWAY الزمن_امتلاك_البطاقة_الذهبية BY الدرجة_الكلية_لمتغير_جودة_الخدمة 4
 /STATISTICS HOMOGENEITY
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=SCHEFFE LSD ALPHA(0.05) .

Unidirectionnel

Test d'homogénéité des variances

		Statistique de Levene	ddl1	ddl2	Sig.
الدرجة_الكلية_لمتغير_جودة_الخدمة 4	Basé sur la moyenne	2,958	8	363	,003
	Basé sur la médiane	2,580	8	363	,009
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	2,580	8	334,261	,010
	Basé sur la moyenne tronquée	2,914	8	363	,004

ANOVA					
	الدرجة_الكلية_لمتغير_جودة_الخدمة 4				
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	355,327	8	44,416	,980	,451
Intragruppes	16455,014	363	45,331		
Total	16810,340	371			

الفرضية (H3.7)

ONEWAY وتيرة_استعمال_الخدمات_الدفع_الإلكتروني BY الدرجة_الكلية_لمتغير_جودة_الخدمة 4
 /STATISTICS HOMOGENEITY
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=SCHEFFE LSD ALPHA(0.05) .

Unidirectionnel

Test d'homogénéité des variances

		Statistique de Levene	ddl1	ddl2	Sig.
الدرجة_الكلية_لمتغير_جودة_الخدمة 4	Basé sur la moyenne	,024	2	369	,976
	Basé sur la médiane	,044	2	369	,957
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,044	2	363,985	,957
	Basé sur la moyenne tronquée	,034	2	369	,967

ANOVA					
	الدرجة_الكلية_لمتغير_جودة_الخدمة 4				
	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	114,880	2	57,440	1,270	,282
Intragruppes	16695,460	369	45,245		
Total	16810,340	371			

ONEWAY BY أكثر الخدمات الإلكترونية استعمالاً
الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4
/STATISTICS HOMOGENEITY
/MISSING ANALYSIS
/POSTHOC=SCHEFFE LSD ALPHA(0.05).

Unidirectionnel

Test d'homogénéité des variances

		Statistique de Levene	ddl1	ddl2	Sig.
الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4	Basé sur la moyenne	,030	2	369	,970
	Basé sur la médiane	,038	2	369	,963
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,038	2	367,820	,963
	Basé sur la moyenne tronquée	,032	2	369	,968

ANOVA

	الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes		1,592	2	,796	,017	,983
Intragroupes		16808,748	369	45,552		
Total		16810,340	371			

Sous-ensembles homogènes :

	الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4	N	Sous-ensemble pour alpha = 0.05
Scheffé ^{a, b}	المهنة		1
	القطاع الخاص	67	101,8823
	القطاع العام	121	102,4456
	بدون مهنة	20	102,8145
	ناجز (أعمال حرة)	44	103,4954
	طالب	106	103,6853
	متقاعد	14	105,5584
	Sig.		,408

Les moyennes des groupes des sous-ensembles homogènes sont affichées.

- Utilise la taille d'échantillon de la moyenne harmonique = 33,941.
- Les tailles de groupes ne sont pas égales. La moyenne harmonique des tailles de groupe est utilisée. Les niveaux d'erreur de type I ne sont pas garantis.

Sous-ensembles homogènes :

الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4

المهنة	N	Sous-ensemble pour alpha = 0.05 1
Scheffé ^{a,b} الضلع الخامس	67	101,8823
الضلع الرابع	121	102,4456
بدون مهنة	20	102,8145
ناشر (أعمال حرة)	44	103,4954
طالِب	106	103,6853
موظف	14	105,5584
Sig.		,408

Les moyennes des groupes des sous-ensembles homogènes sont affichées.

- a. Utilise la taille d'échantillon de la moyenne harmonique = 33,941.
- b. Les tailles de groupes ne sont pas égales. La moyenne harmonique des tailles de groupe est utilisée. Les niveaux d'erreur de type I ne sont pas garantis.

