

المدرسة العليا للتسيير والإقتصاد الرقمي

# ESGEN

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ومؤسسة ناشئة

تخصص: تدقيق ومراقبة التسيير

بعنوان :

تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبائن  
دراسة حالة:  
بريد الجزائر - أول نوفمبر ساحة الشهداء -

المشروع :

" وايز باي "  
-Wise pay-

تحت إشراف :

الأستاذة: هبة إيمان زياني

أستاذة محاضرة " أ "

الأستاذة: مسعودة طريق

أستاذة محاضرة " أ "

من إعداد الطالبة:

وسام قاعد

السنة الجامعية:

2024/2023



المدرسة العليا للتسيير والإقتصاد الرقمي

# ESGEN

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ومؤسسة ناشئة

تخصص: تدقيق ومراقبة التسيير

بعنوان :

تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبائن  
دراسة حالة:  
بريد الجزائر - أول نوفمبر ساحة الشهداء -

المشروع :

" وايز باي "  
"Wise pay"

تحت إشراف :

الأستاذة: هبة إيمان زياني

أستاذة محاضرة " أ "

الأستاذة: مسعودة طريق

أستاذة محاضرة " أ "

من إعداد الطالبة:

وسام قاعد

السنة الجامعية:

2024/2023

الجزء الأول:

تقديم مذكرة التخرج تحت عنوان:

تأثير وسائل الدفع الالكتروني على رضا الزبون

دراسة حالة:

بريد الجزائر - أول نوفمبر ساحة الشهداء-

## الفهرس

الجزء الأول: تقديم مذكرة تخرج تحت عنوان "تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبون" دراسة حالة - بريد الجزائر أول نوفمبر ساحة الشهداء -

02.....	المقدمة العامة
05.....	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني ورضا الزبون
07.....	المبحث الأول: عموميات حول وسائل الدفع الإلكتروني
07.....	المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني ودورها
09.....	المطلب الثاني: خصائص وأنواع وسائل الدفع الإلكتروني
11.....	المطلب الثالث: تقييم طرق الدفع الإلكتروني
18.....	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية لرضا الزبون
19.....	المطلب الأول: ماهية رضا الزبون
22.....	المطلب الثاني: تقييم رضا الزبون
26.....	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على رضا الزبائن في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني
	الفصل الثاني: أثر وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبائن ببيد الجزائر
30.....	المبحث الأول: تقديم مؤسسة بريد الجزائر
30.....	المطلب الأول: تعريف مؤسسة بريد الجزائر وهيكلها التنظيمي
32.....	المطلب الثاني: مهام والخدمات المؤسسة البريد الجزائر وأهدافها
39.....	المطلب الثالث: تأثير وسائل الدفع بريد الجزائر على رضا الزبون
43.....	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
43.....	المطلب الأول: اختيار العينة وأداة الدراسة
44.....	المطلب الثاني: تحليل بيانات الاستبيان
66.....	الخاتمة العامة
69.....	المراجع
73.....	الملاحق

## اهدي نزي فوري

لى كينونة البدء جهداً، ومنتخى الصيرورة أدبياً ونقداً

لى حسناء اللغات، لى اللغة العربية ماضياً وآتياً

لى "نفسى" السند الذي لايميل

لى "أبي" فيلسوفة الحياة

لى "والدي" منبع الإبداع في

لى قطع من روجي "إخيتي"

لى روح تسكنني ولم تمت في لى خالتي الرحلة "أمال"

لى ملائكة دبي والعيون التي كنت أبصر بها رزقي الله بحمن لأعرف من خلاهن طعم الحياة

لجميلة تلك الملائكة التي غيرن مفاهيم الحب والصدقة والسند في حياتي

لى الزملاء والأصدقاء والأساتذة

وأخيراً من قال أنا لها، نالها

رضيعة اللمس صارت خريجة اليوم

## شكر وعرفان

"وأخر دعوانهم أن حمده رب العالمين"

الحمد لله حمداً كثيراً تطيب به القلوب، الحمد لله حمداً تجبر به الشواظ

إن إتمام هذه المذكرة لم يكن ليتحقق لولا توفيق من الله تعالى، ثم بدعم ومساندة العديد من الأشخاص الذين كان لهم

الأثر البالغ في تسهيل مسيرتي العلمية. لذا، يطيب لي أن أقدم بجزيل الشكر وعميق الامتنان لكل من كان له يد دور في هذا

العمل

أتوجه بخالص الشكر والتقدير لمشرفتي الفاضلة الأستاذة الدكتور "زباني إيمان هبة"، وكل الحب والإخلاص للام الثانية

والأستاذة المشرفة "طريق مسعودة" اللتين أولتاني من وفتحهما الكثير ومن علمهما الوفير، وجهتاني بصبر وحكمة، فكان لهما الفضل

بعد الله في توجيهي وإرشادي طوال فترة الدراسة، والشكر الجزيل لجميع الأساتذة ولكل من علمني حرفاً

ولا يسعني إلا أن أشكر جميع موظفي المؤسسة البريد الجزائر "أول نوفمبر ساحة الشهداء" وخاصة مدير المؤسسة.

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
41	الهيكل التنظيمي لفرع بريد الجزائر أول نوفمبر	01

## قائمة الرسومات البيانية

الصفحة	العنوان	الرقم
45	توزيع افراد العينة حسب العمر	01
46	توزيع افراد العينة حسب الأقدمية في التعامل مع البريد	02
47	توزيع افراد العينة حسب نسبة إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني	03
49	توزيع افراد العينة حسب معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا	04
51	توزيع افراد العينة حسب التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني	05
52	توزيع افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع إلكتروني في توفير الجهد والوقت	06
53	توزيع افراد العينة حسب استخدام تطبيق الكتروني لإجراء العمليات المالية	07
55	توزيع افراد العينة حسب تقييم التجربة الخاصة للمستخدمي التطبيق الإلكتروني	08
56	توزيع افراد العينة حسب وسائل الدفع الالكترونية التي يتم إستخدامها بشكل رئيسي	09
58	توزيع افراد العينة حسب تقديم وسائل الدفع الالكتروني لمستوى من الأمان	10
59	توزيع افراد العينة حسب القلق بشأن ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة الدفع في المعاملات اليومية	11

61	توزيع افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الالكترونية على انها تساعد في تقليل الفساد والسرقة	12
62	توزيع افراد العينة حسب ماذا يفضل المستخدم، النقود الورقية او البطاقات الالكترونية ام الدفع عبر الهاتف بالحساب البريدي	13

### قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	بطاقة الائتمان	10
02	البطاقة التلامسية	10
03	البطاقة اللاتلامسية	10
04	التوقيع القلم الالكتروني	12
05	البطاقة الذهبية	35
06	الجهاز الالكتروني TPE	35
07	TPE MOBILE	36
08	الموزع الآلي	36
09	التطبيق بريدي موب	36
10	خدمات التطبيق بريدي موب	37
11	تطبيق ECCP	37
12	نموذج نتائج المقابلة	73

## قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	رسوم وأسعار استعمال البطاقة الذهبية	40
02	العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية	41
03	توزيع افراد العينة حسب العمر	44
04	توزيع افراد العينة حسب الأقدمية في التعامل مع البريد	46
05	توزيع افراد العينة حسب نسبة إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني	47
06	توزيع افراد العينة حسب معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا	48
08	توزيع افراد العينة حسب التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني	50
09	توزيع افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع إلكتروني في توفير الجهد والوقت	52
10	توزيع افراد العينة حسب استخدام تطبيق الكتروني لإجراء العمليات المالية	53
11	توزيع افراد العينة حسب تقييم التجربة الخاصة للمستخدمي التطبيق الإلكتروني	54
12	توزيع افراد العينة حسب وسائل الدفع الالكترونية التي يتم إستخدامها بشكل رئيسي	56
13	توزيع افراد العينة حسب تقدم وسائل الدفع الالكتروني مستوى من الأمان	57
14	توزيع افراد العينة حسب قلق بشأن ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة الدفع في المعاملات اليومية	59
15	توزيع افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الالكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة	61

62	توزيع افراد العينة حسب ماذا يفضل المستخدم، النقود الورقية او البطاقات الالكترونية ام الدفع عبر الهاتف بالحساب البريدي	16
60	نتائج دراسة المقابلة	17

## الملخص:

إن تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على رضا العملاء في بريد الجزائر هو موضوع هذه الدراسة، حيث أن قطاع البريد يلعب دورًا هامًا في الاقتصاد العالمي والحياة اليومية للأفراد. ويتمثل الهدف الأساسي للدراسة التحقيق في المزايا والعيوب التي اعتمدها تكنولوجيا الدفع الإلكتروني في البريد الجزائر وكيف كان تأثيرها على رضا الزبون من حيث العوامل التي تؤثر عليه. قد أدى انتشار التكنولوجيا والإنترنت إلى جعل وسائل الدفع أكثر تطورًا وتعددًا وتنوعًا من أي وقت مضى، مما يجعلها وسيلة لا غنى عنها في الأعمال التجارية والتحويلات المالية.

الكلمات المفتاحية:

وسائل الدفع الإلكتروني ، رضا الزبون ، بريد الجزائر

## Résumé

The impact of electronic payment methods on the satisfaction of Algérie Poste customers is the subject of this study, as the postal sector plays an important role in the global economy and the daily lives of individuals. The main objective of the study is to examine the advantages and disadvantages of the electronic payment technology adopted by Algeria Poste and its impact on customer satisfaction in terms of the factors that affect it. The spread of technology and the Internet has made payment methods more sophisticated, more numerous and more diversified than ever before, making them an indispensable means for business and financial transfers .

Keyword: electronic payment ،Customer satisfaction ،Algérie Post.

## المقدمة العامة

تلعب المعاملات المالية الإلكترونية دوراً أساسياً في الأعمال والتجارة. ويعكس هذا تحولاً عميقاً في طريقة تفاعل الناس مع الخدمات والمنتجات، تنوعت وتضاعفت طرق الدفع وتطورت بوتيرة متزايدة باستمرار، حيث أصبحت الإنترنت والتكنولوجيا أمران لا غنى عنهما في المعاملات. ونتيجة لذلك، أدركت المصارف والمؤسسات المالية في جميع أنحاء العالم أهمية تطوير وتحديث طرق الدفع، وإعطائها الأولوية لأن طرق الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر أصبحت فيه السرعة ضرورية لمعالجة المعاملات المالية والتجارية. وفي نفس الوقت الذي يتم فيه إحراز هذا التقدم، يتم أيضاً تطوير وسائل الدفع. لتصبح جزءاً مهماً من البنية التحتية للتجارة اليوم.

توفر خيارات الدفع الإلكتروني المتنوعة للعملاء إمكانية إجراء المعاملات المالية بسهولة وسرعة أكبر، سواء عند التسوق عبر الإنترنت أو في المتاجر الفعلية. كما أنها تزيد من الأمان والراحة للعملاء، لذا توجب على الشركات ومقدمي الخدمات مراعاة رضا العملاء عند تقديم طرق الدفع الإلكترونية الحديثة والمبتكرة. ولتحقيق هذا الهدف يمكن توفير تجارب دفع سهلة وموثوقة. أمانة وسريعة. ستسهم هذه الطرق أيضاً في تعزيز الابتكارات في مجال التجارة الإلكترونية وتطوير نماذج جديدة للأعمال الرقمية. من المتوقع أن يستجيب مزودو خدمات الدفع الإلكترونية بشكل متزايد لمتطلبات السوق وتحديات الأمان، الذي أدى إلى تطوير تقنيات أكثر تقدماً لتأمين المعاملات وضمان خصوصيتها مثل تقنية البلوك تشين والعملات الرقمية المشفرة، مما يعزز من أمان وشمولية هذه الوسائل الجديدة.

مع التقدم التكنولوجي المستمر والاعتماد المتزايد على الإنترنت لتلبية احتياجات الأعمال والتسوق، من المتوقع أن تشهد وسائل الدفع الإلكتروني مزيداً من النمو والتطور في المستقبل ومع توسع التجارة الإلكترونية على نحو متواصل، أصبحت تلعب دوراً حيوياً في تعزيز هذا النمو وتحقيق النجاح.

التركيز المتزايد على تجربة المستخدم هو عامل رئيسي في تطوير وتحسين الدفع الإلكتروني وجعلها أكثر سهولة وانسيابية للعملاء يمكن أن يؤدي هذا التركيز إلى تحسين تجربة المستخدم وجعلها أكثر تقبلاً للمستخدمين، مما يزيد استخدامهم لهذه الطرق. من خلال فهم احتياجاتهم وتفضيلاتهم، يمكن للشركات تصميم ووضع واجهات الدفع بشكل يناسب توقعاتهم وتجربتهم الشخصية.

مع تعدد المزايا والإيجابيات، لا بد من أن يكون هناك جانب من العيوب والخفايا يجب أخذها بعين الاعتبار خاصة أن المعاملات تعتمد كل الاعتماد على الأنترنت لضمان حماية البيانات الشخصية والمالية للمستخدمين فتظل هذه المعاملات عرضة للهجمات الإلكترونية والإحتيال والسرقة، إذا لم تقم المؤسسات التي تقدم هذه الخدمات بإدارة بياناتها بشكل صحيح، فقد تتعرض سرية البيانات للخطر أيضاً.

مع زيادة اعتماد التجارة الإلكترونية، سيكون لأساليب الدفع الإلكترونية دور متزايد في إرضاء العملاء، حيث يمكنها توفير تجارب دفع سهلة وموثوقة. وستسهم هذه الطرق أيضاً في تعزيز الابتكارات في مجال التجارة الإلكترونية وتطوير نماذج جديدة للأعمال الرقمية.

ساهمت مؤسسة بريد الجزائر، كمؤسسة وطنية، دوراً رئيسياً في تنوع الخدمات البريدية والمالية في الجزائر، بحيث توفر مجموعة متنوعة من الخدمات سيما المالية منها كالحسابات البريدية الجارية وحسابات التوفير والتحويلات المالية، وبفضل هذه الخدمات، يمكن للجزائريين إدارة أموالهم بسهولة وأمان. كما اعتمدت مؤسسة بريد الجزائر خدمات الدفع

الالكتروني في إطار التحول إلى الخدمات الرقمية، التي توفر إمكانية إجراء المعاملات عبر الإنترنت وعبر الأجهزة الالكترونية ، مما يسهل على الزبائن الوصول إلى خدماتهم المالية .

ومن خلال ما تم ذكره يمكننا طرح الإشكالية التالية:

✓ هل تساهم وسائل الدفع الالكتروني المتوفرة لدى بريد الجزائر في تحسين مستوى رضا الزبون ؟

وعلى ضوء الإشكالية المطروحة برزت مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

✓ هل توفر وسائل الدفع الوقت والجهد للزبون؟

✓ هل تحقق وسائل الدفع الالكتروني بند الأمن والسرية ؟

✓ ماهي أهم المشاكل التي يواجهها الزبون مع وسائل الدفع الالكتروني؟

**فرضيات الدراسة:**

✓ تساهم وسائل الدفع الالكتروني في زيادة رضا الزبون من خلال توفير الجهد والوقت.

✓ تتميز وسائل الدفع الالكتروني بالأمن وسرية المعلومات

✓ يمكن استحداث تطبيقات لحل مشاكل المترتبة عن الدفع الإلكتروني

**أهداف الدراسة:**

✓ تبيان أهمية وسائل الدفع الالكتروني وعلاقتها برضا العملاء في عصر الرقمنة.

✓ التعرف على الخدمات التكنولوجية الحديثة والمهام المقدمة من طرف البريد الجزائري.

✓ التطرق الى اهم المشاكل التي يواجهها الزبون مع وسائل الدفع الالكتروني.

✓ المساهمة في تقديم حلول لهذه المشاكل وهذا من خلال اقتراح مشروع مؤسسة ناشئة.

✓ محاولة إعطاء توصيات واقتراحات من اجل تحسين خدمات بريد الجزائر.

**أسباب اختيار الموضوع:**

✓ ضرورة استخدام وسائل الدفع في حياتنا اليومية.

✓ التعرف على طرق الدفع الالكتروني الحديثة التي يقدمها بريد الجزائر.

✓ حداثة الموضوع في المجال الاقتصادي.

✓ توافق الموضوع مع مشروع المقدم "وايزباي"

**منهجية البحث :**

من أجل دراسة الموضوع وضمان تقديم البحث بشكل كامل وفقا لطبيعته وأهدافه وأهميته، ولكي نتمكن من الإجابة على الأسئلة المطروحة وفهم جميع الجوانب، واختبار صحة الفرضيات المذكورة، قمنا باتباع منهجين. بدأ البحث بالمنهج الوصفي الذي يركز على الوصف التفصيلي للدراسة، واستخدم في الفصل النظري. كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي في الفصل التطبيقي مع الاستفادة من الطريقتين الكمية والنوعية معاً، تم ذلك من خلال تحليل الجداول والبيانات المحصلة بواسطة بعض الطرق مثل الاستبيان والمقابلات والملاحظات.

هيكلية البحث :

من خلال الدراسة التي قمنا بها، تم تقسيم الموضوع إلى فصلين رئيسيين؛ حيث تم تخصيص الفصل الأول لتقديم الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني ورضا الزبون، بينما تم التركيز في الفصل الثاني على الإطار التطبيقي للدراسة. في الفصل الأول، تم تقسيمه إلى مبحثين؛ حيث تناول المبحث الأول مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني، مع مراجعة مزاياها وعيوبها، بالإضافة إلى دورها، فيما تناول المبحث الثاني خصائص وأنواع وسائل الدفع الإلكتروني، وعوامل نجاح وفشلها مع تقديم الحلول المقترحة. أما الفصل الثاني، فتم التركيز فيه على وسائل الدفع الإلكتروني ومساهمتها في رضا الزبائن لمؤسسة بريد الجزائر أول نوفمبر، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين أيضاً؛ تناول المبحث الأول تقديم المؤسسة ومهامها وخدماتها، بينما تناول المبحث الثاني الإطار المنهجي للدراسة، بما في ذلك اختيار العينة وأدوات الدراسة، وتحليل نتائج الاستبيان والمقابلة.

## الفصل الأول:

# الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الالكتروني ورضا الزبون

## تمهيد

شهد العصر الحديث توسعاً كبيراً في وسائل الدفع الإلكتروني، حيث لعبت التطورات التقنية دوراً فعالاً في تسريع العمليات التجارية والمعاملات المالية وجعلها أكثر سهولة، من خلال تغيير جذري في طريقة إجراء العمليات بأشكالها المتعددة. في هذا السياق، يهدف بريد الجزائر إلى توفير خدمات رقمية من أجل دفع الأموال وتحويلها بسرعة وسهولة دون الحاجة إلى استخدام النقود الورقية أو التنقل من أجل صنع تجربة مريحة للعميل والوصول إلى مستوى أكثر من الرضا للمستخدمين.

## المبحث الأول: عموميات حول وسائل الدفع الإلكتروني

بمساعدة وسائل الدفع الإلكتروني، يمكن للأفراد والشركات إجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت عوضاً عن استخدام طرق الدفع التقليدية لتسريع وتبسيط عمليات الدفع.

### المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني

أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني أحد المكونات الأساسية للنظام الاقتصادي العالمي في العصر الحديث الذي يتميز بالتقدم التكنولوجي السريع. يتم تبادل القيمة المالية بين الأفراد والشركات عبر طرق الدفع الإلكتروني، والتي تستخدم الوسائط الرقمية مثل الإنترنت والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية.

#### 1. تعريف وسائل الدفع الإلكتروني :

تُعرف وسائل الدفع الإلكتروني بأنها: " تشمل طرق الدفع الإلكتروني التي يستخدمها المصارف والمؤسسات المالية، البطاقات الإلكترونية والتحويلات المصرفية والنقود والصكوك الإلكترونية ".<sup>1</sup>

وتعرف أيضاً كما يلي: " وسيلة دفع إلكترونية تمكن المستخدم من إجراء عمليات الدفع عن بعد ".<sup>2</sup>

ومنه يمكن القول ان وسائل الدفع الإلكتروني هي الطرق المصممة لتسهيل دفع قيمة المنتجات والخدمات عن بعد عبر شبكات الاتصالات الإلكترونية، دون الحاجة إلى العملة المعدنية أو الورقية.

#### 2. دور وسائل الدفع الإلكتروني:

تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً أساسياً في تسهيل المعاملات المالية، ويمكن توضيح ذلك من خلال النقاط التالية:<sup>3</sup>

✓ اختصار الوقت والمسافة.

✓ تسهيل عمليات التبادل.

✓ توسع وانتشار التجارة الإلكترونية.

✓ تقليل من مخاطر السرقة والاحتيال.

#### 3. مزايا وعيوب طرق الدفع الإلكتروني:

تتصف وسائل الدفع الإلكتروني بمجموعة من المزايا كما انها لا تخلو من العيوب.

**1.3. المزايا :** توفر طرق الدفع الإلكتروني العديد من المزايا والفوائد لكل من الأفراد والشركات. وفيما يلي بعض

المزايا الرئيسية لوسائل الدفع الإلكتروني:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> مفتاح صالح، معارفي فريدة ، البنوك الإلكترونية، منتدى موجه ادارة الأعمال، بسكرة، 2010 ص 08

<sup>2</sup> Bencherif Samia. Mokrani Abdelkrim L'incidence de la pandémie du Coronavirus sur l'utilisation des moyens de paiement électronique en Algérie. Revue Chercheur Economique/ Volume 9 (N1) 2022, Pages 529

<sup>3</sup> مبروكي سارة، دور وسائل الدفع الحديثة في إدارة وتطوير العمليات المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة المدينة، الجزائر، 2012، ص 61.

<sup>4</sup> Benmdani Sadika. Les Moyens de Paiement Electronique en Algérie : Etat des lieux et Perspectives Electronic Payment Means in Algeria: Status and Perspectives. VOLUME: 16/ N°: 01(2022). P 791

- ✓ الراحة والسهولة : يمكن للأفراد إجراء جميع معاملاتهم المالية بسرعة وسهولة دون الحاجة إلى الذهاب إلى البريد أو المتجر، يمكن إجراء المدفوعات عن بُعد من أي مكان، وفي أي وقت يناسب المستخدم.
- ✓ توفير الوقت والجهد : توفر طرق الدفع الإلكترونية الوقت والجهد اللازمين مقارنة مع النقد أو الطرق التقليدية ، يمكن إجراء المعاملات المالية في بضع خطوات بسيطة عبر الإنترنت أو عبر التطبيقات المخصصة و البطاقات.
- ✓ الأمان والحماية : تعتبر طرق الدفع الإلكتروني آمنة ومأمونة حيث يتم تشفير جميع المعاملات لحماية المعلومات الشخصية والمالية للمستخدمين.
- ✓ تتبع وتسجيل المعاملات : يضمن الدفع الإلكتروني سجلاً مفصلاً لجميع المعاملات وكذا الفواتير المدفوعة، مما يسهل عمليتي الإدارة المالية والتدقيق.
- ✓ التنوع والمرونة : توفر وسائل الدفع الإلكتروني المرونة والتنوع في اختيار طريقة الدفع وفقاً لاحتياجات المستخدم وتفضيلاته، يمكن استخدام بطاقات الإلكتروني أو التطبيقات الرقمية.
- ✓ التجارة الدولية : تسهل طرق الدفع الإلكتروني التعامل بالعملة المختلفة، فهي تجعل من الممكن إجراء المعاملات المالية مع الأشخاص في أي مكان في العالم باستخدام طرق الدفع الإلكتروني المتاحة.

### 2.3. العيوب : وفيما يلي بعض العيوب الشائعة لوسائل الدفع الإلكتروني:<sup>1</sup>

- ✓ مشاكل التوثيق والأمان: صحيح أن نسبة الأمان عالية لكن مع تطور التكنولوجيا والبرمجة أدى الى تعرض المعاملات الإلكترونية لمخاطر أمنية مثل سرقة المعلومات الشخصية والمالية أو اختراق الحسابات الجارية والمصرفية لهذا يجب وضع تدابير أمنية قوية لحماية البيانات وضمان أمن المعاملات.
- ✓ التكاليف المرتبط بالرسوم: قد تترتب على المعاملات الإلكترونية رسوم معاملات أو رسوم اشتراك شهرية، مما قد يزيد التكاليف على المستخدمين والشركات.
- ✓ المشاكل التقنية : قد يؤدي فشل الاتصال بالإنترنت أو تعطل التطبيق أو الأجهزة الإلكترونية إلى فقدان الخدمة وتذمر الزبائن.

يجب أن يكون هناك توازن بين المزايا والعيوب عند اتخاذ القرار بشأن استخدام طريقة دفع إلكترونية معينة. من المهم أيضاً توخي الحذر واتخاذ الاحتياطات اللازمة لضمان أمن وسلامة المعاملات المالية الإلكترونية.

### المطلب الثاني: خصائص وأنواع وسائل الدفع الإلكتروني

أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني جانباً حيويًا من حياة الأشخاص وعمليات الشركات في عصرنا الرقمي. تأتي خيارات الدفع الإلكتروني في مجموعة واسعة من الأنواع والخصائص لتناسب المتطلبات المختلفة لكل من الشركات والأفراد.

#### 1. خصائص وسائل الدفع الإلكتروني:

تتميز طرق الدفع الإلكتروني بعدد من الخصائص التي تميزها عن طرق الدفع التقليدية. وتتمثل في:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص792.

<sup>2</sup> Djafri Ouardia, Kariche Saliha. L'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes -Une étude descriptive pour 100 PEM, Tizi Ouzou. 2023

✓ **الطابع الدولي** : وهذا يعني أنها مقبولة في جميع الدول التي تستخدم من أجل تسوية المعاملات الإلكترونية بين المستخدمين من جميع أنحاء العالم. وتحمل طريقة الدفع الإلكتروني خاصية بكونها وسيلة دفع لتسوية المعاملات المالية عن بُعد.

✓ **يتم الدفع باستخدام نقود إلكترونية** : وهي القيمة النقدية المخزنة في البطاقة الذاكرة الرقمية أو في الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تدبير العملية المالية، تسمح بالقيام بالدفع والاستلام أو الشراء والبيع.

✓ **تنظيم المعاملات الإلكترونية عن بعد** : يتم توقيع العقد بين أطراف متباعدة جغرافياً، حيث يتم الدفع عبر الإنترنت، مما يسمح بتبادل المعلومات الإلكترونية عبر الشبكة، بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، حيث يتم إصدار أمر الدفع على أساس بيانات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين الأطراف المتعاقدة.

✓ **الأمن التقني** : تتم المدفوعات الإلكترونية عبر البيئة التكنولوجية للمعلومات المفتوحة. ومع ذلك، فإن مخاطر الاحتيال في رقم البطاقة أثناء الدفع الإلكتروني لا يزال موجوداً. ويزداد هذا الخطر بشكل خاص عندما يتم الدفع عبر الإنترنت، حيث تعتبر الإنترنت مساحة مفتوحة ترحب بالأفراد من جميع أنحاء العالم ذوي الأهداف والنوايا المتنوعة.

لا شك أن هذه الخصائص تمكن من تقليص نفقات العمليات التجارية، فضلاً عن تنظيمها من حيث الوقت، وتعزيز العلاقة بين الطرفين.

## 2. أنواع وسائل الدفع الإلكتروني:

مع تقدم التكنولوجيا والاحتياجات وتوفر وسائل الدفع بتقنيات وأدوات متطورة يمكن من خلالها القيام بالعمليات المالية بأشكال مختلفة حولت المصارف ومكاتب البريد إلى كيانات ملائمة للمعاملات عبر الإنترنت. وفيما يلي بعض هذه الأنواع

### 1.2 البطاقات الإلكترونية:

**1.1.2 بطاقة الخصم Carte de débit** : تقدم هذه البطاقة عدة مزايا، مثل سهولة سحب الأموال في أي وقت، والمعاملات المبسطة، وذلك بناء على الأرصدة المتوفرة في الحساب المصرفي لحاملها<sup>1</sup>

**2.1.2 بطاقة السحب البنكي Carte de retrait bancaire**: تتيح هذه البطاقة إجراء عمليات الشراء من الحساب، مع تأجيل الدفع حتى تُرسل الفاتورة إلى حاملها الذي يتعين عليه دفعها مباشرة. لا يتم احتساب أي فائدة، ولكن في حالة التأخر في السداد، قد يفرض البنك فائدة تتراوح من 1.5% إلى 1.75% شهرياً.<sup>2</sup>

**3.1.2 بطاقة الائتمان crédit carte**: تُعرف أيضاً باسم بطاقة الولاء أو بطاقة الائتمان، وهي سهلة الاستخدام فقط عبر أجهزة الإلكترونيات، وتسمح لك بشراء السلع والخدمات بدون نقود. تحتوي على تفاصيل مثل اسم البنك المصدر واسم حامل البطاقة ورقم الحساب وتاريخ انتهاء الصلاحية والتوقيع<sup>3</sup>. (صورة الشكل في الملحق رقم 01)

<sup>1</sup> نضال سليم إبراهيم. "قواعد عقود التجارة الإلكترونية"، دار الثقافة طبعة وتوزيع، 2010، ص 123.

<sup>2</sup> نضال سليم إبراهيم، مرجع سابق ص 123.

<sup>3</sup> محمد عبد الحسن الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2010، ص 186.

4.1.2 البطاقات الذكية: تحتوي على شريحة إلكترونية تخزن جميع البيانات الشخصية والنقدية. تتوافق مع أجهزة الحاسوب، وهي تحل تدريجياً محل النقود، ويمكن استخدامها لدفع ثمن السلع والخدمات<sup>1</sup>

وهناك نوعان هما:

البطاقات غير تلامسية: والتي تحتاج فقط إلى الاقتراب من قارئ الأجهزة من مسافة معينة<sup>2</sup>. (صورة هذه الخدمة في الملحق رقم 02)

البطاقات التلامسية: والتي تتطلب اتصالاً مباشراً لنقل البيانات.<sup>3</sup> (صورة هذه الخدمة في الملحق رقم 03 )

## 2.2 الصكوك الإلكترونية:

هي وسيلة لتبادل القيمة المالية بشكل إلكتروني عبر الإنترنت أو عبر أنظمة الدفع الإلكتروني. تعمل الصكوك الإلكترونية بشكل مماثل للشيكات التقليدية من حيث تسهيل عمليات الدفع، لكنها تكون بشكل رقمي دون وجود ورق.

تتمثل مزايا الصكوك الإلكترونية في السهولة والسرعة في الإصدار والتبادل، حيث يمكن إصدارها وتحويلها عبر الإنترنت دون الحاجة إلى وساطة مالية متعددة. كما توفر الصكوك الإلكترونية مستوى عالٍ من الأمان والتشفير لضمان سلامة العمليات المالية.<sup>4</sup>

2.3 التحويلات المالية الإلكترونية : هي طريقة بسيطة وآمنة لتحويل الأموال من حساب إلى آخر دون استخدام النقد أو الصكوك. تتيح هذه الخدمة للأفراد دفع الفواتير أو تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة. هناك عدة طرق، منها<sup>5</sup>:

1.3.2 التحويل المصرفي الإلكتروني: يمكن للأفراد والشركات استخدام التحويلات المصرفية الإلكترونية من حساب إلى آخر عبر الخدمات المصرفية عبر الإنترنت أو تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

2.3.2 التحويل عبر خدمات الدفع عبر الإنترنت: تتيح لك خدمات الدفع عبر الإنترنت من خلال وسيط إلكتروني تطبيق أو مواقع أو منصات مثل PayPal و Square Cash توفر إجراءات إرسال الأموال واستلامها عبر الإنترنت، تستعمل لإجراء المعاملات التجارية بما في ذلك الشراء والبيع.

3.3.2 التحويل عبر التطبيقات المالية الرقمية : تكون عبر التطبيقات المحفظة الرقمية مثل Apple Pay و Bari di Mob. تكون بإرسال الأموال واستلامها ودفع الفواتير عبر الهواتف الذكية.

2 . 4 النقود الإلكترونية: تستخدم كبديل لل عملات التقليدية في المعاملات عبر الإنترنت وعبر الحواسيب تتضمن برامج تخزين المعلومات الإلكترونية، وهي قيمة نقدية مخزنة في الوسيط الإلكتروني. وتتميز بأمانها وسهولة استخدامها

<sup>1</sup> Benmdani sedika ، مرجع ذكر سابقاً ،ص 801.

<sup>2</sup> نفس المرجع ،ص 801.

<sup>3</sup> Geiben Didier, Flouriot Français, Duchame Hervé « Cartes de paiement », Edition RB, 2011, p.126

<sup>4</sup> عدنان بن جمعان بن محمد الزهراني. "قواعد التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي"، الطبعة الأولى، دار العلم، 2009، ص. 172.

<sup>5</sup> مراد محبوب، قرفب مبارك، التحويلات المالية عبر الهواتف المحمولة، بين المتطلبات والتحديات، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 07 العدد3، 2018ص124.

وقبولها وتعدد استخداماتها، تسمح النقود الإلكترونية بإجراء معاملات سريعة وآمنة عبر الإنترنت. يمكن للمستخدمين شحن رصيدهم من خلال التحويل البنكي أو الدفع بالبطاقة، ومن ثم استخدام هذا الرصيد للشراء عبر الإنترنت أو تحويل الأموال.<sup>1</sup> يزداد استخدام وسائل الدفع الإلكترونية بشكل مستمر مقارنة بالسنوات السابقة. أي هناك اتجاه نحو استخدام الحلول الرقمية للمدفوعات والمشتريات عبر الإنترنت. ومع ذلك، لا يزال استخدام النقد شائعاً في معظم المناطق، رغم تسجيل زيادة كبيرة في اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية.

### المطلب الثالث: تقييم كفاءة وسائل الدفع الإلكتروني

رغم نجاح وسائل الدفع الإلكتروني إلا أنها تعاني عدد من المشاكل التي خلقت نوع عدم الثقة، ورغم التطورات التي مست الوسائل الحديثة للدفع إلا أن ظهور جرائم متعددة جعلت هذا النجاح ناقصاً.

#### 1. العوامل المؤثرة على نجاح وفشل وسائل الدفع الإلكتروني

إن فهم العوامل التي تساهم في نجاح أو فشل هذه الوسائل. سواء تعلق الأمر بالتكنولوجيا المستخدمة أو السياسات التنظيمية، فإن هذه العوامل تلعب دوراً حاسماً في تحديد قبول واعتماد نظام الدفع الإلكتروني.

##### 1.1. عوامل التي أثرت في نجاح وسائل الدفع الإلكتروني :

يتوقف نجاح وسائل الدفع الإلكترونية على عدة عوامل منها:

**1.1.1 ظهور الصيرفة الإلكترونية:** ظهور الصيرفة الإلكترونية يمثل تحولاً هاماً في قطاع الخدمات المصرفية، حيث تُعتبر وسيلة رئيسية للتحويل الإلكتروني المباشر عبر الإنترنت دون الحاجة للزيارة الشخصية لفروع البنوك. تقدم الصيرفة الإلكترونية مجموعة من الخدمات والمنتجات المصرفية التي يمكن الوصول إليها وإدارتها بسهولة من خلال منصات الإنترنت المصرفية.<sup>2</sup>

##### 2.1.1 استخدام أدوات الأمان عبر الإنترنت:

تتمثل أدوات الأمان عبر الإنترنت في التوقيع الإلكتروني والتشفير الإلكتروني ويعرف كلاهما على النحو التالي :<sup>3</sup>

**1.2.1.1 التوقيع الإلكتروني:** هو عبارة عن ملف رقمي صغير يحتوي على معلومات مثل اللقب والاسم الأول والرقم التسلسلي وتاريخ انتهاء صلاحية الشهادة ومصدرها، معترف به من قبل الحكومة يستخدم لحماية الوثائق الإلكترونية والمعاملات عبر الأنترنت .

#### يشمل التوقيع الإلكتروني اشكال مختلفة تكون فيما يلي:

**توقيع القلم الإلكتروني:** وهو الشكل الثاني للتوقيع الإلكتروني. يستخدم قلماً إلكترونياً للكتابة على شاشة الحاسوب، وعادةً ما يتم ذلك بمساعدة برنامج معين. وهذا البرنامج له وظيفتان: الأولى هي التقاط التوقيع، والثانية هي التحقق من صحته بمقارنته ببيانات العميل المخزنة على بطاقة الهوية التي تُدخل في الجهاز. بعد ذلك، تظهر تعليمات على الشاشة يجب على الشخص

<sup>1</sup> رمزي محمود، النقود والبنوك الإلكترونية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2022، ص25.

<sup>2</sup> بن كسرات مصطفى. بن حوى بلال. دور بطاقات الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المالية. رسالة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم المالية والمحاسبة. جامعة المدية، 2022، ص36 .

<sup>3</sup> فريد بايبر، وشون ميرفي، علم التشفير، دار الهنداوي، 2022، ص192.

اتباعها. وعند الانتهاء تظهر رسالة تطلب منه التوقيع بالقلم في منطقة مخصصة على الشاشة. ويتمثل دور هذا البرنامج في أن يوافق الشخص على التوقيع، أو يرفضه بالضغط على المفاتيح الموجودة على الشاشة، مما يشير إلى موافقته.

(صورة هذا الشكل موجود في الملحق رقم 04)

التوقيع بالخصائص الشخصية: تعتمد على الخصائص الطبيعية والكيميائية للأفراد، مثل التعرف على الوجه وبصمة الإصبع والتوقيع بخط اليد.

**2.2.1.1 التشفير الإلكتروني :** التشفير الإلكتروني هو عملية تحويل المعلومات أو البيانات من شكل يمكن قراءته بسهولة إلى شكل مشفر لا يمكن فهمه إلا بواسطة من لديهم الوسيلة الصحيحة لفك التشفير (كلمة المرور أو المفتاح). هذه العملية تحمي الخصوصية وتضمن سلامة البيانات أثناء النقل عبر الإنترنت أو حتى عند التخزين على أجهزة أو في السحابة، وهناك نوعان من التشفير:

**التشفير المتماثل :** يعتمد هذا النوع من التشفير على قوة وفعالية طول المفتاح وعدد الخانات. فكلما زاد عدد الخانات زاد مستوى الأمان، وزاد عدد التشفير وصعوبة فك التشفير، يعتمد على مفتاح واحد للتشفير وهو نفسه لفك التشفير.