Sous-ensembles homogènes :

الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4

ويتم باستخدام الألفا الإلكترونية	N	Sous-ensemble pour alpha = 0.05 1
Scheffé ^{a,b} على الأقل مرة في الشهر	245	102,5980
أحياناً	96	103,4197
عدة مرات في الشهر	31	104,3798
Sig.		,326

Les moyennes des groupes des sous-ensembles homogènes sont affichées.

- a. Utilise la taille d'échantillon de la moyenne harmonique = 64,162.
- b. Les tailles de groupes ne sont pas égales. La moyenne harmonique des tailles de groupe est utilisée. Les niveaux d'erreur de type I ne sont pas garantis.

Sous-ensembles homogènes :

الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4

رمز امتلاك البطاقة الذهبية	N	Sous-ensemble pour alpha = 0.05 1
Scheffé ^{a,b} 8 سنوات (تدأ به سنة 2017)	7	99,4792
سنة واحدة (2024)	17	100,5025
7,00	2	100,9288
4 سنوات (تدأ به سنة 2021)	48	102,4476
سنتين (تدأ به سنة 2023)	26	102,6311
,00	122	102,9291
5 سنوات (تدأ به سنة 2020)	106	103,3902
3 سنوات (تدأ به سنة 2022)	30	103,6953
7 سنوات (تدأ به سنة 2018)	14	105,7404
Sig.		,818

Les moyennes des groupes des sous-ensembles homogènes sont affichées.

- a. Utilise la taille d'échantillon de la moyenne harmonique = 10,188.
- b. Les tailles de groupes ne sont pas égales. La moyenne harmonique des tailles de groupe est utilisée. Les niveaux d'erreur de type I ne sont pas garantis.

Sous-ensembles homogènes :

الدرجة الكلية لمتغير جودة الخدمة 4

اكثر الخدمات الإلكترونية استعمالاً	N	Sous-ensemble pour alpha = 0.05 1
Scheffé ^{a,b} ,00	136	102,8892
بريد موب	50	102,9046
البطاقة الذهبية	186	103,0238
Sig.		,991

Les moyennes des groupes des sous-ensembles homogènes sont affichées.

- a. Utilise la taille d'échantillon de la moyenne harmonique = 91,661.
- b. Les tailles de groupes ne sont pas égales. La moyenne harmonique des tailles de groupe est utilisée. Les niveaux d'erreur de type I ne sont pas garantis.




PAIEMENT ÉLECTRONIQUE VIA LA CARTE EDAHABIA

الدفع الإلكتروني عبر
البطاقة النقدية الذهبية

تسمح هذه الخدمة للزبائن حاملي البطاقة النقدية الذهبية من تسديد مقابل السلع والخدمات، عبر الانترنت وكذا نهائيات الدفع الإلكتروني

Cette prestation permet aux porteurs de la carte EDAHABIA le règlement des biens et services en ligne et sur les TPE





السحب عبر نهائي الدفع الإلكتروني

تسمح هذه الخدمة، الموجهة للزبائن حاملي البطاقة النقدية الذهبية، من إنجاز عمليات سحب النقود وكذا الاطلاع على الرصيد على مستوى المكاتب البريدية، دون تقديم بطاقة الهوية أو صك بريدي، أو أية استمارة أخرى.

RETRAIT SUR TPE

Service destiné aux détenteurs de la carte EDAHABIA, leur permettant d'effectuer des retraits et consultation de solde, au niveau des bureaux de postes, sans présentation de la carte d'identité, ni d'un chèque postal, ni aucun formulaire.







التحويل الآلي للأموال

تسمح هذه الخدمة للزبائن حاملي البطاقة النقدية الذهبية من برمجة عمليات تحويل الأموال من حساباتهم البريدية إلى حسابات بريدية أخرى بصفة دورية.

يتم التحويل بصفة آلية دون تدخل الزبون بالنسبة لنفس المبلغ المبرمج، بنفس التاريخ و لصالح نفس المستفيد.