**التشفير غير المتماثل :** يعتمد هذا النوع من التشفير على مفتاحين للتشفير وفك التشفير، وتستخدم هذه التقنية مفتاحين - أحدهما خاص والآخر عام - مرتبطان معاً. هما في الأساس أرقام كبيرة متصلة، ولكنها غير متطابقة. لهذا سمي بمصطلح "غير متماثل" يحتفظ المالك بسرية المفتاح الخاص، بينما يُوزع المفتاح العام على المستلمين المعتمدين أو إتاحتها للعمامة.

**3.1.1 الخدمات الهاتفية :** تقدم حلاً فعالاً لتقليل الانتظار والازدحام في مراكز الخدمة، وتتوفر هذه الخدمة على مدار 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع، مما يوفر جهد ووقت التنقل فضلاً عن تسهيل المعاملات حيث تمكن العملاء من إنجاز معاملاتهم واستفساراتهم بسهولة من خلال مكالمات هاتفية في أي وقت ومن أي مكان. هذه الخدمات تعزز من كفاءة الأعمال وتحسن تجربة العملاء بشكل ملحوظ، مما يساهم في رفع مستوى رضاهم وولائهم للعلامة التجارية.<sup>1</sup>

**4.1.1 التحويلات المالية الإلكترونية :** هي عملية تحويل الأموال بطريقة بسيطة وآمنة من حساب إلى آخر دون استخدام النقد أو الشيكات. تسمح هذه الخدمة للأفراد دفع الفواتير أو تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة.

هناك عدة طرق، منها:<sup>2</sup>

✓ **التحويل الإلكتروني:** يمكن للأفراد والشركات استخدام التحويلات الإلكترونية من حساب إلى آخر عبر الخدمات المصرفية أو الحساب الجاري عبر الإنترنت أو تطبيقات الخدمات المصرفية أو البريد من خلال الهاتف المحمول.

✓ **التحويل عبر الإنترنت:** تسمح خدمات الدفع عبر الإنترنت مثل PayPal و Venamo و Square Cash بإرسال الأموال واستلامها عبر الإنترنت كمنصات وتطبيقات، سواء للأفراد أو الشركات.

✓ **التحويل عبر التطبيقات الرقمية:** هي عبارة عن تطبيقات الرقمية تسهل عملية دفع وإرسال الأموال عبر الهواتف الذكية مثل Apple Pay و Baridi Mob و Eccp

<sup>1</sup> فريد بابير، وشون ميرفي، لمرجع سابق، ص 193.

<sup>2</sup> Belmadani Abdellah. Monnaie et systèmes de paiement mutations, enjeux et risques. Editions Le Harmattan. 2019, P 53.

## 2.1. عوامل الفشل :

لفهم الصعوبات التي قد تواجهها الشركات والعملاء لا بد من تحديد أسباب الفشل من حيث الأمن والأمان، وهو عامل مهم يمكن أن تتمثل في الجرائم الإلكترونية أو مخاطر البطاقات البنكية الإلكترونية. يؤدي انتهاك الأمن إلى إفشاء المعلومات الشخصية للعملاء، مما قد يؤثر سلباً على سمعة الشركة ويؤدي إلى نفور العملاء.

### 1.2.1 الجريمة الإلكترونية

تعرف على أنها الجريمة التي لا تعرف حدوداً جغرافية، وترتكب في الفضاء الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت من قبل شخص لديه معرفة متعمقة في هذا المجال وتعتبر من بين الأساليب غير المشروعة المستخدمة في اختراق شبكات الإنترنت ومجموعات أجهزة الحاسوب بغرض السرقة والابتزاز والاختلاس<sup>1</sup>.

#### وتشمل أنواع الجرائم الإلكترونية ما يلي<sup>2</sup>:

- ✓ **الجرائم المالية:** وهي جرائم الاحتيال التي تلحق الضرر المالي بالضحايا، مثل اختراق الحسابات المالية وسرقة بطاقات الإلكترونيات أو التزوير.
- ✓ **الجرائم الثقافية:** انتهاك حقوق الملكية الفكرية والأدبية للمجني عليه دون موافقته.
- ✓ **الجرائم السياسية والاقتصادية:** استخدام برامج التجسس التي تعتبر من أخطر الجرائم، حيث يزرع برامج التجسس في الأنظمة والمؤسسات الإلكترونية والاطلاع على الخطط العسكرية والسياسية المتعلقة بالأمن القومي. كذلك استخدام المنظمات الإرهابية وأساليب الإخفاء، استخدام تكنولوجية المعلومات لتسهيل الأنشطة الإجرامية عن طريق نشر معلومات كاذبة تهدف إلى زعزعة استقرار البلاد وخداع الشباب.

### 2.2.1 مخاطر البطاقات البنكية الإلكترونية:

فيما يلي بعض الجرائم المرتبطة بالبطاقات الإلكترونية

#### 1.2.2.1 الجرائم التي يرتكبها حامل البطاقة البنكية نتيجة سوء الاستخدام :

المالك هو العميل يمكن استخدام البطاقة في ارتكاب جرائم تخالف شروط الاتفاقية المبرمة بينه وبين البنك. إن كان يريد المال سيحدث بأي شكل من الأشكال ، وهو ما سنتحدث عنه<sup>3</sup>:

- ✓ **تجاوز الرصيد المصرح به عند السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي :** يحدث هذا عندما يقوم حامل البطاقة بسحب مبلغ من المال يتجاوز الرصيد المتاح في حسابه، أو يتجاوز الحد المصرح به.
- ✓ **استخدام بطاقة منتهية الصلاحية :** كل بطاقة لها فترة صلاحية محددة، وعندما تنتهي صلاحيتها يجب على العميل إعادتها إلى البنك لتجديدها أو استبدالها. استخدام البطاقة بعد انتهاء صلاحيتها قد يُعتبر مخالفة لشروط الاستخدام التي يحددها البنك.(حالة المؤسسات البنكية)

<sup>1</sup>الدكتورة ميرفت محمد حبابية، دار البيزوري لنشر والتوزيع، 2022، ص 24.

<sup>2</sup>نفس المرجع ص 26.

<sup>3</sup>محمود إبراهيم نور وآخرون ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، دار المسرة ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2012 ، ص 142 .

✓ سوء استخدام البطاقة الائتمانية : قد يشتري العميل سلع أو خدمات تزيد عن المبلغ الذي يضمه البنك أو الجهة المصدرة للبطاقة، أو شراء سلع وخدمات تزيد عن القيمة التي يضمها البنك، دون أن يكون في حسابه ما يكفي من المال لتغطية المشتريات.

✓ إلغاء استخدام البطاقة: قد تقوم البنوك أو المؤسسات المالية بإلغاء البطاقة البنكية إذا لاحظت سوء استخدام من قبل العميل، أو بسبب شكوك تتعلق بالأمان، أو عدم الالتزام بشروط الاتفاقية. عندما يتم إلغاء البطاقة، يتم إبلاغ حامل البطاقة بذلك، وتحذيره من الاستمرار في استخدامها. إذا تجاهل حامل البطاقة هذه التحذيرات واستمر في استخدام البطاقة، يعتبر ذلك احتيالا.(حالة مؤسسات البنكية).

### 2.2.2.1 الجرائم التي يرتكبها الآخرون بسبب سوء استخدام البطاقات الإلكترونية :

تتمثل في :<sup>1</sup>

✓ استخدام البطاقة المسروقة أو المفقودة: يمكن للسلار أو أي شخص يعثر على البطاقة أن يستخدمها لسحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي أو شراء السلع والخدمات من التجار.

✓ تزوير البطاقات الإلكترونية: يمكن للمجرمين تزوير بطاقات الدفع أو بطاقات السحب النقدي ببيانات مسروقة، والعمل مع حامل البطاقة على استخدام البطاقة بطريقة احتيالية.

ازدادت جرائم البطاقات على الإنترنت، حيث ظهرت عدة عصابات دولية لجمع أرقام البطاقات. وقد أتاح ذلك إلى زيادة جرائم التجارة الإلكترونية، مما أدى إلى انعدام الأمن. كما أبدى المستهلكون ترددهم في الإفصاح عن معلوماتهم الشخصية والمالية واستخدام بطاقاتهم على الشبكات الأترنت. وهذا يستدعي تحديث القوانين الجنائية لضمان الحماية القانونية من أي طرق غير قانونية.

### 2. الحلول المقترحة لتعزيز الأمان والفعالية ووسائل الدفع الإلكترونية:

الحلول المقترحة لوسائل الدفع الإلكترونية لتجنب المضايقات التي تنشأ عند استخدام البطاقات الإلكترونية، مما يلقي بالمسؤولية على جميع الأطراف. فيما يلي التدابير الواجب اتخاذها:<sup>2</sup>

#### 1.2 التدابير المتخذة من قبل حامل البطاقة :

✓ الحفاظ على البطاقة في مكان آمن لتجنب ضياعها أو سرقتها.

✓ في حالة فقدان البطاقة، الإبلاغ عنها فورا.

✓ توخي الحذر عند إدخال تفاصيل البطاقة في المحلات.

تساعد هذه الإجراءات على ضمان الاستخدام الآمن للبطاقات الإلكترونية ومنع أي خسائر مالية.

#### 2.2 الإجراءات التي تتخذها الجهة المُصدرة:

✓ التسويق المناسب للبطاقة من خلال العروض الترويجية الشخصية والحملات الإعلانية والدعائية.

<sup>1</sup> نفس مرجع ،ص142 .

<sup>2</sup> طال عبد العال محاذ، التجارة الإلكترونية الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الدار الجامعية، القاهرة، الطبعة الثانية، مصر، 2008 ص 131.

- ✓ مراقبة المعاملات المالية للعملاء والمراقبة المستمرة للتجار لضمان الامتثال لشروط وأحكام الاتفاقية الموقعة معهم، وحل أي مشاكل في الحال.
- ✓ تزويد التجار بالأدوات التي يحتاجونها لقبول المدفوعات بالبطاقات.
- ✓ معالجة المعاملات المالية المتعلقة بالبطاقات بسرعة ودقة والاحتفاظ بالوثائق ذات الصلة.

### 3.2 الإجراءات التي يتخذها التاجر :

- ✓ التحقق من البطاقة للتأكد من أن حامل البطاقة هو صاحب البطاقة وأنها صالحة.
- ✓ التأكد من أن مبلغ المعاملة لا يتجاوز الحد المصرح به لمرة واحدة والحصول على التفويض اللازم. إذا كان هناك أي شك، يمكن الاتصال بالبنك الذي أصدر البطاقة، أو التحقق عبر الجهاز الإلكتروني للتأكد من عدم تجاوز الحد المسموح به للبطاقة.

في نهاية هذا المبحث ، ندرك أن وسائل الدفع الحديثة جزء لا يتجزأ من سهولة حياة الزبون، حيث أصبحت إحدى الأدوات الرئيسية لتسهيل التجارة والمعاملات المالية، مما أكسبها أهمية كبيرة في عالم الاقتصاد.

وتتنوع طرق الدفع الإلكتروني ما بين البطاقات والتطبيقات التي تتميز بالسرعة والأمان، وتتبع المعاملات وتوثيقها.

وعلى الرغم من الخصائص الإيجابية لوسائل الدفع الإلكتروني، إلا أن لها جوانب أخرى تعرضها لتحديات ومخاطر، منها الاختراقات وسرقة المعلومات الشخصية، مما يؤدي إلى فقدان الثقة من جانب العملاء.

ومع ذلك، وفي ضوء التحول الرقمي، لا تزال الفرصة متاحة أمام طرق الدفع الإلكتروني لتحسين الخدمات وتعزيز الأمان والسرعة وتبني تقنيات متطورة تساعد على تقليل المخاطر والتحديات وتحسين تجربة العمل

## المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول رضا الزبون

إن نجاح الشركات ودوامها في السوق يعتمد على رضا الزبون كونه يعتبر العنصر الأساسي الذي يحدد جودة الخدمات والمنتجات التي تقدمها الشركة. من خلال معرفة ما يريده الزبون، تتاح للشركات الفرصة لتغيير استراتيجياتها وتصميم منتجاتها وخدماتها بناءً على هذه الاحتياجات والتطلعات.

فضلا عن ذلك، تتمتع الشركات بفرصة إرضاء زبائنهم من خلال بناء علاقات قوية ودائمة معهم. من الضروري أن تتفاعل الشركات على نحو مباشر مع زبائنهم وتعاملهم بلطف واحترام، مما يعزز ثقة العملاء وولائهم للعلامة التجارية.

### المطلب الأول: ماهية رضا الزبون

تشير درجة رضا العملاء عادة إلى مستوى خدمات المنظمة، وفعالية إدارتها، وقدرتها على تلبية متطلبات وتوقعات عملائها. سنرى في هذا السياق ماهية رضا الزبون

#### 1 . تعريف ومعايير رضا الزبون

سنتناول في هذا العنوان مفهوم شامل لرضا الزبون إضافة إلى معايير رضا الزبون من عدة جوانب.

##### 1 . 1 . تعريف رضا الزبون

يمكن تعريفه بأنه: مفهومًا مهمًا في مجال التسويق وإدارة العلاقات مع العملاء، حيث يمثل مؤشرًا رئيسيًا لفهم رضا الزبون عن المنتجات و الخدمات التي تقدمها الشركة . يتأثر رضا الزبون بعدة عوامل، بما في ذلك جودة المنتج، وكفاءة الخدمة، وتجربة العملاء بشكل عام. عندما يكون العميل راضيًا عن تجربته مع المنظمة، فإنه يمكن أن يشير إلى ذلك بمواصلة الشراء، ونشر التجربة الإيجابية للآخرين، والبقاء مع العلامة التجارية على المدى الطويل<sup>1</sup>.

تم تعريفها أيضا كما يلي : "رضا الزبون هو الدرجة التي في حدودها تكون توقعات الزبون لإعادة شراء منتج أو خدمة ما، أو تفوق تلك التوقعات"<sup>2</sup>.

و**عرف أيضا** : رضا الزبون هو إحساس الزبون بالمتعة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنته لأداء المنتج المقدم له (المدرّك) بتوقعاته السابقة عن هذا المنتج"<sup>3</sup>.

يمكننا استخلاص تعريف شامل لرضا الزبون فهو يتضمن فهم مشاعر وانطباعات الزبائن اتجاه المنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة؛ عندما يكون الانطباع سلبيا، فإنه يؤثر إلى حد بعيد على سمعة المنظمة، ومن ثم يؤدي إلى انخفاض قاعدة عملائها، مما يضر بنجاحها على المدى الطويل. إذا كان لدى العميل أو ما يسمى بالزبون انطبعا إيجابيا عن السلع

<sup>1</sup> بوعنان نور الدين: "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء"، رسالة ماجستير، تخصص علوم إدارية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2007، ص17.

<sup>2</sup> Sharareh Mansouri Jajae, *Evaluating the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Australian Car Industry*, International Conference in Economics, Business Innovation, Singapore, 2012.p220.

<sup>3</sup> Harkinampal Singh, *the Importance of Customer Satisfaction to Customer Loyalty and Réntion*, U.C.T.I. 2006.p01.

والخدمات، فإنه يعبر عنه لأصدقائه وعائلته، ويشارك آراءه على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يؤثر في نجاح المنظمة وزيادة قيمتها في السوق.

### 1 . 2 معايير إدراك رضا الزبون

هناك ثلاثة معايير أساسية لإدراك الرضا<sup>1</sup> :

#### 1.2.1 الرضا الشخصي أو الذاتي :

يرتبط هذا النوع من الرضا بتوقعات العميل الشخصية والتصورات التي يحملها عن نفسه. فمثلاً، إذا كان العميل يعتبر نفسه مطلباً، ويتوقع الحصول على أفضل الخدمات والمنتجات، فقد يكون رضاه أكثر صعوبة بالنسبة للشركة مقارنة بعميل آخر يكون أقل تطلعا.

#### 2.2.1 الرضا النسبي:

يعتمد على ردود فعل الأفراد فيما يتعلق بمعايير السوق والخدمات. لذلك، ليس بالضرورة أن يكون المنتج الجيد هو الذي سيشتري، بل هو المنتج المناسب الذي يلبي توقعات العميل من حيث الجودة والسعر وما إلى ذلك، فلهذا تختلف توقعات واحتياجات من زبون إلى آخر.

#### 3.2.1 تطور الرضا :

يشير هذا النوع من الرضا إلى تغير توقعات العملاء مع مرور الوقت. مع تطور التكنولوجيا وتغير الظروف الاجتماعية والاقتصادية، قد تتغير احتياجات العملاء وتوقعاتهم من الخدمات والمنتجات. لذلك، يجب على الشركات أن تكون مستعدة لتحسين وتطوير منتجاتها وخدماتها على نحو متواصل لمواكبة هذا التطور وضمان استمرار رضا العملاء. باعتبار هذه العوامل الثلاثة، يمكن للشركات فهم تجربة العملاء بشكل أفضل وتكوين استراتيجيات تلبي احتياجاتهم، وتحقق رضاهم على نحو متواصل، مما يساهم في نجاحها ونموها في السوق.

### 2 . مستوى رضا الزبون :

بعد سرد التعريفات التي تفسر رضا العملاء بأنه ذلك الشعور الإيجابي أو السلبي بحول السلع والخدمات وتوقعاتهم؛ يمكن تمييز ثلاثة مستويات نسبية لرضا العملاء، وهي: الأداء الفعلي أقل من الأداء المتوقع، والأداء الفعلي يساوي الأداء المتوقع، والأداء الفعلي أعلى من الأداء المتوقع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>قروي إسلام وغازي محمد، "أثر جودة الخدمة على رضا الزبون"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2015. ص37.  
<sup>2</sup>الحاشية العبادي والأخرون، إدارة علاقات العملاء، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018. ص. 13.

**1.2 الأداء الفعلي أقل من الأداء المتوقع:** في هذه الحالة، يكون العميل غير راضٍ عن الخدمة أو المنتج، نظرًا لأنه لم يلب توقعاته. يمكن أن يكون هذا بسبب جودة منتجات أقل من المتوقع أو خدمات أقل من الجودة المطلوبة. يعني ذلك أن الشركة لم تتمكن من تحقيق توقعات العميل، مما يؤدي إلى إحساسه بالإحباط أو الغضب.

**2.2 الأداء الفعلي يساوي الأداء المتوقع:** في هذه الحالة، يشعر العميل بالرضا لأن الخدمة أو المنتج تتوافق مع توقعاته. يعتبر الأداء المقدم مرضيًا، ويستوفي توقعاته بشكل تام، مما يؤدي إلى الشعور بالرضا والراحة.

**3.2 الأداء الفعلي أعلى من الأداء المتوقع:** هنا، يفوق الأداء الفعلي توقعات العميل، بحيث تفوق الخدمات والمنتجات ما كان يتوقعه. هذا يؤدي إلى إحساس العميل بالرضا الشديد والإيجابية نحو الشركة ومنتجاتها، وربما يزيد فرص التوصية بالشركة للآخرين والعودة إلى شراء في المستقبل.

بموجب هذه المستويات، يمكن للشركة تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين لتحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم، ومن ثم تعزيز الولاء وزيادة الإيرادات.