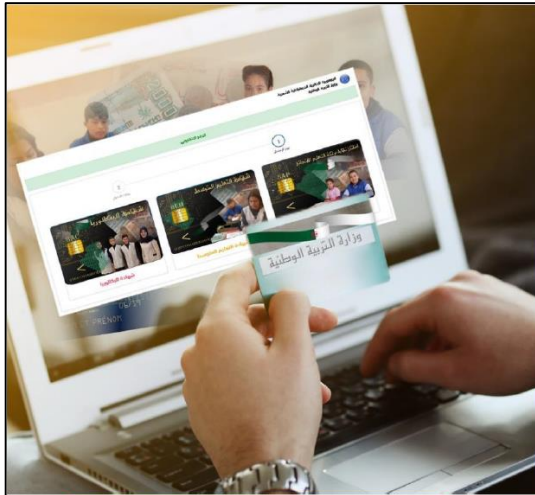
VIREMENT AUTOMATIQUE

Ce service permet aux porteurs de cartes EDAHABIA de programmer des virements depuis leur compte CCP vers d'autres comptes CCP de manière périodique.

Le virement sera effectué de façon automatique sans l'intervention du client pour le même montant, à la même date et au profit du même bénéficiaire.

بريدي موب ويب





دفع رسوم تسجيل امتحانات الأطوار الثلاث

تسمح الخدمة لتلاميذ الأطوار الثلاث، المعنيين بالامتحانات الانتقالية الرئيسية، من دفع حقوق تسجيل تلك الامتحانات عن بعد بفضل البطاقة الذهبية أو أي مكتب البريد من اختيارهم

Païement des frais d'examen des 3 paliers scolaires

Ce service permet aux élèves des trois paliers, concernés par les principaux examens de passage, de s'acquitter des droits d'examen via La carte Edahabia ou au bureau de Poste de leur choix



Activator Windows

دفع حقوق التسجيل الجامعي

تسمح الخدمة للطلبة الجدد الحائزين على البكالوريا من دفع حقوق التسجيل الجامعية عن بعد، بواسطة البطاقة النقدية الذهبية أو استمارة الأمر بالدفع على مستوى أي مكتب بريدي

Païement des droits d'inscription universitaires

Ce service permet aux nouveaux bacheliers de s'acquitter des droits d'inscription universitaires en ligne, via la carte Edahabia, ou de l'ordre de paiement au niveau du bureau de poste de leurs choix.



Activator Windows

CONSULTATION DU SOLDE ET RELEVÉ DE COMPTE

Le client porteur de la carte EDHABIA peut consulter son solde et l'historique de ses transactions via différents canaux

الاطلاع على الرصيد وكشف الحساب

يستطيع الزبون حامل البطاقة النقدية الذهبية من الاطلاع على رصيده وكذا السرد التاريخي للعمليات عبر عدة قنوات



Activator Windows



TLSccontact

A Teleperformance Company



دفع تكاليف التأشيرة

تسمح الخدمة للزبون إمكانية دفع حقوق موعد التأشيرة وكذا تأكيد تاريخ الموعد، على مستوى أي مكتب بريد من اختياره.

PAIEMENT FRAIS DE VISA

Service consistant à donner la possibilité au Client de payer les droits de rendez-vous de visas ainsi que la confirmation de la date du Rendez-vous, au niveau du Bureau Poste de son choix.



Activer Windows

طلب دفتر الصكوك عن بعد

تسمح الخدمة لصاحب حساب جاري بريدي، من إيداع طلب دفتر الصكوك البريدية دون التنقل إلى مكتب البريد، عبر عدة قنوات.

COMMANDE À DISTANCE DE CHÉQUIER

Service permettant au titulaire d'un compte CCP de faire une demande de chéquier, sans se déplacer au niveau du Bureau de Poste, via différents canaux.



Activer Windows

دفع الفواتير

تسمح الخدمة إمكانية دفع فواتير الكهرباء، الغاز، الماء والهاتف على مستوى المكاتب البريدية، موقع الأنترنت "بريدي نت"، مواقع الأنترنت للدفع ونهايات الدفع الإلكترونية.