### المطلب الثاني: تقييم رضا الزبون

يعد تقييم رضا العملاء أسلوبًا أساسيًا في عالم الأعمال لمعرفة مدى سعادة العملاء بالسلع أو الخدمات التي تقدمها الشركة. الهدف من تقييم رضا العملاء هو إعطاء صورة شاملة عن تجربة العميل ومدى تلبية توقعاته.

#### 1. تقييم رضا الزبائن وأهدافه:

في هذا السياق، سنستكشف بالتفصيل مفهوم تقييم رضا الزبائن وأهدافه في تحسين أداء الشركة وتعزيز مكانتها في السوق.

##### 1.1 تقييم رضا الزبون:

تقييم رضا الزبون هو عملية جمع وتحليل آراء العملاء حول تجربتهم مع منتجات أو خدمات الشركة بهدف قياس مدى رضاهم وتحديد نقاط القوة والضعف في العروض المقدمة. يهدف هذا التقييم إلى تحسين الجودة وزيادة ولاء العملاء وتعزيز التنافسية في السوق من خلال فهم توقعاتهم واحتياجاتهم. يمكن تنفيذ هذا التقييم عبر أدوات مختلفة مثل الاستبيانات، المقابلات، وتحليل المراجعات على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تساعد هذه البيانات الشركات في إجراء التحسينات اللازمة وتقديم تجارب أفضل للعملاء.<sup>1</sup>

##### 2.1 أهداف تقييم رضا الزبون:

يكمّن الهدف في فهم تجربة العملاء وتقديم خدمات ومنتجات تلبي احتياجاتهم بشكل فعال.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بو النعيمة لمين وعزيز يوسف، أثر التسويق السياحي على رضا العملاء "دراسة حالة وكالة مديحة للسفر والسياحة"، مذكرة إضافية لنيل درجة الماجستير الإدارة (م.د)، تخصص تسويق الخدمات، مركز حافظ بو الصوف الجامعي، ميله، 2018 ص28.  
<sup>2</sup> ناصر فارس، مساهم في جودة الخدمة المدركة على رضا العملاء، دراسة حالة شركة موبيليس، مذكرة تخرج ماستر، التسويق العالمي، بسكرة، 2017، ص60.

**1.2.1 تحديد نقاط القوة والضعف:** من خلال استطلاعات رضا العملاء وتقييماتهم، يمكن للشركة تحديد المجالات التي تتميز فيها وتلك التي تحتاج فيها إلى التطوير. هذا يساعد على تحسين العمليات والمنتجات على نحو مستمر، مما يزيد رضا العملاء ويعزز الولاء.

**2.2.1 بناء الثقة والولاء:** رضا العملاء يساهم في بناء علاقات قوية وثقة دائمة مع الشركة. عندما يشعر العملاء بأن احتياجاتهم واهتماماتهم مسموعة ومهتمة بها، فإنهم يصبحون أكثر عرضة للبقاء والتفاعل مع العلامة التجارية على المدى الطويل.

**3.2.1 الاستماع لآراء العملاء:** تقديم فرص للعملاء للتعبير عن آرائهم ومشاعرهم يعكس اهتمام الشركة الحقيقي بتجربتهم. إذا شعروا بأن صوتهم يتم سماعه وتقديره، فسيكونون أكثر راحة في تقديم الملاحظات الإيجابية والسلبية، وهو مفتاح لتحسين العلاقة بين الشركة والعميل.

**4.2.1 مواجهة التغييرات باستمرار:** تقييم مستوى رضا العملاء، يمكن للشركة التعرف على أي تغييرات في توقعات العملاء أو تفضيلاتهم. هذا يساعد الشركة على التكيف بسرعة مع التغييرات في السوق وضمان استمرارية النمو والنجاح في المستقبل.

قياس رضا العملاء ليس مجرد إجراء استباقي للحفاظ على العملاء الحاليين، بل هو أساسي لتطوير العمل وتحسين الأداء على نحو دائم، مما يضمن البقاء والنجاح في سوق الأعمال المنافسة.

## 2 أساليب تقييم رضا الزبون

ومن أهم هذه الأدوات والأساليب ما يلي<sup>1</sup> :

### 1.2 نظام الشكاوى والاقتراحات :

يعتبر توفير عنوان بريد إلكتروني وموقع إلكتروني وخط هاتفي لتلقي شكاوى واقتراحات العملاء خطوة حاسمة في بناء علاقة جيدة مع العملاء وضمان رضاهم التام. إن هذه الوسائل تسمح للعملاء بالتواصل بسهولة مع المنظمة، وتعبير عن مدى اهتمامها بتلبية احتياجاتهم واستجابتها لمختلف المشكلات والتحديات التي قد يواجهونها .

تجلب هذه القنوات المتعددة للتواصل مجموعة واسعة من التعليقات والملاحظات من العملاء، مما يتيح للمنظمة فرصة قيمة لفهم تجربة العملاء بشكل أفضل وتحسين منتجاتها أو خدماتها بناءً على ردود الفعل الواردة. زيادة عن ذلك، يمكن استخدام هذه القنوات لتحديد القضايا والمشاكل الشائعة التي يواجهها العملاء، والتي يمكن معالجتها بشكل فعال لتعزيز تجربة العملاء.

من خلال تحليل الشكاوى والاقتراحات المستلمة، يمكن للمنظمة تحديد نقاط القوة والضعف في منتجاتها أو خدماتها، وبناء استراتيجيات لتعزيز الجوانب الإيجابية ومعالجة الضعف. على سبيل المثال، إذا كان هناك اقتراحات متكررة لتحسين

<sup>1</sup>الطائي رعد عبد الله وعيسى كدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار البيازوري للنشر والتوزيع العلمي، طبعة عربية، طبعة عربية، عمان، الأردن، 2008 ص. 154.

ميزة معينة في المنتج أو تغيير في خدمة محددة، يمكن للمنظمة اتخاذ الإجراءات اللازمة لتلبية هذه الاحتياجات وتحسين تجربة العملاء.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام هذه القوات لتحفيز التفاعل الإيجابي مع العملاء وتعزيز علاقات الثقة. من خلال الاستماع الفعال إلى مختلف الآراء والتعليقات، يمكن للمنظمة بناء صورة إيجابية لدى العملاء كشريك مخلص يستمع إليهم ويعمل على تلبية توقعاتهم.

### 2.2 المسح الميداني حول رضا الزبون:

من خلال سلسلة من الاستبيانات الموجهة للعملاء، يمكن للمنظمة جمع البيانات والملاحظات المباشرة من العملاء على نحو مباشر وفوري، مما يسمح لها بفهم أفضل للتحديات التي قد يواجهها العملاء والفرص المحتملة لتحسين المنتجات أو الخدمات.

تتضمن الاستبيانات عادةً مجموعة متنوعة من الأسئلة المصممة لقياس عدة جوانب من تجربة العميل، مثل جودة المنتج أو الخدمة، توافرها، سهولة الاستخدام، خدمة العملاء، والقيمة المضافة التي يوفرها المنتج أو الخدمة. يمكن تصميم الأسئلة بطريقة مفصلة للغاية لاستكشاف الجوانب الفرعية لكل جانب من هذه الجوانب.

بعد جمع البيانات، يمكن للمنظمة تحليل النتائج وتحديد المناطق التي تحتاج إلى تحسين أو تطوير. على سبيل المثال، إذا كانت هناك نسبة عالية من العملاء يعبرون عن عدم الرضا بخدمة العملاء، يمكن للمنظمة توجيه جهودها نحو تحسين عمليات خدمة العملاء أو توفير التدريب الإضافي للموظفين.

### 3.2 التسويق الوهمي:

تقديم مجموعة من الأشخاص الوهميين لأداء دور المشتري تعتبر استراتيجية فعالة لتقييم المنتجات أو الخدمات وقياس مستوى جودتها وكفاءتها ومقارنتها مع المنافسين. يمكن أن يكون هؤلاء الأشخاص مجموعة من المحللين أو شخصيات مختلفة، تتبنى أدوار المشتري لتقديم التقييمات الشاملة للمنتجات أو الخدمات.

تتمثل الفوائد الرئيسية لهذه الاستراتيجية في<sup>1</sup> :

- ✓ **التقييم الشامل:** يمكن للأشخاص الوهميين تقييم المنتجات أو الخدمات من وجهات نظر متعددة، مما يسمح بالحصول على التقييم الشامل لجودتها وأدائها.
- ✓ **تقييم المنافسين:** يمكن للمجموعة الوهمية أيضًا زيارة مواقع المبيعات المنافسين وتقييم خدماتهم ومنتجاتهم، مما يساعد على فهم الفارق التنافسي وتحديد الفرص للتحسين.
- ✓ **تقييم تجربة العميل:** يمكن للمجموعة الوهمية تجسيد تجربة العميل من خلال الاتصال بالمؤسسة وتقديم الشكاوى أو الاقتراحات، مما يساعد على تقييم كفاءة خدمة العملاء واستجابة المؤسسة لاحتياجات العملاء.
- ✓ **تحسين الجودة والأداء:** بناءً على تقييمات المجموعة الوهمية، يمكن للمؤسسة تحديد نقاط القوة والضعف في المنتجات أو الخدمات واتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين الجودة والأداء.

<sup>1</sup> سليمان زيدان، إدارة الجودة الشاملة. الجزء الأول، الفلسفة ومداخل العمل، دار المناهج لنشر والتوزيع، 2010، ص 199.

✓ تطوير الاستراتيجيات التسويقية: توفر تقييمات المجموعة الوهمية نقاط بيانات قيمة يمكن استخدامها في تطوير استراتيجيات التسويق والترويج للمنتجات أو الخدمات بشكل أكثر فعالية.

#### 4.2 تحليل العملاء الذين توقفوا عن التعامل مع المنظمة :

وهو ما يعرف بتحليل انتقال العملاء (Customer Churn Analyses) ، وهو عملية تحليل بيانات العملاء لفهم الأسباب التي تؤدي إلى توقفهم عن الشراء من المنظمة أو المؤسسة والانتقال إلى منافس آخر.

في هذا السياق، يستخدم تحليل البيانات العملاء لتحديد العوامل التي تؤثر في قرار العميل بالرحيل، ويشمل ذلك عادة عدة جوانب<sup>1</sup> :

- ✓ تحليل السلوك: يتضمن مراقبة سلوك العميل عبر فترات زمنية معينة، مثل تردد الشراء، الاستجابة للعروض والتخفيضات، وتقديم الشكاوى.
- ✓ تحليل الرضا: يقاس مدى رضا العملاء عن المنتجات والخدمات التي يقدمها المؤسسة من خلال استطلاعات الرأي أو تقييمات المنتجات.
- ✓ تحليل الاتصال: يفحص كيفية التفاعل بين العميل والمؤسسة عبر مختلف قنوات الاتصال، مثل الهاتف، البريد الإلكتروني، ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ✓ تحليل المحتوى: يشمل دراسة المحتوى الذي يتفاعل معه العميل، مثل المقالات، الفيديوهات، والنشرات الإخبارية، لتحديد الأنشطة التي تثير اهتمام العملاء.
- ✓ تحليل السمعة: يقيم سمعة المؤسسة في عيون العملاء، ويتضمن تحليل المراجعات والملاحظات عبر منصات التقييم والمواقع الاجتماعية.

#### 5.2 . التفاعلات الشخصية والاتصالات مع الزبائن الحاليين:

الاتصال المباشر مع العملاء يعد جزءاً أساسياً من استراتيجيات العلاقات العامة وتسويق العملاء. يهدف هذا النوع إلى بناء علاقات قوية مع العملاء وتعزيز الولاء للمنظمة أو المؤسسة. وفيما يلي بعض الطرق التي يمكن أن يتم من خلالها الاتصال المباشر مع العملاء<sup>2</sup> :

- ✓ الاتصال الهاتفي: يمكن للمديرين أو ممثلي المنظمة الاتصال بالعملاء مباشرة عبر الهاتف لمتابعة مشترياتهم السابقة، والتحقق من رضاهم، وتقديم أي دعم إضافي يحتاجون إليه.
- ✓ البريد الإلكتروني: يمكن استخدام البريد الإلكتروني للتواصل مع العملاء وتقديم عروض خاصة، ونصائح مفيدة، وإعلانات عن منتجات جديدة.
- ✓ الزيارات الشخصية: في بعض الحالات، يمكن للمديرين أو ممثلي المبيعات زيارة العملاء شخصياً لمناقشة احتياجاتهم وتقديم الدعم المباشر.

<sup>1</sup> سليمان زيدان ، نفس المرجع، ص 199.  
<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 200.

- ✓ **الاجتماعات وجهاً لوجه:** تنظم المؤسسة اجتماعات مباشرة مع العملاء لمناقشة أي مشاكل أو استفسارات قد يكونون لديهم وتقديم الحلول على نحو مباشر.
  - ✓ **استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:** يمكن استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الزبائن بشكل مباشر، والرد على استفساراتهم، وتقديم المحتوى قيم لهم.
- وتعتبر هذه الأساليب من العناصر الأساسية لنجاح أي عمل، ويعتبر العميل أيضاً من أهم العناصر الأساسية، ويتعلق الأمر بفهم آرائهم والاستماع إليها والاستجابة لرغباتهم وتعزيز العلاقات معهم لضمان الاستمرارية والبقاء في السوق.

### المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على رضا الزبائن في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

سنتناول في الأقسام القادمة تحليل العوامل المؤثرة على رضا الزبائن في استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وكيفية تأثيرها على مستوى رضا الزبائن بشكل عام.

#### 1 . العوامل المؤثرة على رضا الزبون :

تلعب هذه العوامل دوراً مهماً في رضا العملاء، وهو ما يمثل في النهاية نجاح المنظمة وقيامها، بدورها. وتكمن هذه العوامل في العناصر التالية:

- ✓ **السلامة :** يجب على المؤسسة أن تضمن سلامة المنتجات والخدمات التي تقدمها للعملاء. يشمل ذلك حماية العملاء من أي مخاطر محتملة لسلامتهم وسلامة أغراضهم. من خلال توفير خدمات ذات جودة عالية تمكن المؤسسة من كسب ثقة العملاء وزيادة رضاهم.
- ✓ **الوصول إلى المعلومات :** يجب أن تكون المعلومات حول المنتجات والخدمات متاحة وواضحة للعملاء. يجب على المؤسسة توفير معلومات شاملة وصادقة حول المنتجات والخدمات، سواء عبر الموقع الإلكتروني، أو المواد الترويجية، أو التواصل المباشر مع العملاء.
- ✓ **الاختيار :** يجب أن يكون لدى العملاء حرية الاختيار بين مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات التي تلبى احتياجاتهم. يجب أن تتوفر خيارات متعددة بأسعار مناسبة وجودة عالية، مما يتيح للعملاء اختيار الخيار الذي يناسبهم بشكل أفضل.
- ✓ **الاستماع للملاحظات :** يعتبر استماع المؤسسة لملاحظات العملاء وتلبية احتياجاتهم وتقديم الحلول لشكاويهم أمراً حاسماً لنجاح المنتجات والخدمات. يمكن استخدام ملاحظات العملاء لتحسين المنتجات وتطوير الخدمات بما يتماشى مع توقعاتهم.
- ✓ **المنتج والخدمة :** يجب أن تتميز المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة بالجودة والكفاءة. وأن يتوافق المنتج أو الخدمة مع الاحتياجات والتوقعات الخاصة بالعملاء، وأن تكون أيضاً متوافقة مع القيمة المضافة التي يبحث عنها العملاء في تجربتهم.<sup>1</sup>

باستيعاب هذه العوامل ، يمكن للمؤسسة تحقيق رضا العملاء بشكل شامل ومن ثم تحقيق النجاح والازدهار في السوق.

<sup>1</sup> حمدي فؤاد العطار وحوراء تمار مهدي حسن، التسويق الداخلي وجودة الخدمة وأثره على رضا العملاء، مجلة كربلاء العلمية. المجلد الثالث عشر، 2015. ص 326.

2. تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبائن

في ظل تطور التكنولوجيا ظهرت مجموعة متنوعة من وسائل الدفع الإلكتروني لتسهيل المعاملات المالية والمشتريات للأفراد دون الحاجة إلى التنقل أو الانتظار لوقت طويل في الطوابير، ساعد هذا على تقليل التكاليف من حيث الرسوم وتكاليف التنقل، وكذلك توفير الجهد والوقت من خلال سهولة الاستخدام والاستعمال في أي مكان تريد وفي أي وقت.

الى جانب الحماية والتوثيق وتتبع المعلومات الشخصية والمالية، أصبح الدفع الإلكتروني واسع الانتشار وتوسعت حصته في السوق.

رضا الزبون هو محور فعال بين الشركة ووالأفراد، ويعكس العلاقة الثقافية والتفاعلية بين الطرفين فلا بد من تقديم قيمة مضافة تفوق تصورات الزبائن من أجل سهولة الوصول إلى رضا الزبون فهنا إذا تمكنت الشركة من فهم متطلبات ورغبات الأفراد وإرضائهم بشكل فعال، وإذا ركزت على جودة الخدمات والمنتجات، فستكون قادرة على بناء أساس قوي في السوق بين منافسيها وزيادة مستوى ولاء الزبائن، وفي ظل تطور التكنولوجيا لا بد لها من التحسن مستمر من أجل ضمان حصتها في سوق ومكانتها بين منافسيها.

## خلاصة الفصل:

تعتبر وسائل الدفع شيء مهم في حياة الأفراد بحيث يؤثر تنوعها بشكل كبير على رضا الزبون فتنوع الوسائل يشعرهم بالراحة والثقة حيث تمكنهم من اختيار الوسيلة التي تناسبهم وتتوافق مع ظروفهم، مما يزيد من احتمالية نجاح المعاملة. من الممكن أن نجد بعض من الأشخاص يستعملون الطرق التقليدية للأمان ولإجتناهم الوقوع في الخطر حسب ظنهم، بينما اشخاص آخرين يكون لديهم كل الثقة والأمان في الوسيلة التي يستخدمونها مثل الدفع عبر التطبيقات الرقمية من الهاتف أو استخدام البطاقة الإلكترونية، فكلما كانت تجربة الزبون جيدة كلما زادت ثقته في وسائل الدفع.

وبالتالي، يمكن أن نستنتج أن تقديم مجموعة متنوعة من خيارات الدفع المرنة يحسن رضا العملاء ويساعد الشركات في السوق على الحفاظ والتوسع من خلال تعزيز علاقات طويلة الأمد مع عملائها.

تعمل وسائل الدفع الفعالة في نهاية المطاف على تحسين العلاقة بين الزبون والعلامة التجارية لأنها توفر للعميل شعوراً بالإحترام والرعاية من خلال تقديم خيارات تناسب احتياجاته وتفضيلاته. ونتيجة لذلك، من المرجح أن يقوم العميل بإجراء عمليات شراء متكررة وإقتراح العلامة التجارية للآخرين، مما سيؤدي في النهاية إلى زيادة الإيرادات والولاء والتوسع في السوق.