PAIEMENT DES FACTURES

Ce service offre la possibilité de payer les factures d'électricité, du Gaz, de l'Eau, du Téléphone via les Bureaux de Poste, le site « Baridi Net », les web marchands et les TPE.

Activer Windows

NOTIFICATION

الإشعار عبر الرسائل القصيرة

الإشعار الآتي لصاحب حساب جاري بريدي، عبر الرسائل القصيرة، لجميع التحركات المالية (دائن/مدين) لحسابه.

NOTIFICATION SMS

Notification instantanée du titulaire du compte CCP, par SMS, pour tout mouvement (Débit/Crédit) effectué son compte.

Activer Windows

خدمة حوالتك : حوالة إلكترونية آنية

حوالتك، هي خدمة لتحويل الأموال بصفة آنية، بسيطة و مؤمنة، بدون حيازة حساب جاري بريدي، وعلى مستوى أي مكتب بريد. يتم إعلام المستفيد عبر رسالة نصية قصيرة، آنية، ليتقدم لأي مكتب بريد من اختياره لسحب نقوده.

MANDAT ELECTRONIQUE INSTANTANÉ

H@walaTIC est un service de transfert électronique d'argent instantané (Cash to Cash), simple, sécurisé, sans nécessairement disposer d'un compte courant postal et depuis le bureau de votre choix.

Le bénéficiaire, notifié instantanément par SMS peut se présenter au bureau de son choix pour récupérer son argent.



Activer Windows

الملحق رقم 05: سياسة الجودة في مؤسسة بريد الجزائر

LA POLITIQUE QUALITÉ D'ALGÉRIE POSTE



سياسة الجودة لبريد الجزائر

Dans un contexte mondialisé et concurrentiel caractérisé par l'économie numérique, Algérie Poste, investie d'une mission de service public et historiquement mandatée dans le cadre de son obligation de service universel, participe efficacement à la mise en place des politiques tracées par les pouvoirs publics et contribue au développement numérique de l'économie nationale en offrant des solutions innovantes qui améliorent l'utilisation des services postaux et des services financiers postaux pour tous les citoyens sur l'ensemble du territoire national.

A cet égard, Algérie Poste s'est engagée dans la mise en place d'un Système de Management de la Qualité, basé sur une approche d'amélioration continue et le respect des exigences de la Norme Internationale ISO 9001, permettant d'améliorer de manière efficace ses performances au service de ses clients et parties intéressées.

De ce fait, la Politique Qualité d'Algérie Poste s'articule autour des Axes Stratégiques suivants :

- Soutenir l'inclusion financière et la digitalisation des moyens de paiement ;

- Développer les prestations d'acheminement et de distribution et promouvoir les solutions pour le E-Commerce ;
- Animer l'activité philatélique nationale et la promouvoir à l'international ;
- Améliorer la qualité des services ;
- Développer et moderniser le réseau postal ;
- Appuyer les systèmes de gouvernance, de management de la performance et de la maîtrise des risques ;
- Valoriser les ressources humaines ;
- Contribuer à la préservation et à la protection de l'environnement.

De ces axes stratégiques, les Objectifs Qualité d'Algérie Poste se déclinent comme suit :

- Mettre en œuvre le Système de Management de la Qualité et améliorer sa performance ;
- Satisfaire les exigences légales et réglementaires applicables à nos activités ;
- Se conformer aux normes et standards nationaux et internationaux ;
- Satisfaire et fidéliser nos clients et parties intéressées ;
- Promouvoir l'amélioration continue par la mobilisation et l'implication de notre personnel.

A cet effet, nous nous engageons à mettre à disposition, tous les moyens nécessaires à la mise en œuvre de cette politique, au déploiement des objectifs et à l'amélioration continue du Système de Management de la Qualité afin de satisfaire les besoins et attentes de notre chère clientèle et d'assurer le développement et la pérennité d'Algérie Poste :

- Développer les prestations d'acheminement et de distribution et promouvoir les solutions pour le E-Commerce ;
- Animer l'activité philatélique nationale et la promouvoir à l'international ;
- Améliorer la qualité des services ;
- Développer et moderniser le réseau postal ;
- Appuyer les systèmes de gouvernance, de management de la performance et de la maîtrise des risques ;
- Valoriser les ressources humaines ;
- Contribuer à la préservation et à la protection de l'environnement.

De ces axes stratégiques, les Objectifs Qualité d'Algérie Poste se déclinent comme suit :

- Mettre en œuvre le Système de Management de la Qualité et améliorer sa performance ;
- Satisfaire les exigences légales et réglementaires applicables à nos activités ;
- Se conformer aux normes et standards nationaux et internationaux ;
- Satisfaire et fidéliser nos clients et parties intéressées ;
- Promouvoir l'amélioration continue par la mobilisation et l'implication de notre personnel.

ولهذا الغرض نلتزم بتوفير جميع الوسائل اللازمة لتنفيذ هذه السياسة، وتحقيق الأهداف وبالتحسين المستمر للنظام إدارة الجودة لأجل تلبية إحتياجات و توقعات زبائننا الكرام و ضمان تطوير وإستدامة بريد الجزائر :

في سياق عالمي تنافسي يميزه الإقتصاد الرقمي، فإن بريد الجزائر الموطأ بمهمة الخدمة العمومية والمفوض تاريخيا بالإنترام بالخدمة الشاملة، يشارك بفعالية في وضع السياسات المستندة من طرف السلطات العمومية ويساهم في التطور الرقمي للإقتصاد الوطني وذلك بتقديم حلول مبتكرة تحسن إستعمال الخدمات البريدية والخدمات المالية البريدية لجميع المواطنين في كامل التراب الوطني.

في هذا الصدد يلتزم بريد الجزائر بوضع نظام إدارة الجودة، مبني على أساس منهج التحسين المستمر والإمتثال لمتطلبات المواصفة الدولية ISO 9001، الذي يسمح بتحسين فعال في أداء لخدمة زبائنه والأطراف المعنية.

و بالتالي فإن سياسة الجودة لبريد الجزائر تشمل المحاور الإستراتيجية التالية :

• تحسين ظروف إستقبال الزبائن في الشبكة البريدية المادية والرقمية.

- تقديم منتجات وخدمات مبتكرة، موزونة وملائمة لمتطلبات الزبائن.
- الإضفاء إلى إشفافيات زبائنا وضمان الحضور الدائم واللتجواب الفعلي مهم.
- الإستجابة السريعة والفعالة لإحتياجات وتوقعات زبائنا.

تطوير مناهج عملنا وممارتنا

- المحافظة على مناهج عملنا وتعليمنا.
- دعم إدارة المصرفة.
- تطوير و ترقية ممارتنا.
- تشجيع المبادرة والإدارة القائمة على المشاركة.

SATISFAIRE ET FIDÉLISER NOS CLIENTS

- Améliorer les conditions d'accueil des clients dans le réseau postal physique et numérique.
- Offrir des produits et des services innovants, fiables et adaptés aux exigences de nos clients.
- Assurer une écoute, une réactivité et une disponibilité auprès de nos clients.
- Répondre rapidement et efficacement aux attentes et besoins de nos clients.

DÉVELOPPER NOTRE SAVOIR FAIRE ET NOS COMPÉTENCES

- Maintenir et valoriser notre savoir-faire.
- Promouvoir le management des connaissances.
- Développer et promouvoir nos compétences.
- Favoriser l'initiative et le management participatif.