## الفصل الثاني:

دراسة ميدانية لواقع وسائل الدفع الالكتروني في بريد الجزائر

### التمهيد:

تعتبر مؤسسة بريد الجزائر عنصرًا أساسيًا في البنية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد. تم تأسيسه رسميًا في عام 1830، يعد بريد الجزائر من بين أقدم وأعرق مؤسسات الخدمات البريدية في الجزائر ويُنظر إليه على نطاق واسع على أنه العنصر الأساسي في تاريخ الجزائر.

يقدم بريد الجزائر مجموعة واسعة من الخدمات البريدية المصرفية والمالية مثل التحويلات النقدية والتحويل السريع وحسابات التوفير بالإضافة الى التسليم والتوزيع البريدي للرسائل والطرود.

وفي ظل توسع الرقمنة، بدأ بريد الجزائر بتقديم خدمات الدفع إلكتروني عبر الإنترنت والبطاقات الإلكترونية والتطبيقات الرقمية للمساعدة في تسهيل التواصل والتحويلات المالية بين الأفراد.

ساهمت وسائل الدفع الالكتروني في تعزيز الأداء وفعالية الخدمات في بريد الجزائر، مما أدى إلى تحسين تجربة الزبائن وبناء علاقات وطيدة بين مؤسسة بريد الجزائر وزبائنه، وهي ما تجعل مكانته كمؤسسة متقدمة في قطاع الاتصالات والخدمات المالية في الجزائر.

## المبحث الأول: تقديم مؤسسة بريد الجزائر

تعتبر مؤسسة بريد الجزائر مؤسسة وطنية حكومية، ذات طابع عمومي تقدم مجموع من الخدمات المالية والبريدية والالكترونية تأسست في عهد الاستعمار الفرنسي وتلعب دورا هاما في تسهيل المعاملات المالية والخدمات بين للأفراد والشركات. تتمثل خدماتها في فتح الحسابات الجارية وتحويل الأموال وكتابة الشيكات وتقديم خدمات البريد السريع.

### المطلب الأول: ماهية مؤسسة بريد الجزائر وهيكلها التنظيمي

سنتعرف في هذا المطلب على تعريف المؤسسة وكذا الفرع الذي تم فيه اجراء التربص وإلى الأقسام الموجودة في الهيكل التنظيمي لبريد الجزائر. فيمايلي <sup>1</sup>

#### 1. مؤسسة بريد الجزائر - المديرية العامة - direction générale

تتولى المديرية العامة لشركة البريد الجزائر مسؤولية تقديم الخدمات البريدية والتوصيل والخدمات المالية المتعلقة بالجزائر. يتمثل الدور الرئيسي للمديرية العامة للبريد الجزائري في الإشراف على الأنشطة البريدية وتنظيمها في البلاد. تتمثل مسؤوليتها في تصميم وتنفيذ السياسات البريدية والمالية، وضمان توفير الخدمات البريدية والتوصيل بكفاءة وموثوقية كما تدير الشركة شبكة واسعة من مكاتب البريد وفروع التوصيل.

#### 2. فرع بريد الجزائر ( أول نوفمبر ساحة الشهداء الجزائر العاصمة)

فرع بريد الجزائر واحدا من إحدى أهم وكالات البريد في الجزائر. تحتوي على 257 موظف تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات البريدية والمالية والالكترونية، مثل توصيل الرسائل والطرود واستلامها والتحويلات المالية والخدمات المصرفية الأخرى. يقع الفرع في حي ساحة الشهداء في العاصمة ويعتبر مركزاً مهماً يجذب الكثير من السائحين والسكان المحليين.

#### 3. الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر ومهام أقسامها (01 نوفمبر ساحة الشهداء)

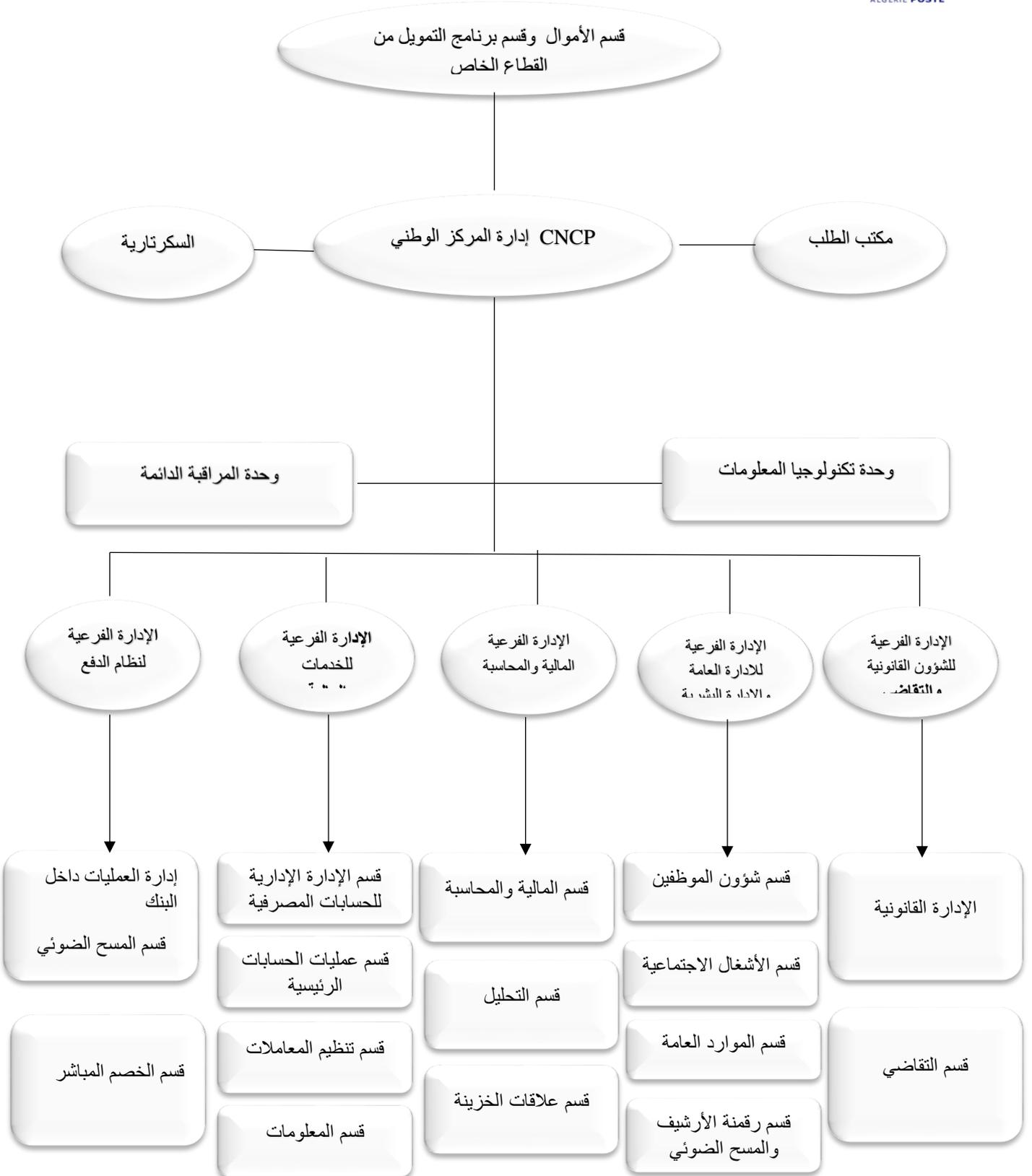
##### 3 . 1 الهيكل التنظيمي

عرض الهيكل التنظيمي لفرع البريد الجزائر على النحو التالي :

<sup>1</sup> وثائق الداخلية للمؤسسة



الشكل رقم(01) : الهيكل التنظيمي لمديرية المركز الوطني للشيكات البريدية



المصدر : من اعداد الباحثة بالاعتماد على المعلومات المقدمة من طرف المؤسسة

### المطلب الثاني: مهام وخدمات مؤسسة بريد الجزائر وأهدافها

شهد البريد تطوراً ملحوظاً عبر الزمن لتلبية حاجات المجتمع وتطلعاته نحو الرقي والتطور . تهدف بشكل عام إلى توفير خدمات بأعلى مستويات الجودة والكفاءة.

1. مهام مؤسسة بريد الجزائر : هي مجموعة من الأعمال التي تقوم بها المؤسسة وتتمثل في <sup>1</sup>:

- ✓ ضمان تحقيق السياسات الوطنية لتطوير الخدمات البريدية والخدمات المالية على المستوى الوطني.
- ✓ ضمان إدارة وتجديد الخدمات وكذلك أنشطة التطوير البنية التحتية ذات الصلة والعمل على تطويرها وتحسينها بما في ذلك شبكة البريد والبنية الرقمية.
- ✓ توزيع البريد الوارد والصادر في جميع أنحاء البلاد.
- ✓ شبكة محلية قوية وواسعة النطاق في جميع أنحاء البلاد.
- ✓ تسجيل جميع عمليات الدفع والتحويل على مستوى الشبائيك البريد.
- ✓ إصدار الحوالات البريدية وتسديد قيمتها.

تم تحديث هيكلها من خلال ضمان تحولها الرقمي في مختلف المجالات ومن خلال تسليط الضوء على تطور الاقتصاد الرقمي القائم على تكنولوجيات المعلومات والاتصالات. يتمتع بريد الجزائر برؤية استراتيجية تركز على عمل كل مهنة، بهدف أن يكون رائداً في توزيع الخدمات المحلية والوطنية. مرجع منظمات التمويل الشامل للمواطنين ورئيس شركات نقل البريد.

2. خدمات مؤسسة بريد الجزائر :

هي مجموعة من الأعمال التي تقدمها المؤسسة وتتمثل في <sup>2</sup>:

#### 1.2 خدمة الدفع الإلكتروني:

##### 1.1.2 البطاقة الذهبية:

هي بطاقة إلكترونية من طرف بريد الجزائر أصدرت سنة 2017 تهدف إلى تسهيل القيام بالعمليات المالية المختلفة والمعاملات عبر الانترنت ، دون حاجة التنقل إلى البريد لدفع مختلف الفواتير، وتسديد قيمة المشتريات لدى من يملكون إمكانية الدفع الإلكتروني ، إضافة الى إمكانية شراء مجموعة متنوعة من المنتجات والأصناف المتوفرة في نطاق "بريدي نت" ويعتبر هذا الأخير بمثابة مساحة تجارية إلكترونية، يتم تصميمها وفق معايير معروفة. بالإضافة الى إمكانية سحب النقود من أماكن متعددة في أوقات مختلفة عن طريق الموزع الآلي. (صورة هذه الخدمة موجودة في الملحق رقم 05).

<sup>1</sup> وثائق الداخلية للمؤسسة

<sup>2</sup> <https://www.poste.dz/> ، 2024/03/05 ، 10.15 سا .

### 1.1.1.2 الخدمات التي تقدمها البطاقة الذهبية

توفر البطاقة الذهبية في الجزائر مجموعة من الخدمات المالية والمصرفية. فهي تجعل إدارة الأموال سهلة ومريحة لحاملي البطاقة لأنه يمكن استخدامها في مجموعة متنوعة من المعاملات في أي مكان في البلاد.

يمكن استخدام البطاقة في التحويلات المالية عبر الإنترنت وأجهزة الصراف الآلي، ودفع الفواتير، والسحب النقدي. كما يمكن استخدامها لشحن الهواتف المحمولة ودفع ثمن السلع والخدمات التي يتم الحصول عليها عبر الإنترنت. تُعد البطاقة الذهبية خياراً عملياً وموثوقاً للعملاء لتلبية متطلباتهم المالية اليومية لأنها توفر وصولاً سهلاً إلى الخدمات المصرفية والمالية.

### 2.1.1.2 الأجهزة المساعدة للبطاقة الذهبية

#### ✓ أجهزة الدفع الإلكتروني TPE :

نظام نقدي جديد يتماشى مع المعايير الدولية والأمن يعزز شركة البريد الجزائرية، مما يسمح بدمج مجموعة متنوعة من الخدمات الإلكترونية، بما في ذلك خدمة الدفع الإلكتروني، والتي تعتبر من أولويات السلطات العمومية لتحديث وسائل الدفع. (صورة هذه الخدمة موجودة في الملحق رقم 06)

كما يضمن بريد الجزائر:

✓ الحماية و السرية و الأمن في تبادل البيانات.

✓ تقديم الدعم والتدريب على الاستخدام أثناء التثبيت .

#### ✓ TPE MOBILE :

محطة الدفع الإلكتروني، التي تُعرف أحياناً باسم TPE Mobile ، هي جهاز إلكتروني يتيح إجراء معاملات مالية آمنة (السحب والشراء) باستخدام بطاقات الدفع (البطاقات التلامسية أو الشريط المغناطيسي أو الشريحة وحدها). هناك أنواع مختلفة من TPE. قد تكون ثابتة أو متحركة. وعادةً ما تتضمن معايير TPE شاشة تعمل باللمس (أو شاشة لا تعمل باللمس)، ولوحة مفاتيح (تسمح للتاجر بإدخال المبلغ وللعميل بإدخال رمز بطاقته المصرفية)، وقارئ بطاقة أو أكثر (يمكن استخدامها لإدخال أو تمرير البطاقات المغنطة وقراءة بطاقات NFC دون اتصال جسدي)، وطابعة (تسمح للتاجر والعميل بطباعة إيصالات البطاقات). (صورة هذه الخدمة موجودة في الملحق رقم 07)

#### ✓ جهاز الصراف الآلي :

هو جهاز إلكتروني يقوم بتخزين الأموال وإجراء عمليات السحب النقدي بسهولة مع توفر الرقم السري أو بدونه عن طريق التطبيق الذي يسمح للمستهلك بالوصول إلى خدمات مختلفة، تعمل هذه الأداة تلقائياً وتقبل كمية محددة لتسهيل عمليات السحب النقدي. (صورة هذه الخدمة موجودة في الملحق رقم 08)

### 2.1.2 التطبيق بريدي موب

هو تطبيق إلكتروني تابع للبريد الجزائر أنشئ سنة 2018 يستوجب البطاقة الذهبية يتم استخدامه في الهاتف الذكي متوفر في متجر التطبيق أبل ستور وبلاي ستور من أجل دفع وتحويل الاموال من حساب إلى حساب آخر مثل دفع الفواتير

NAFTAL. SEAAL ADSL SONELGAZ ADE

(صورة هذه الخدمة موجودة في الملحق رقم 09)

**1.2.1.2 خدمات بريدي موب: الاطلاع على الرصيد الحساب CCP.**

- ✓ حظر وإلغاء حظر البطاقة الذهبية.
- ✓ تحويل الأموال من حساب إلى حساب الأخر.
- ✓ الموقع الجغرافي لكل الأماكن الموجودة بها موزع الألي في ربوع الوطن.
- ✓ حجز تذكرة الطائرة.
- ✓ الدفع بدون بطاقة BARIDI PAY.
- ✓ تفعيل وإعادة تفعيل البطاقة بعد تجميدها بطلب من المستخدم.
- ✓ الحصول على كشف الخاص بعشر العمليات الأخيرة التي تمت.

(صورة هذه الخدمة موجودة في الملحق رقم 10)

**2.2.1.2 كيفية الاستفادة من خدمات بريدي موب**

- القيام بتحميل التطبيق من بلاي ستور او أبل ستور.
- بعد تثبيت التطبيق في الهاتف اتباع خطوات التسجيل موجودة على الرابط.
- الدخول الى التطبيق والاستفادة من الخدمات.

**3.1.2 الحساب البريدي الجاري Eccp.**

تطور الحساب البريدي الجاري (Eccp) من منصة على الانترنت إلى تطبيق إلكتروني يسهل على المستخدمين إدارة حساباتهم البريدية والاستفادة من مجموعة واسعة من الخدمات دون الحاجة إلى البطاقة الذهبية، مما يجعله خيارًا مناسبًا وسهل الاستخدام لجميع الزبائن.

**1.3.1.2 خدمات الحساب البريدي الجاري**

- ✓ تسجيل الدخول تسجيل الدخول أو فتح حساب Eccp
- ✓ مستخلص كشف الحساب تطلع على رصيد حسابك CCP
- ✓ تلقي إشعار عبر SMS لكل معاملة إيداع أو تحويل أو سحب
- ✓ كشف الحساب كشف مفصل لمعاملات حسابك CCP
- ✓ البطاقة الذهبية اطلب أو تتبع بطاقتك الذهبية
- ✓ الطلب على دفتر الصكوك

- ✓ الطلب على البطاقة الذهبية
- ✓ تتبع البريد والطرود
- ✓ فتح حساب CCP

(صورة هذه الخدمة موجودة في الملحق رقم 11 )

## 2.2 خدمة البريد

### 1.2.2 خدمة البريد السريع:

تقدم شركات البريد خدمة البريد السريع، وهو خيار فعال من حيث التكلفة يمكّن المستهلكين من إرسال واستقبال الرسائل والطرود بسرعة وكفاءة. تختلف الخدمات التي تقدمها شركات البريد تحت هذا العنوان، ولكن بشكل عام، تشمل خدمات البريد السريع خيارات تأمين الطرود، وتتبع الشحنات عبر الإنترنت، والتسليم خلال إطار زمني محدد، من بين ميزات أخرى فهي تساعد في تسريع وتبسيط عملية الشحن والتسليم.

### 2.2.2 خدمة الطرود البريدية الأساسية:

يشير مصطلح "خدمة بريد الطرود الأساسية" إلى الخدمة البريدية القياسية التي يقدمها مكتب البريد لإرسال الطرود واستلامها؛ ولا يشمل ميزات مثل التتبع الإلكتروني وتأمين الطرود. عادةً ما تكون هذه الخدمة أقل تكلفة من الخدمات السريعة أو المتقدمة وتتطلب تسليم الطرود دون الحاجة إلى خدمات خاصة إضافية.

## 3.2 الخدمة المالية

### 1.3.2 خدمة المرتبطة بالحساب الجاري CCP فيم يخص استفسارات او استشارات

تقدم مؤسسة بريد الجزائر لعملائها خدمة تسمى الحسابات الجارية البريدية، أو CCP ، والتي تتيح لهم التعامل مع حساباتهم وإجراء مجموعة من العمليات المالية عبر الإنترنت. تغطي هذه الخدمة مجموعة واسعة من الأسئلة والاستشارات التي قد يحتاجها العملاء، مثل:

- ✓ الرصيد الحالي: عرض المعاملات الأخيرة ورصيد الحساب الجاري.
- ✓ التحويلات : نقل الأموال بين الحسابات أو بين حسابات بريد الجزائر على المستوى الداخلي والخارجي.
- ✓ الفواتير والمدفوعات: دفع مجموعة متنوعة من الخدمات، بما في ذلك فواتير الهاتف ، المياه،الغاز،الكهرباء..إلخ.
- ✓ الاستفسارات المالية: طلب الاطلاع على كشف المعاملات لفترة زمنية معينة أو كشف حساب.
- ✓ تحديث المعلومات الشخصية: تعديل معلومات العميل مثل رقم الهاتف أو العنوان.

### 2.3.2 بريدي موب وبريدي ويب :BARIDIMOB BARIDI WEB:

هي خدمات البريد الإلكتروني "بريدي موب" و "بريدي ويب". تقدم خدمات لتسهيل وصول الأشخاص إلى خدمات البريد عبر الإنترنت. وبمساعدة هذه الخدمات، يمكن للعملاء التعامل مع حساباتهم البريدية ببساطة وأمان والقيام بمجموعة من الأنشطة عبر الإنترنت. يمكن لمتصفحات الإنترنت الوصول إلى خدمات "Baridi Web"، بينما يمكن للهواتف المحمولة الوصول إلى خدمات "Baridi Mob".

#### 4 أهداف بريد الجزائر:

يسعى البريد الجزائر إلى عدة أهداف من بينها:

- ✓ تقليل الإدارة اليدوية للعمليات البريدية من خلال أتمته جميع العمليات في مكتب البريد من أجل الحصول على معالجة أكثر كفاءة من أي وقت مضى. يهدف هذا الحد بشكل أساسي إلى تسهيل إدخال جميع المعاملات البريدية التي يطلبها العملاء.
- ✓ تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.
- ✓ الحد من الانتظار في الشبايك.
- ✓ تقديم أفضل الخدمات من خلال إنشاء واجهات متعددة الخدمات.
- ✓ الحفاظ على ولاء العملاء المحليين من خلال تقديم العروض الترويجية لهم.
- ✓ تحسين جودة خدمات المراسلة وتقليص مدة التسليم من خلال إحداث مراكز إيداع وتوزيع بجميع المكاتب الحدودية بنفس البلدية، وذلك لضمان خدمة التوزيع حتى مكان الإقامة.
- ✓ تزويد جميع مكاتب البريد بأجهزة الصراف الآلي لضمان دقة معلومات العملاء عند تنفيذ كافة العمليات البريدية (سحب نقدي، طلب دفتر شيكات).
- ✓ تزويد مكاتب البريد بالسجلات الإلكترونية لمعالجة الشكاوى بشكل فوري وأني.

#### المطلب الثالث: تأثير وسائل دفع لدى بريد الجزائر على رضا الزبون

يمكننا معرفة تأثير وسائل الدفع على رضا الزبون من حيث: <sup>1</sup>

#### 1 . تأثير البطاقة الذهبية على المعاملات الإلكترونية ورضا الزبائن

نسلط الضوء عن أهمية المعاملات الإلكترونية وحجم المعاملات التي يتم إجرائها إلكترونياً.

#### 1.1 حجم المعاملات المالية عن طريق البطاقة الذهبية

نقسم إستعمال البطاقة الى عدة طرق فيما يلي :

#### 1.1.1 حجم المعاملات المالية عن طريق البطاقة الذهبية في الموزع الآلي في مكتب البريد.

<sup>1</sup> وثائق داخلية للمؤسسة

تعرف حجم المعاملات المالية على أنها عدد المعاملات التي يتم التعامل معها خلال فترة زمنية محددة، تراوحت احتمالية حجم المعاملات اليومية والشهرية في مكتب البريد عبر الموزع الآلي الى متوسط يومي يتراوح بين 600 إلى 700 معاملة، ومتوسط شهري يفوق 20,000 معاملة .

يشير هذا الى وجود طلب قوي على خدمات الموزع الآلي بالنسبة لهذا المكتب البريدي وهذا راجع الى عدة عوامل :

**موقع المكتب البريدي :** يقع مكتب البريد 01 نوفمبر ساحة الشهداء في منطقة حضرية مزدحمة لهذا يشهد حجماً أكبر للمعاملات مقارنة بالمكاتب البريد التي تقع في المنطقة الريفية.

**الطلب :** يؤثر الطلب اليومي على حجم المعاملات، حسب الفترات حيث يزداد الاستخدام في الشهر ما بين 03 الى 10 و15 الى 25 من الشهر.

### 2.1.1 حجم المعاملات المالية عن طريق البطاقة الذهبية في الشبايك البنكية الآلية

تتراوح حجم المعاملات التي تتم عبر الشبايك البنكية الى متوسط يومي من حيث السحب فقط ما بين 86880 ألف الى 86917 ألف عملية سحب ، أما بخصوص الدفع ما بين 21300 ألف الى 21328 ألف عملية دفع ، تشمل جميع البنوك في أنحاء الوطن، ومتوسط شهري من حيث السحب والدفع لجميع البنوك حوالي 2,789,857 مليون. ويختلف المتوسط حسب هذه الفترات حيث يزداد الاستخدام في الشهر ما بين 03 الى 10 و15 الى 25 من الشهر .

### 3.1.1 حجم المعاملات اليومية عن طريق البطاقة الذهبية بالجهاز TPE

في المكتب البريد 01 نوفمبر تراوحت احتمالية حجم المعاملات اليومية والشهرية عبر الجهاز TPE الى متوسط يومي ما بين 300 الى 500 معاملة، ومتوسط شهري ما بين 3500 الى 4000 معاملة. ويختلف المتوسط حسب هذه الفترات حيث يزداد الاستخدام في الشهر ما بين 03 الى 10 و15 الى 25 من الشهر .

### 4.1.1 حجم المعاملات اليومية عن طريق البطاقة الذهبية بالجهاز TPE MOBILE

في المكتب البريد 01 نوفمبر تراوحت احتمالية حجم المعاملات اليومية والشهرية عبر الجهاز TPE MOBILE الى متوسط يومي ما بين 90 الى 100 معاملة، ومتوسط شهري ما بين 1500 الى 2000 معاملة . ويختلف المتوسط حسب هذه الفترات حيث يزداد الاستخدام في الشهر ما بين 03 الى 10 و15 الى 25 من الشهر.

الجدول التالي يمثل العمليات المنجزة من بواسطة البطاقة الذهبية كما يلي:

**الجدول (رقم 01): العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية**

التعريف المطبقة (دج)	العمليات المنجزة
30.00 دج	سحب الأموال عبر الشبايك الآلية لبريد الجزائر
35.00 دج	سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآتية للبنوك
مجانا	الدفع الالكتروني عبر بريد الجزائر
10.00 د	تعبئة رصيد الهاتف النقال
من 1 إلى 10,000 دج : بتكلفة (12) دينار جزائري من 10,001 إلى (20,000) دج : بتكلفة (15) دينار جزائري من (20,001 إلى 30,000) دج : بتكلفة (18) دينار جزائري من (30,001 إلى 40,000) دج : بتكلفة (21) دينار جزائري	تحويل الأموال

المصدر : من اعداد الطالبة بإعتماد على وثائق المؤسسة

**2.1 عدد مستخدمي البطاقة الذهبية**

يصل طلب البطاقة الذهبية مكتب البريد أول نوفمبر متوسط إلى ما بين 100 الى 150 طلب في الأسبوع ، ومتوسط الشهري يتراوح بين 4500 الى 5000 طلب. يشير هذا الى وجود طلب قوي على البطاقة الذهبية وزيادة معدل استخدامها بالنسبة لهذا المكتب البريدي وهذا راجع الى عدة عوامل، منها :

**الخدمات المتوفرة:** يقدم المكتب البريد أول نوفمبر خدمات إضافية الكترونية عبر أجهزة الصراف الآلي والأجهزة الالكترونية بمختلف أنواعها للسحب والادخار ومختلف التحويلات المالية، مما يؤدي الى زيادة الطلب.

أما عدد مستخدمي البطاقة الذهبية في المديرية العامة ككل، فبلغ 13 مليون حامل للبطاقة.

**3.1 الرسوم والأسعار في استعمال البطاقة الذهبية**

يمكن تقسيم الرسوم والأسعار على النحو التالي:

- ✓ رسوم الاشتراك السنوية: يتم فرض رسوم سنوية على البطاقة الذهبية من أجل التجديد وتوفير خدمات إضافية المقدمة من طرف البطاقة .
- ✓ رسوم الاستخدام : يتم فرض رسوم على كل عملية تتم بالبطاقة الذهبية، وتختلف هذه الرسوم حسب نوع العملية والمبلغ .
- ✓ رسوم السحب النقدي: يتم فرض رسوم على كل عملية سحب تتم بالبطاقة الذهبية، بمختلف الأجهزة الالكترونية

يمثل الجدول التالي الرسوم والأسعار في استعمال البطاقة الذهبية  
الجدول رقم (02): الرسوم والأسعار في استعمال البطاقة الذهبية

التعريف المطبقة (دج)	الرسوم السعر
350.00	صناعة البطاقة أو تجديدها أو استبدالها
200.00	إعادة إعداد الرمز السري
100.00	الشكاوى غير الثابتة الصحة
30.00	الاعتراض المؤقت أو النهائي عن البطاقة
30.00	تجميد البطاقة
10.00	إشعار رسالة قصيرة

المصدر: من اعداد الطالبة باعتماد على وثائق المؤسسة

## 2. تأثير التطبيق بريدي موب على المعاملات الإلكترونية ورضا الزبون

نسلط الضوء عن أهمية المعاملات الإلكترونية وحجم المعاملات التي يتم إجرائها إلكترونيا

### 1.2 حجم المعاملات المالية عن طريق بريدي موب

تعرف حجم المعاملات المالية على أنها عدد المعاملات التي يتم التعامل معها خلال فترة زمنية محددة ، في حالة الدفع متوسط الشهري 3,600,000 مليون معاملة ،بينما المتوسط اليومي حوالي 120,000 معاملة.

### 2.2 عدد مستخدمين التطبيق بريدي موب

يتراوح عدد المستخدمين في هذا التطبيق حوالي 4 مليون مستخدم في الشهر ، حيث بلغ عدد تثبيت التطبيق حوالي 10 مليون. يُشار إلى عدد المرات التي قام فيها المستخدمون بتنزيل التطبيق وتثبيته على أجهزتهم من خلال عدد مرات التثبيت.

يمكننا أن نلاحظ من هذه البيانات أن كمية عمليات التثبيت وحجم المستخدمين النشطين تختلف عن بعضها البعض. ويعود هذا إلى قيمة التطبيق، وتجربة المستخدم، وفعالية التسويق والاحتفاظ بالمستخدمين

## 3. تأثير التطبيق الحساب البريدي الجاري Eccp على المعاملات الإلكترونية ورضا العملاء

نسلط الضوء عن أهمية المعاملات الإلكترونية وحجم المعاملات التي يتم إجرائها إلكترونياً

### 1.3 حجم المعاملات المالية اليومية التطبيق ECCP

حجم المعاملات المالية يُعد مقياساً حاسماً لنشاط العمليات المالية خلال فترة زمنية معينة، حيث يُعرف بعدد المعاملات التي يتم التعامل معها، سواء كانت دفع، أو كشوفات عن الرصيد، أو عمليات البحث في سجل المعاملات. على سبيل المثال، في سياق دفع الفواتير لخدمات الماء والغاز، يُظهر حجم المعاملات الشهري، الذي يتجاوز الـ 71,000 معاملة. بالإضافة إلى ذلك، يُظهر متوسط عدد الكشوفات الشهري للرصيد البالغ 5 مليون كشف، و 800 عملية بحث في سجل المعاملات شهرياً، زيادة عن ذلك الإشعارات الهاتفية التي تصل إلى 32 مليون إشعار شهرياً. تسلط الزيادة في الإشعارات الهاتفية الضوء على مدى أهمية التواصل الفعال مع العملاء.

### 2.3 عدد مستخدمين التطبيق ECCP

يتراوح عدد المستخدمين في هذا التطبيق حوالي 2 مليون مستخدم في الشهر، حيث بلغ عدد تثبيت التطبيق حوالي 2 مليون أيضاً. يُشار إلى عدد المرات التي قام فيها المستخدمون بتنزيل التطبيق وتثبيته على أجهزتهم من خلال عدد مرات التثبيت، حيث يوجد كل شهر 800 ألف مستخدم جديد في التطبيق. يمكننا أن نلاحظ من هذه البيانات أن حجم عمليات التثبيت وحجم المستخدمين النشطين تشابه بعضها البعض. وهذا راجع إلى جودة التجربة التي يقدمها التطبيق.

يسعى مكتب البريد أول نوفمبر بساحة الشهداء الجزائر إلى الابتكار والتطوير في خدماته لمواكبة التطورات الحديثة في مجالات التكنولوجيا والاتصال، حيث يتمركز في موقع استراتيجي حيوي من حيث الكثافة السكانية الذي أدى بهذا إلى ارتفاع متوسط حجم المعاملات الإلكترونية واليومية والشهرية إضافة إلى الطلب المتزايد على البطاقة الذهبية وهذا ناتج عن توفر مختلف أنواع الأجهزة الدفع الإلكتروني.

### المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

تعتبر منهجية الدراسة خطوة حاسمة في فهم سياق الدراسة وأهدافها. ويهدف الإطار المنهجي إلى تحديد الأسس النظرية التي ستبناها الدراسة من أجل تحقيق أهدافها ومعالجة أسئلتها البحثية.

### المطلب الأول: اختيار العينة وأداة الدراسة

#### 1. اختيار العينة :

في مجال البحث العلمي، تشير عملية "اختيار العينة" إلى تحديد مجموعة دقيقة من الأفراد أو عناصر المجتمع السكاني من أجل تمثيل السلوك أو الظاهرة التي نرغب في دراستها بدقة وموثوقية.

ومن أجل بحثنا، قمنا باختيار العينة وهم مستعملو خدمات الدفع الإلكتروني بريد الجزائر، لقد اتخذنا هذا النهج بناء على معايير دقيقة من أجل ضمان تمثيل العينة وتوجيه الدراسة نحو الفئة المستهدفة بشكل أفضل.

#### 1.1 الهدف من الدراسة:

الغرض هذه الدراسة تقييم مدى مساهمة استخدام طرق الدفع الإلكتروني في تعزيز رضا العملاء. سيتم تحقيق هذا الهدف من خلال دراسة وصفية تعتمد على تحليل البيانات باستخدام الاستبيان للمستخدمين

والمقابلات للموظفين . تركز الدراسة في تحديد الى أي مدى ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبون في مختلف جوانب بما في ذلك السهولة، الأمان، والسرعة.

### 2.1 موضوع التحليل:

تحديد الى أي مدى ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني مثل البطاقة الذهبية والتطبيقات الإلكترونية BARIDI MOB ECCP ; و الدفع عبر الإنترنت، على رضا العملاء خلال التسوق وممارسة الأعمال التجارية.

### 3.1 الموارد المتاحة:

الوقت والجهد اللازمين لتطوير الدراسة وجمع المعلومات.

أسس دعم البحث وتحليل البيانات.

### 2 . أداة الدراسة:

**1.2 الاستبيان الإلكتروني** يتم استخدامه لجمع المعلومات من الأفراد باستخدام منصات التواصل الاجتماعي أو رسائل

البريد الإلكتروني. تم تصميم الاستبيان الإلكتروني بطريقة بسيطة وسهلة لتسهيل الإجابات. عادةً ما يشمل الاستبيان عبر الإنترنت أسئلة مفتوحة ومغلقة، اعتمادًا على الغرض من جمع البيانات، ويمكن استخدامه في المجالات البحثية. تتميز الاستبيانات الإلكترونية بسهولة إدارتها وتحليل النتائج وميزتها من حيث الوقت والجهد مقارنة بالطرق التقليدية لجمع البيانات.<sup>1</sup>

تم توزيع الاستبيان الإلكتروني على عينة من الأفراد بهدف فهم مدى تقييمهم لوسائل الدفع الإلكتروني وتأثيرها على رضا العملاء.

**2.2 المقابلة :** تتضمن عملية التواصل المعروفة باسم المقابلة تبادل شخصين أو أكثر للمعلومات والأسئلة والإجابات حول موضوع أو هدف معين. عند إجراء مقابلة، عادةً ما تكون الأهداف هي معرفة المزيد عن موضوع ما.

حيث تأخذ اشكال مختلفة حسب الغرض والسياق الذي تجري فيه. قد تكون مباشرة وتأخذ وجهًا لوجه، أو يمكن أن تكون عن بُعد باستخدام وسائل الاتصال. تعتبر أداة فعالة للتواصل وتبادل المعرفة بين الأفراد.<sup>2</sup>

### 3.2 الأسئلة المطروحة في هذا الاستبيان

الأسئلة المقدمة في الاستبيان تنقسم إلى ثلاثة محاور وهي:

**المحور الأول:** يشمل المعلومات العامة من حيث العمر والأقدمية في التعامل.

**المحور الثاني:** هذا الجزء يتناول رضا الزبائن على وسائل الدفع لإلكتروني من حيث سهولة الاستخدام والأمان

<sup>1</sup> بودور نسرين، منهجية البحث، 2024، المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي .

<sup>2</sup> نفس المرجع .

**المحور الثالث:** يشمل البيانات التي تتعلق بمستخدمي الدفع الإلكتروني ببريد الجزائر.

#### 4.2 الأسئلة المطروحة في المقابلة :

استهدفت هذه المقابلة موظفي بريد الجزائر أول نوفمبر ساحة الشهداء، لجمع معلومات قيمة حول تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على العملاء. تشمل الأسئلة المطروحة مواضيع متعددة مثل الميزات التي توفرها وسائل الدفع الإلكتروني، والمشاكل التي تواجه البطاقة الذهبية، والإجراءات الأمنية المتبعة. من طرف موظفي مركز الوطني للشيكات البريدية قسم مالية ومحاسبة وقسم خدمات الدفع الإلكتروني.

كان الهدف من إختيار السيد حاج براهيم فؤاد والسيدة ايمان رحولي كمسؤولين في العمليات البنكية والبريدية ، قسم خدمات الدفع الإلكتروني .

#### المهام الأساسية لهذا المنصب:

- ✓ معالجة تحويل الأموال بين حسابات العملاء في البريد وحساباتهم البنكية..
- ✓ متابعة وتوثيق جميع التحويلات المالية التي تتم بين البريد والبنوك.
- ✓ الرد على استفسارات العملاء بخصوص المعاملات بين البريد والبنوك.
- ✓ حل المشكلات التي قد تطرأ أثناء عمليات التحويل المالي.
- ✓ إعداد تقارير دورية عن العمليات المالية المشتركة بين البريد والبنوك.
- ✓ تقديم تقارير تحليلية للإدارة حول أداء العمليات المالية.

كان لهما السبب في معرفة حجم المعاملات المالية في الشبايك البنكية كذا المشاكل التي تحصل للبطاقة الذهبية والإجراءات الأمنية المقدمة من طرف البريد ومن طرف الموظفين إضافة الى الميزات التي تتمتع بها وسائل الدفع الإلكتروني .

أما بالنسبة الى السيد بلحسن حميد قابض البريد قسم المالية ومحاسبة

#### المهام الأساسية لهذا المنصب :

- ✓ الإشراف على عمليات السحب والإيداع والتحويلات المالية
- ✓ معالجة وإصدار الشيكات والحوالات البريدية.
- ✓ إعداد تقارير دورية عن العمليات المالية والبريدية.
- ✓ مراقبة المخزون والإبلاغ عن الحاجة إلى الموارد.
- ✓ التحقيق في أي حالات تلاعب أو فقدان للبريد أو الأموال.

كان له السبب في معرفة الإجراءات الأمنية المطبقة في البطاقة الذهبية .

#### المطلب الثاني: دراسة تحليلية

## 1. البيانات المتعلقة بالاستبيان :

يعد تحليل بيانات الاستبيان إحدى الخطوات اللازمة في فهم وتحديد الأنماط والاتجاهات في البيانات المجمعة من الاستبيانات ، تحتوي عينة الدراسة على 200 شخص بحيث يتم تحليل الإجابات و توزيعها حسب مختلف المحاور .