RESPECTER ET PROMOUVOIR NOS VALEURS

Universalité

Inclusivité

Fiabilité

Résilience



إحترام و تعزيز قيمنا

العالمية

الشمولية

الموثوقية

القدرة على الصمود

Toujours à votre service Centre d'Appel 15-30

Direction de la Normalisation et de la Qualité / 2022 - VERSION D2

www.poste.dz

دالما في خدمتكم مركز الإتصال 15-30

مديرية التقييس والاعتمادية / 2022 - النسخة 02

الملحق رقم 06: شهادات دولية متحصلة عليها مؤسسة بريد الجزائر

Distinctions et Reconnaissances Internationale

شهادات واعترافات دولية



الترتيب الدولي للبريد

Classement mondial postal

73ème / 170 pays
+46 places



ترتيب تعاونية البريد

Classement Coopérative EMS

16ème / 198 EMS
1er Africain et Arabe



شهادة معيار S42

Certificat norme S42

Certificat international



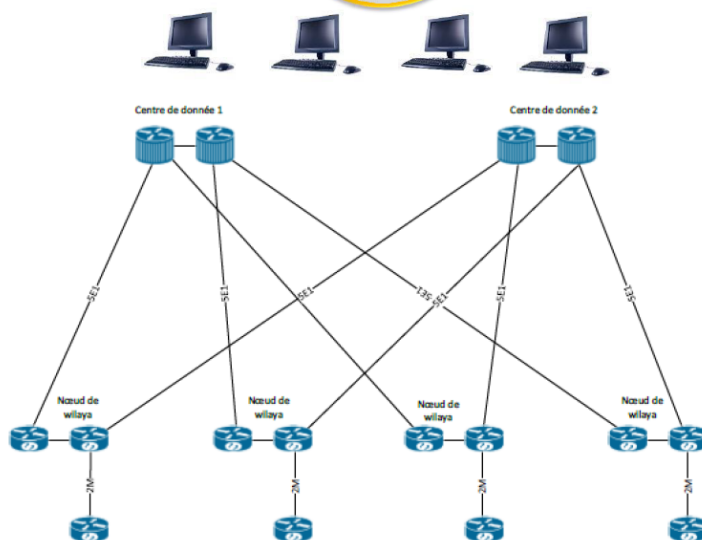
Activier Windows

les services financiers postaux sont
fournis grâce au système informatique
d'Algérie Poste



الخدمات المالية البريدية مقدمة عبر النظام
المعلوماتي لبريد الجزائر

- Un système Informatique centralisé
- Un Réseau postal totalement connecté (LS 02 Mg)
- 21000 stations connectées



- نظام معلوماتي مركزي
- شبكة بريدية مترابطة كليا
(خطوط خاصة 02 ميغا)
- 21000 محطة متصلة

Figure 1 : Schéma du nouveau Backbone Cible d'Algérie Poste

Activer Windows



الملحق رقم 09: جهاز نهائي الدفع الإلكتروني (TPE) والتذكرة



الملحق رقم 10: المطبوع الموحد (SFP01)

Opérations financières postales		SFP 01	
العمليات المالية البريدية			
Numéro d'émission du mandat : رقم إصدار الحوالة		(1) Compte n° : حساب رقم	
Clé : المفتاح			
☐ Retrait : سحب ☐ Virement de compte à compte : التحويل من حساب إلى حساب آخر ☐ Versement CCP : دفع في حساب جاري ☐ Emission Mandat : إصدار حوالة ☐ Demande R.L.P. (relevé d'identité postale) : طلب كشف الهوية البريدية		☐ Demande de solde : طلب الرصيد ☐ Commande de carnet : طلب دفتر الصكوك ☐ Relevé des opérations : كشف العمليات du .../.../... au .../.../... من .../.../... إلى .../.../... ☐ Demande code confidentiel CCP : طلب الرمز السري للحساب	
Montant : (1) (بالأرقام) en lettres : بالحروف :		المبلغ (بالأرقام)	
(2) Expéditeur / Donneur d'ordre : المرسل / الأمر بالدفع Nom : : اللقب Prénom(s) : : الاسم Adresse : : العنوان Numéro de portable : : رقم الهاتف المحمول Adresse e-mail : : البريد الإلكتروني		Bénéficiaire : (3) المستفيد Compte n° : حساب رقم Clé : المفتاح Nom : : اللقب Prénom(s) : : الاسم Adresse : : العنوان Numéro de portable : : رقم الهاتف المحمول	
(4) Motif / Correspondance : الموضوع / المراسلة		Signature : (5) الإمضاء Date : التاريخ	
Cadre réservé à l'établissement postal : إطار مخصص للمؤسسة البريدية			
Description pièce d'identité : بيانات بطاقة الهوية P.I. : N° : Délivré(e) le : : صدرت بتاريخ Par : : عن		T.A.D : ختم التاريخ Visa de l'agent payeur : تأشيرة العون المكلف بالدفع	
(1) Obligatoire : إجباري (2) Cocher le ou les cas : إضب الخانة أو الحالات		(3) Obligatoire dans le cas d'un versement : إجباري في حالة الدفع	
Reçu de l'opération : وصل العملية			