### 1.1 توزيع أفراد العينة حسب العمر:

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب العمر

الجدول رقم 01 : توزيع أفراد العينة حسب العمر

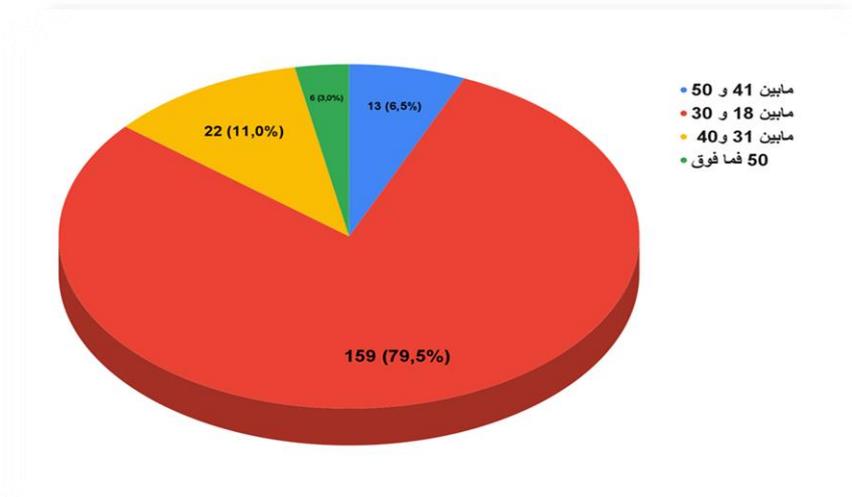
العمر	التكرار	النسبة المئوية
ما بين 18 و 30	159	79.5
ما بين 31 و 40	22	11
ما بين 41 و 50	13	6.5
50 فما فوق	6	3
المجموع	200	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي:

الرسم البياني رقم 01: تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب العمر

العمر



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 01

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول " 01"، نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تبلغ 79.5%، من الفئة التي يتراوح أعمارهم من 18 إلى 30 سنة. تليها الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة التي تمثل نسبة 11%. تشير هذه البيانات إلى أن أغلبية أفراد العينة هم من الشباب في مرحلة مبكرة من العمر.

### 2.1 توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في التعامل مع بريد الجزائر

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب الأقدمية في التعامل مع البريد الجزائري

الجدول رقم 02: توزيع افراد العينة حسب الأقدمية في التعامل مع البريد الجزائري

الأقدمية في التعامل مع البريد الجزائري	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 5 سنوات	100	50
من 5 سنة الى 10 سنوات	67	33.5
من 10 الى 15 سنوات	21	10.5
من 15 فما أكثر	12	6
المجموع	200	100 %

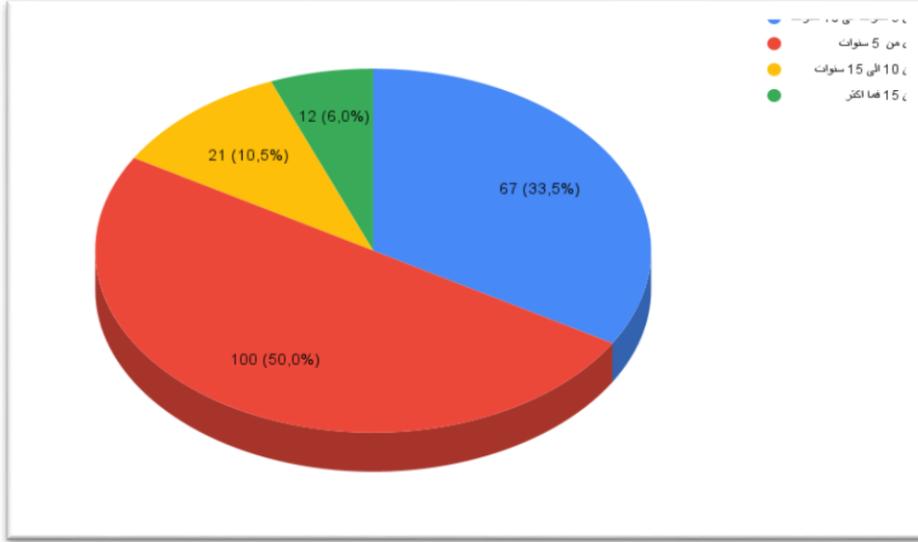
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 02: تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب الأقدمية في التعامل مع البريد

الأقدمية في التعامل مع البريد

الأقدمية في التعامل مع البريد



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 02

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم " 02 " ، نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لديهم تجربة التعامل مع بريد الجزائر تقل عن 5 سنوات تبلغ 50%. تليها الفئة التي تتراوح أقدمية تعاملهم مع البريد ما بين 5 و 10 سنوات، والتي تمثل نسبة 33,5%. تشير هنا نسبة 50% إلى أنهم مستخدموا جدد للخدمات البريدية، مما يدل على أنه يوجد تزايد متواصل في عدد الأفراد الذين يستفيدون من خدمات بريد الجزائر.

### 3.1 توزيع أفراد العينة حسب نسبة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

الجدول التالي يمثل عدد أفراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

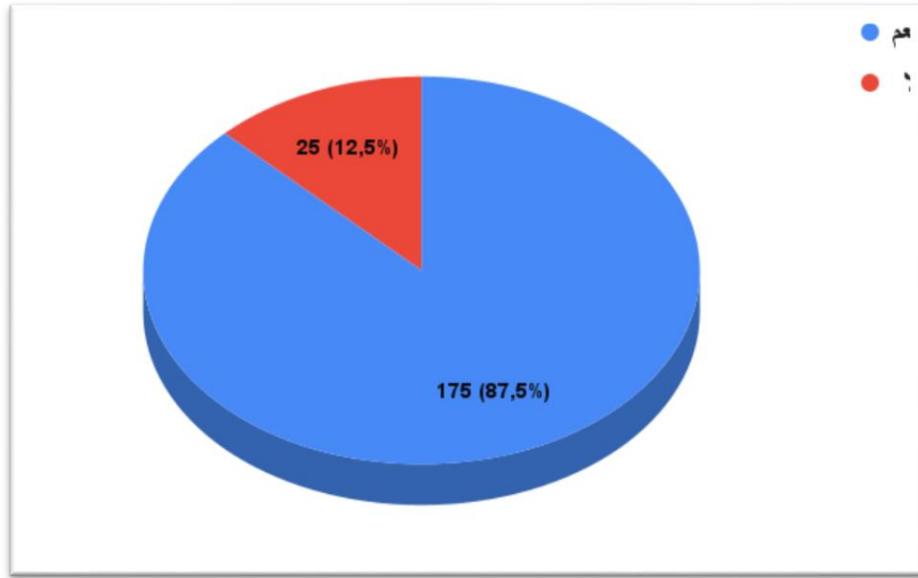
المجموع	لا	نعم	العبارة
200	25	175	نسبة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني
% 100	12.5	87.5	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 03 : تمثيل بياني لتوزيع أفراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

هل تستخدم وسائل الدفع الإلكتروني؟



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 03

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم " 03 " ، نلاحظ أن نسبة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني تبلغ 87.5 % ، بينما تبلغ نسبة الافراد الذين لا يستخدمون وسائل الدفع الى 12.5 %، تشير النسبة الأعلى إلى أن معظم أفراد العينة التي تمت دراستها (87.5%) يستخدمون وسائل الدفع الإلكتروني دليل على أنها تلبي رغباتهم وإحتياجاتهم.

4.1 توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا

الجدول رقم 04: توزيع افراد العينة حسب معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا

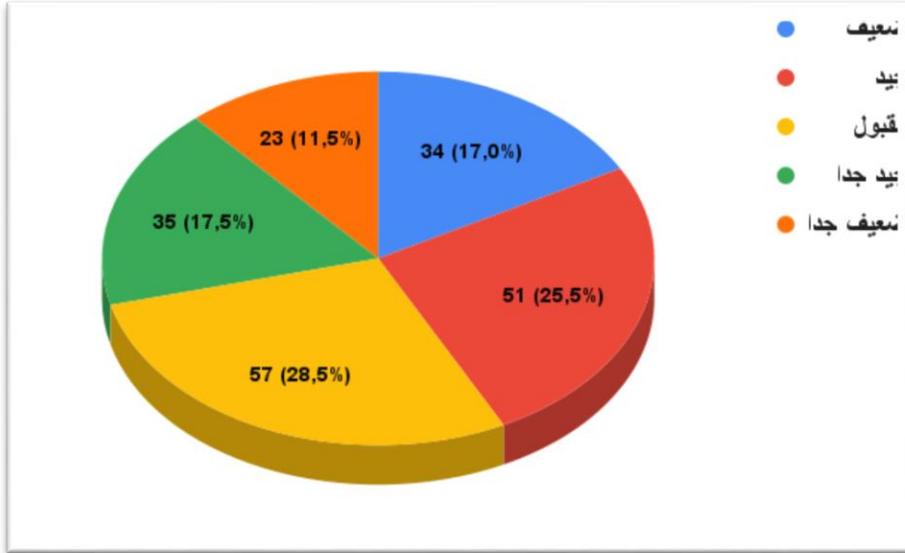
المجموع	ضعيف جدا	ضعيف	مقبول	جيد	جيد جدا	العبارة
ع 200	23	34	57	51	35	معدل استخدامك طرق الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا
100 %	11.5	17	28.5	25.5	17.5	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 04: تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا

ما هو معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا؟



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 04

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "04" نلاحظ ان معدل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالدفع نقدا في الحالة "مقبول" هو الأعلى حيث بلغت 28.5% ، هذا يعني أن نسبة كبيرة من الأشخاص يجدون الطرق المتاحة للدفع (سواء الإلكتروني أو النقدي) مقبولة و هذا ربما يدل على ان وسيلة الدفع الإلكتروني ليست مثالية بالنسبة لفئة معينة من الافراد ، تليها حالة "جيد" بنسبة 25.5% تبين أن وجود اقلية من الأفراد الذين يرون أن طرق الدفع الإلكتروني هي الأفضل بالنسبة لاحتياجاتهم .

#### 5.1 توزيع أفراد العينة حسب التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني

الجدول رقم 05 :توزيع افراد العينة حسب التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني

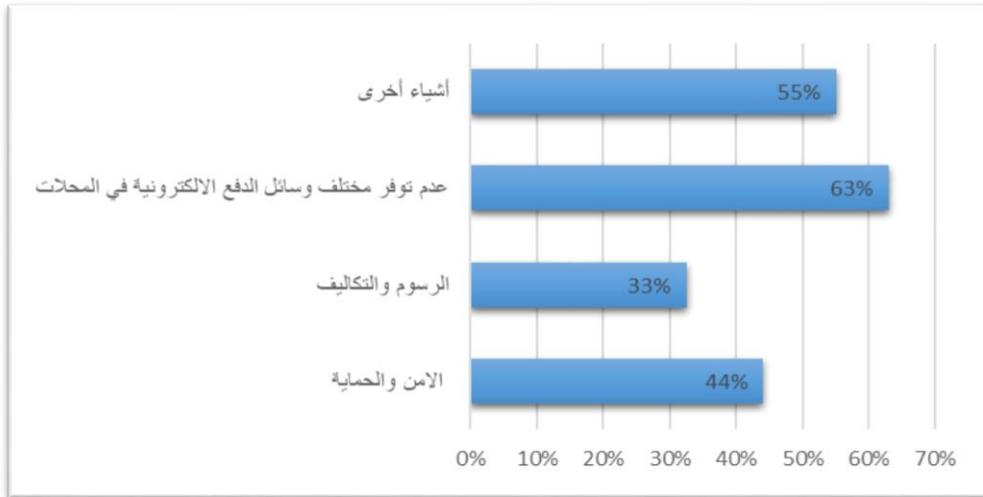
النسبة المئوية %	التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني	العبرة
44	88	الامن والحماية
32.5	65	الرسوم والتكاليف
63	126	عدم توفر مختلف وسائل الدفع الإلكترونية في المحلات
5.5	11	أشياء أخرى

#### المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 05 : تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني

ما هي أكبر التحديات التي يواجهونها في عمليات الدفع الإلكتروني؟



#### المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 05

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "05" نلاحظ أن عدم توفر وسائل الدفع الإلكترونية في المحلات التجارية يعتبر تحدياً رئيسياً يواجهه الأفراد عند محاولتهم استخدام الدفع الإلكتروني. حيث بلغت نسبة الأفراد الذين يواجهون هذا

التحدي 33%. وهذه أحد من بين الأسباب التي تعيق استخدام الدفع الإلكتروني حيث يجدون صعوبة في العثور على المحلات التجارية التي تقبل الدفع الإلكتروني ، قد يكون هذا سبب في احتياطهم لحمل النقود.

بالمقابل تبلغ "الأمان والحماية " نسبة (13%) بحيث يشعرون بالقلق من سرقة معلوماتهم المالية او الاحتيال عليهم ، قد يرجع هذا الى تجاربهم السابقة مع وسائل الدفع الإلكتروني.

#### 6.1 توزيع أفراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت

#### الجدول رقم 06: توزيع افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت

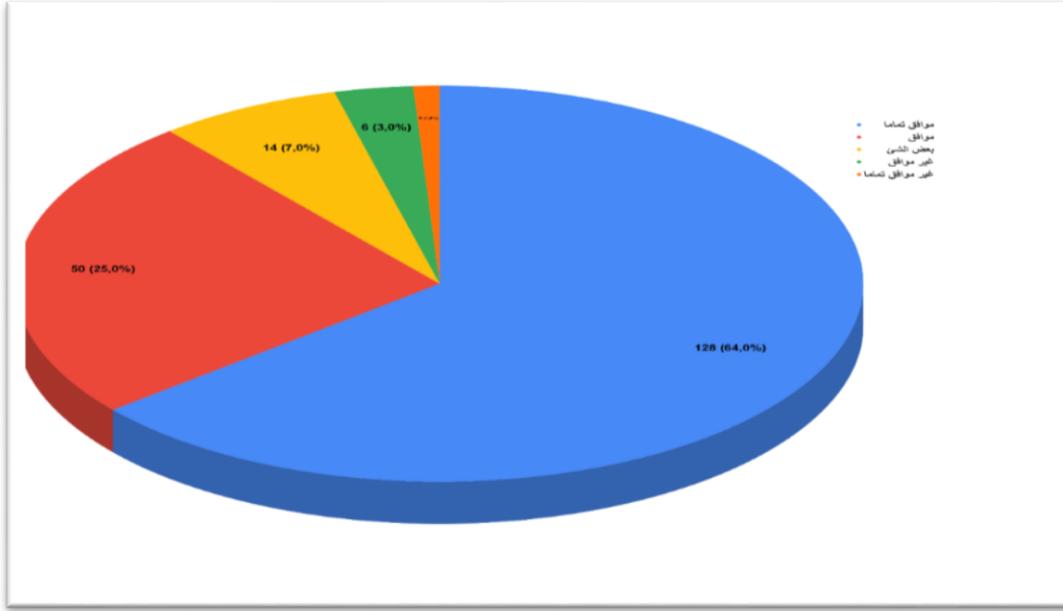
المجموع	غير موافق تماما	غير موافق	بعض الشيء	موافق	موافق تماما	العبارة
200	2	6	14	50	128	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت
100%	1.0	3.0	7.5	25	64	النسبة المئوية

#### المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 06 : تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت

## هل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت ؟



### المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 06

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "06" نلاحظ أن "موافق جدا" هي النسبة الأكبر هذا يعني أن الغالبية العظمى من المشاركين (64%) يؤكدون بشدة على أن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يسهم بشكل فعال في توفير الوقت والجهد، وتشير هذه النسبة أيضا إلى وجود مستوى عالٍ من الرضا أو التأييد لهذه الفكرة، تليها في الدرجة الثانية تقييم "موافق" حيث تبلغ 25%.

تُظهر لنا البيانات أن العينة المدروسة يميلون كثيرا للدفع الإلكتروني ويتفقون على أنها وسيلة فعالة لتوفير الوقت والجهد، مما يؤكد أن استخدام هذه الوسائل في المعاملات المالية أمر جيد.

### 7.1 توزيع أفراد العينة حسب استخدام تطبيق الكتروني لإجراء العمليات المالية

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت

### الجدول رقم 07: توزيع افراد العينة حسب استخدام تطبيق الكتروني لإجراء العمليات المالية

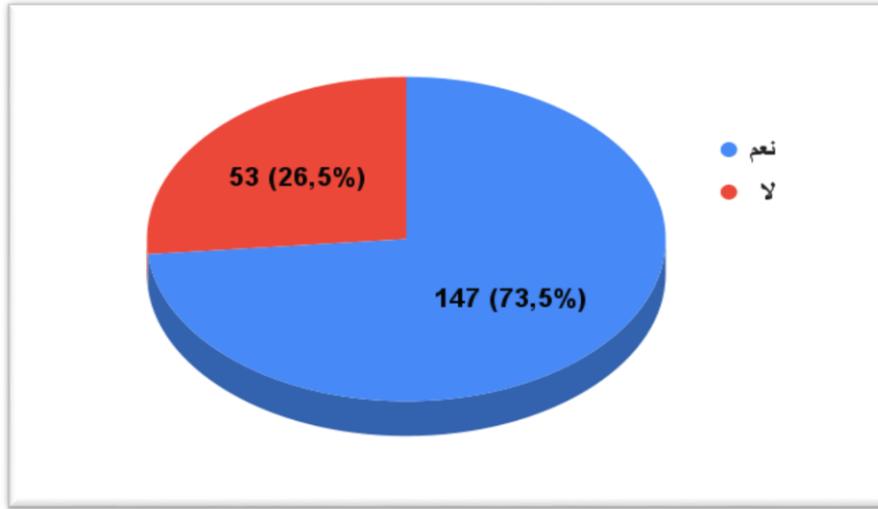
العبارة	نعم	لا	المجموع
استخدام تطبيق الكتروني لإجراء العمليات المالية	147	53	200
النسبة المئوية	73.5	26.5	100%

### المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 07 : تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب استخدام تطبيق الكتروني لإجراء العمليات المالية

هل سبق لك استخدام تطبيق الكتروني لإجراء العمليات المالية؟



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 07

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "07" نلاحظ أن نسبة كبيرة من العينة المدروسة استخدمت التطبيقات الإلكترونية لإجراء المعاملات المالية. حيث بلغت نسبة "نعم" 73.5%. وهذا يشير إلى انتشار واسع لهذه التطبيقات وقبولها من قبل الافراد، بالمقابل أكد 26.5% من المجيبين أنهم لم يستخدموا هذه التطبيقات لإجراء معاملات مالية عبر التطبيقات الإلكترونية بإجابتهم على "لا". لأسباب مختلفة وعديدة ربما منها الثقة والأمان أو قلة الوعي التكنولوجي.