البطاقة 1 ثلاثي

[illegible]

المطبوع 13 على نظر



N° 13 à vis

الصفحة الأولى للتوفير والإحتياط

RETRAIT

مستحب



رقم 13 بالتر

	صاحب الدفاتر	الدفتر الخدمة	المبلغ بالدينار
Titulaire du Livret		CL	☐ دينار ☐ دينار
N°	الرقم (1)	CL	☐ دينار ☐ دينار
Nom	الاسم (1)	CL	☐ دينار ☐ دينار
Prénoms	الاسم (1)	CL	☐ دينار ☐ دينار
Adresse	العنوان	CL	☐ دينار ☐ دينار
Montant du retrait (après les déductions de la C.A.S.)	المبلغ المتاح	CL	☐ دينار ☐ دينار
Montant du chèque (en chiffres)	المبلغ بالرقم	CL	☐ دينار ☐ دينار
Avec ou sans Livret	الرقم (1) بالدفتر	CL	☐ دينار ☐ دينار
Signature	التوقيع	CL	☐ دينار ☐ دينار
	A	CL	☐ دينار ☐ دينار
	في	CL	☐ دينار ☐ دينار
	Visa de l'agent	CL	☐ دينار ☐ دينار
	T.A.D.	CL	☐ دينار ☐ دينار

(1) رقم الدفاتر لتسجيل الدفاتر والاسم بالرقم (1)

النموذج 15 الوكالة

	الصدوق الوطني للتوفير والتأمين البنك الوطني للتوفير والتأمين	
PROCURATION وكالة		
Titulaire du livret صاحب الدفتر		
Nom	اللقب (1)	
Signe le livret avec le joint file	توقيع الدفتر مع الملف المشترك (1)	
Prénoms	الاسم (1)	
Adresse	العنوان	
Promission وكالة		
Je donne pouvoir aux personnes I give power to persons déléguées ci-après pour assigner en une seule fois, la somme de		
☐ حسب الطلب في دفعة واحدة		
"reiser la totalité de mon avoir or on one or plusieurs fois dans toutes les opérations		
☐ حسب الطلب في دفعة واحدة أو في مرة أو عدة مرات في جميع العمليات		
Nom	اللقب	
Signe sur le livret avec le joint file	توقيع الدفتر مع الملف المشترك	
Prénoms	الاسم	
Adresse	العنوان	
إمضاء الموصى التاني Signature du 2 ^e mandataire		
Nom	اللقب	
Signe sur le livret avec le joint file	توقيع الدفتر مع الملف المشترك	
Prénoms	الاسم	
Adresse	العنوان	



مطبوع الدفع



البنندوق الوطني للتوفير والإحتياط

N° 2 VERSEMENT دفع رقم 2

Titulaire du livret صاحب الدفتر N° رقم Nom (1) لقب (نسبة لقب الثاني) Prénoms (1) الاسم Adresse العنوان Code postal الرمز البريدي Montant du versement مبلغ الدفع Avoir au livret الرصيد في الدفتر Signature في Visa de l'agent تأشيرة الموظف T.S.D. (1) الرجاء إعادة تسجيل القتب والأسم بالحروف اللاتينية	Reservé au Service بحسب بالملحمة avec CL ☐ مع قتب sans CL ☐ بدون قتب Mode de paiement (autre que numéraire) طريقة الدفع (الغير نقدية) CHP ☐ ح.ب. CHB ☐ ح.ب. Autres ☐ أخرى Date de valeur القيمة Livret دفتر Remplacé ☐ عوض Réglé ☐ سدد Remplacé ☐ عوض Et réglé ☐ وسدد



نماذج الدفع



N° 1 BIS LIVRET N°

DEMANDE DE LIVRET POUR LE COMPTE D'UN TIERCE

Un tiers de Caisse nationale d'épargne pour l'acquisition d'un premier logement ou d'un autre bien immobilier

Les données du tiers de la demande de livret

Nom (1) لقب (نسبة لقب الثاني)

Prénoms (1) الاسم

Adresse العنوان

Code postal الرمز البريدي

Montant du versement مبلغ الدفع

Avoir au livret الرصيد في الدفتر

Signature في

Visa de l'agent تأشيرة الموظف

T.S.D. (1) الرجاء إعادة تسجيل القتب والأسم بالحروف اللاتينية

N° 1 DEMANDE DE LIVRET طلب دفتر رقم 1

Au profit de لصالح

Nom (1) لقب (نسبة لقب الثاني)

Prénoms (1) الاسم

Adresse العنوان

Code postal الرمز البريدي

Montant du versement مبلغ الدفع

Avoir au livret الرصيد في الدفتر

Signature في

Visa de l'agent تأشيرة الموظف

T.S.D. (1) الرجاء إعادة تسجيل القتب والأسم بالحروف اللاتينية



نموذج إمضاء



البنندوق الوطني للتوفير والإحتياط

N° 211 N° رقم 211

SPECIMEN DE LA SIGNATURE عينة الأمضاء

Titulaire du livret صاحب الدفتر NOM (1) لقب (نسبة لقب الثاني) Prénoms (1) الاسم Désignation du signataire تعيين المصنف NOM (1) لقب (نسبة لقب الثاني) Prénoms (1) الاسم Adresse العنوان Qualité - Titulaire الصفة - صاحب الدفتر Représentant légal نائب شرعي Signature إمضاء Signature في Certification de signature تصديق الأمضاء Pièce d'identité وثيقة التعريف N° رقم Delivrée سلمت Le Releveur القاص Signature certifiée الإمضاء T.S.D. (1) الرجاء إعادة تسجيل القتب والأسم بالحروف اللاتينية	Reservé au Service بحسب بالملحمة avec CL ☐ مع قتب sans CL ☐ بدون قتب Mode de paiement (autre que numéraire) طريقة الدفع (الغير نقدية) CHP ☐ ح.ب. CHB ☐ ح.ب. Autres ☐ أخرى Date de valeur القيمة Livret دفتر Remplacé ☐ عوض Réglé ☐ سدد Remplacé ☐ عوض Et réglé ☐ وسدد



الملحق رقم 13: وثيقة الموافقة على إجراء الدراسة التطبيقية في المؤسسة محل الدراسة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية





المسيلة في: 2024/04/23

رقم: /

إلى السيد: المدير العام لمؤسسة بريد الجزائر

الموضوع: طلب الموافقة على إجراء دراسة تطبيقية

تحية طيبة وبعد ..

بجهد إعداد أطروحة دكتوراه طور ثالث في العلوم التجارية تخصص تسويق يشرفنا أن نتقدم إلى سيادتكم بطلب الموافقة على إجراء دراسة تطبيقية على مستوى مؤسستكم وفي حدود ما يسمح به القانون والنظام الداخلي للإدارة، هدفها الوصول إلى نتائج علمية وتطبيقية تنطلق من إشكالية البحث.

نشكركم على حسن التعاون والاستجابة للطلب، تقبلوا منا أسمى عبارات الشكر والتقدير.

المشرف المساعد	المشرف	الطالب
الدكتور رفيق سعدون	البروفيسور سالم إلياس	عمر دهمي

عنوان البحث: دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية البريدية

دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

المشرف	المشرف المساعد	الإدارة المستقبلية	إدارة القسم
 فهد إلياس أستاذ التعليم العالي	 استاذ محاضر	 02 JUIN 2024 Directeur de la formation et du perfectionnement Signé: MEDJANER Kamel Edouard	 دكتور رفيق سعدون

السنة الجامعية: 2023 - 2024

hamza.fichouche@univ-msila.dz