### 8.1 توزيع أفراد العينة حسب تقييم التجربة الخاصة للمستخدمي للتطبيق الالكتروني

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب تقييم التجربة الخاصة لمستخدموا التطبيق الالكتروني

الجدول رقم 08 :توزيع افراد العينة حسب تقييم التجربة الخاصة لمستخدموا التطبيق الالكتروني

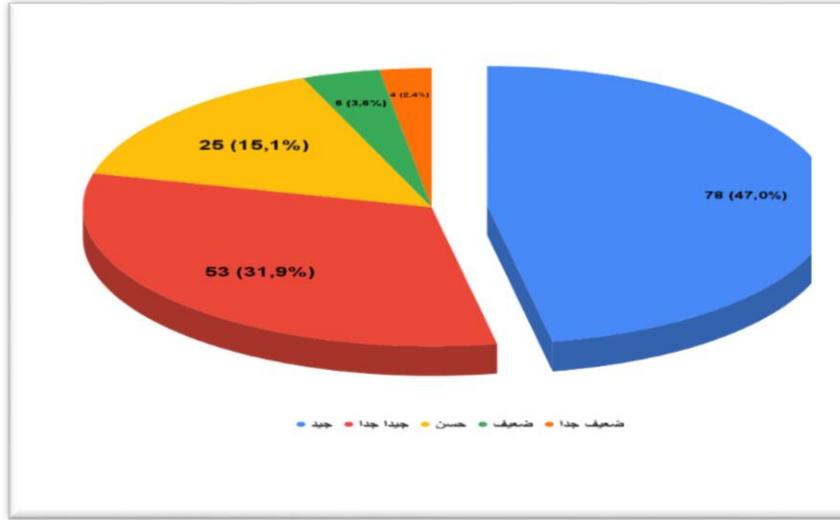
المجموع	ضعيف جدا	ضعيف	حسن	جيد	جيد جدا	العبارة
164	4	6	25	78	53	تقيمت التجربة الخاصة للمستخدموا التطبيق الالكتروني
100%	2.4	3.6	15.1	47	31.9	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 08 : تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب تقييم التجربة الخاصة للمستخدمين للتطبيق الالكتروني

ماهي تجربتك الخاصة في استعمال التطبيق الالكتروني؟



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 08

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "08" نلاحظ أن النسبة الأكبر تبلغ 47%، وتعبر هذه النسبة عن الفئة الأكبر من المستخدمين الذين قيموا تجربتهم الخاصة مع التطبيق الالكتروني على أنها "جيدة". تشير هذه النسبة إلى أن قرابة نصف المستخدمين يرون أن التطبيق الالكتروني يلبي رغباتهم بشكل كافٍ ، دون الوصول لدرجة الإعجاب التام، حيث تم تقييم "جيد جداً" بنسبة 31.9% تدل على درجة عالية من الرضا تجاه الوظائف والخدمات المقدمة من طرف التطبيق.

9.1 توزيع أفراد العينة حسب وسائل الدفع الالكترونية التي يتم إستخدامها بشكل رئيسي

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب وسائل الدفع الالكترونية التي يتم إستخدامها بشكل رئيسي

الجدول رقم 09 :توزيع افراد العينة حسب وسائل الدفع الالكترونية التي يتم إستخدامها بشكل رئيسي

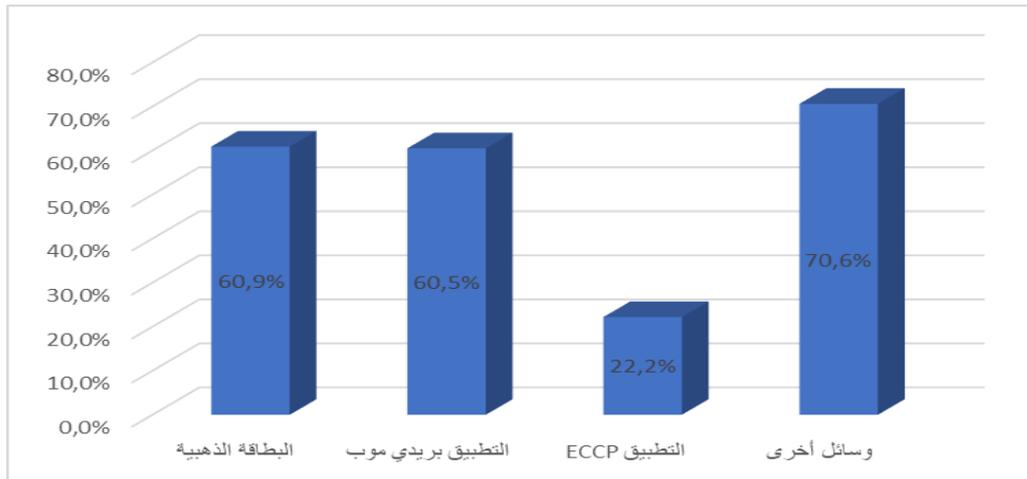
النسبة المئوية	وسائل الدفع الالكترونية التي يتم إستخدامها بشكل رئيسي	العبارة
70.6	141	البطاقة الذهبية
60.6	120	التطبيق بريدي موب
22.4	45	التطبيق ECCP
60.9	42	وسائل أخرى

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي:

الرسم البياني رقم 09 : تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب وسائل الدفع الالكترونية التي يتم إستخدامها بشكل رئيسي

ماهي وسائل الدفع الالكترونية التي تستخدمها بشكل رئيسي؟



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 09

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "09" نلاحظ أن 30% من العينة المدروسة يفضلون استخدام "وسائل أخرى" هذا يعني أن هذه الفئة من العينة يستخدمون وسائل أخرى بشكل رئيسي قد تشمل هذه الوسائل على سبيل المثال: الدفع النقدي، الشيكات، وسائل دفع تقليدية أو الكترونية أخرى .

بينما يفضل 16.5% استخدام البطاقة الذهبية كوسيلة رئيسية في الدفع . ونسبة 13.5% تفضل استخدام البطاقة الذهبية بالإضافة الى التطبيق بريدي موب، وهذا يشير الى أن معاملاتهم الأساسية تتم بين البطاقة الذهبية وبريدي موب.

### 10.1 توزيع أفراد العينة حسب تقديم الوسائل الدفع الالكتروني مستوى من الأمان

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب تقدم وسائل الدفع الالكتروني مستوى من الأمان

#### الجدول رقم 10 :توزيع افراد العينة حسب تقدم وسائل الدفع الالكتروني مستوى من الأمان

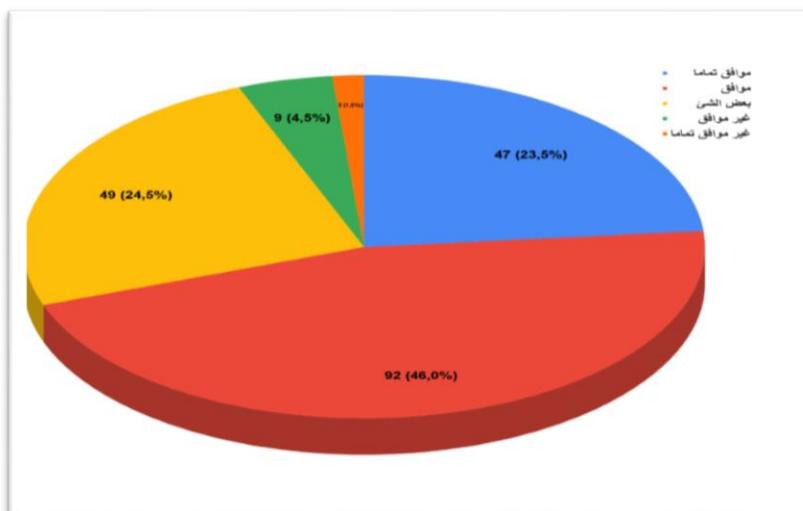
العبارة	موافق تماما	موافق	بعض الشيء	غير موافق	غير موافق تماما	المجموع
تقدم وسائل الدفع الالكتروني مستوى من الأمان	47	92	49	9	3	200
النسبة المئوية	23.5	46	24.5	4.5	1.5	%100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 10 : تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب تقدم وسائل الدفع الالكتروني مستوى من الأمان

هل تعتقد ان وسائل وسائل الدفع الالكتروني تقدم مستوى من الأمان؟



#### المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 10

استنادًا إلى البيانات الواردة في الجدول رقم " 10 "، يمكننا أن نرى أن نصف المستخدمين تقريبًا يعتقدون أن الدفع الإلكتروني يوفر لهم مستوى مقبول من الأمان بنسبة 46 % بإجابتهم على " موافق " يشير هذا إلى أنهم يرونها مناسبة لكنها ليست مثالية تمامًا ، حيث بلغت نسبة "غير موافق" 4.5% هذه النسبة تمثل نسبة ضئيلة من المستخدمين الذين يعتقدون أن وسائل الدفع الإلكتروني لا تقدم لهم مستوى كافٍ من الأمان. قد يعود هذا الرأي إلى تجارب سابقة سلبية أو مخاوف عامة من التعرض للاحتيال أو السرقة الإلكترونية

#### 11.1 توزيع أفراد العينة حسب قلق بشأن ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة الدفع في

##### المعاملات اليومية

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب قلق بشأن ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة الدفع في المعاملات اليومية

#### الجدول رقم 11: توزيع افراد العينة حسب قلق بشأن ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة

##### الدفع في المعاملات اليومية

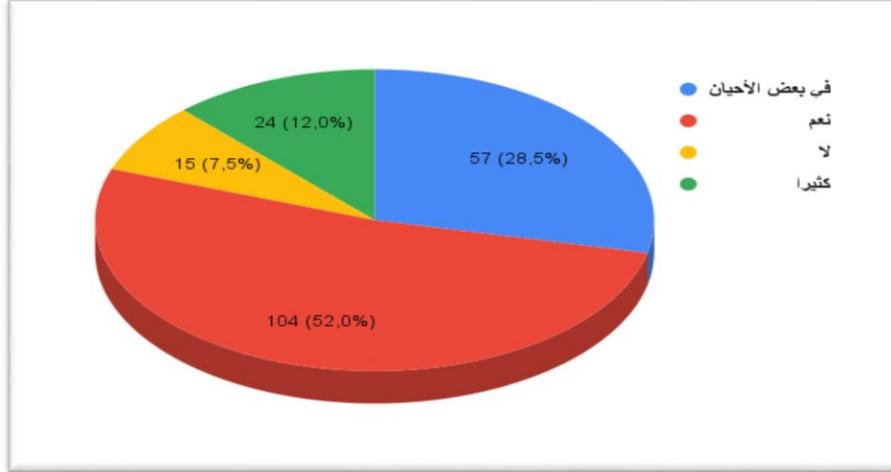
المجموع	لا	كثيرا	في بعض الأحيان	نعم	العبرة
200	15	24	57	104	قلق بشأن ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة الدفع في المعاملات اليومية
% 100	7.5	12	28.5	52.5	النسبة المئوية %

#### المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 12: تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب قلق بشأن ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة الدفع في المعاملات اليومية

هل يقلقك ادخال الرمز السري عند استخدام البطاقة الذهبية في حالة الدفع في المعاملات اليومية؟



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 11

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "11" نلاحظ أن هناك قلق واضح بين المستخدمين بشأن أمان استخدام الرمز السري للبطاقة الذهبية في المعاملات اليومية. تشير الاحصائيات إلى أن النسبة الأكبر، وهي 52% من العينة المدروسة، أفادوا بـ "نعم" بأنهم يشعرون بالقلق عند إدخال الرمز السري، تليها نسبة 28.5% "في بعض الأحيان" ربما يكون ذلك عند استخدام الرمز في بيئات يرونها أقل أمانًا أو مشبوهة، وهذا يثير قلقهم من إمكانية التجسس عليهم عند إدخالهم لرقم السري. حيث تبلغ "لا" نسبة 7.5% حيث لاتقلق هذه الفئة من استخدام الرمز السري على الإطلاق. قد يكون هذا بسبب ثقتهم العالية في الإجراءات الأمنية الحالية.

من جهة أخرى يمكن تفسير هذه النتيجة من منظور اخر يتمثل في عدم أريحية المستخدم لنظام عمل البطاقة بالرمز السري نتيجة لنسيانه على سبيل المثال.

12.1 توزيع أفراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الالكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الالكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة

الجدول رقم 12: توزيع افراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الالكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة

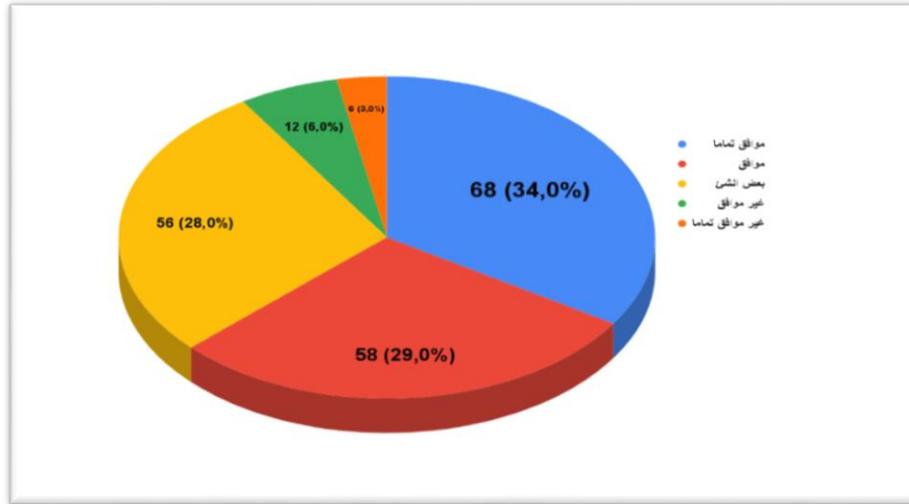
المجموع	غير موافق تماما	غير موافق	بعض الشيء	موافق	موافق تماما	العبرة
200	6	12	56	58	68	استخدام وسائل الدفع الإلكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة
100 %	3	12	28	29	34	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 12: تمثيل بياني لتوزيع أفراد العينة حسب استخدام وسائل الدفع الإلكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة

هل استخدام وسائل الدفع الإلكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة ؟



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم 12

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "12" نلاحظ أن 34% من المجيبين أجابوا بـ "موافق تماما" على أن وسائل الدفع الإلكترونية تساعد في تقليل الفساد والسرقة. هذه المجموعة تمثل النسبة الأعلى في الإجابة، ما يعكس قناعة قوية بفعالية هذه الوسائل ، حيث تتراوح اختيار "موافق" و "بعض الشيء" على التوالي بنسب تبلغ 29% ، 28% ، مما يشير

إلى أن هذه الفئة يتفقون مع فكرة أنها قد تكون صحيحة إلى حد ما، لكن ليس بالشكل القاطع نظرا للتطور الرهيب في التكنولوجيا

### 13.1 توزيع أفراد العينة حسب ماذا يفضل المستخدم، النقود الورقية او البطاقات الالكترونية ام الدفع عبر الهاتف

بالحساب البريدي

الجدول التالي يمثل عدد افراد العينة حسب ماذا يفضل المستخدم، النقود الورقية او البطاقات الالكترونية ام الدفع عبر الهاتف بالحساب المالي

الجدول رقم 13: توزيع افراد العينة حسب ماذا يفضل المستخدم، النقود الورقية او البطاقات الالكترونية ام

الدفع عبر الهاتف بالحساب البريدي

العبارة	تفضيلات المستخدم	النسبة المئوية %
الدفع عبر الهاتف بالحساب ا	93	45.5
البطاقات الالكترونية	83	41
النقود الورقية	42	20

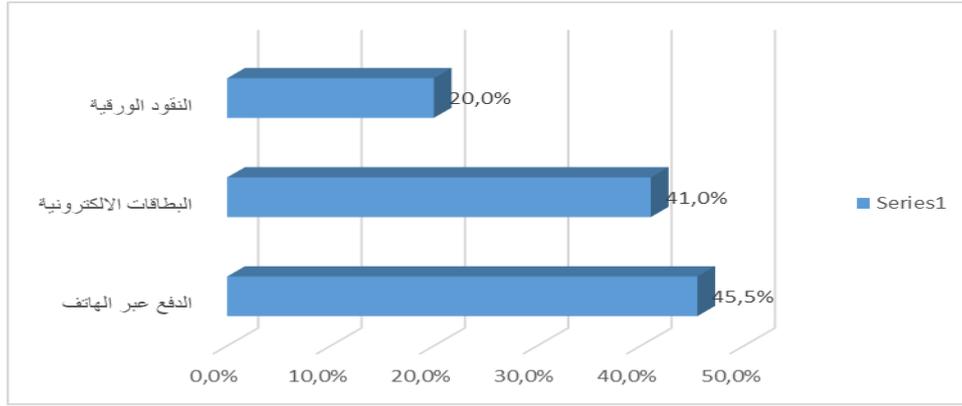
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على ملخص ردود الاستبيان

ويمكن توضيح هذه القيم من خلال الشكل التالي :

الرسم البياني رقم 13: تمثيل بياني لتوزيع افراد العينة حسب ماذا يفضل المستخدم، النقود الورقية او البطاقات

الالكترونية ام الدفع عبر الهاتف بالحساب البريدي

هل تفضل استخدام، النقود الورقية او البطاقات الالكترونية ام الدفع عبر الهاتف بالحساب البريدي؟



### المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول رقم 13

بناءً على البيانات الملخصة في الجدول رقم "13" نلاحظ أن قرابة النصف ما يبلغ 40.5 % على أنها تفضل الدفع عبر الهاتف ، تكمن تفضيلات الدفع على عدة عوامل مثل الراحة، والأمان، والتطورات التكنولوجية، ويمكن أن تختلف من شخص لآخر بناءً على هذه العوامل فمثلا 16.5 % من العينة يفضلون البطاقة الإلكترونية فقط ربما يرون ان هذه العوامل

تنطبق على هذه الوسائل ، وهناك 15% من العينة المدروسة يفضلون استخدام النقود في معاملاتهم المالية ، والتي قد تكون تفضيلهم بسبب العوامل الثقافية(العادات) أو رغبتهم في الحفاظ على الخصوصية المالية مما يجعلهم أكثر أمان والثقة.

### 14.1 المشاكل التي تم ذكرها من طرف أفراد العينة

سعيينا إلى تلخيص المشاكل التي يواجهها الأفراد في عمليات الدفع سواء الوسائل التقليدية أو الإلكتروني المتاحة من طرف البريد الجزائر و تم توضيحها بشكل موجز وواضح، حيث تمثلت هذه المشاكل فيما يلي:

#### عدم توفر القطع النقدية أحيانا (بالنسبة للتاجر والزبون):

- ✓ صعوبة إتمام المعاملات بسبب نقص الفكة.
- ✓ اضطرار الزبائن لشراء سلع إضافية للحصول على فكة.
- ✓ عدم ارجاع باقي النقود صحيحة للزبون .

#### سرقة الأموال أو ضياعها:

- ✓ فقدان الأموال عند حمل مبالغ كبيرة.
- ✓ تعرض الأفراد للسرقة في الأماكن العامة.

### **سرقة أو انكسار البطاقة الذهبية:**

- ✓ فقدان البطاقة مما يعطل الوصول إلى الحسابات المالية.
- ✓ انكسار البطاقة مما يتطلب وقتاً لاستبدالها.

### **ضياع الرمز السري لبطاقة الذهبية:**

- ✓ نسيان أو فقدان الرمز السري مما يؤدي إلى عدم القدرة على استخدام البطاقة.
- ✓ نسيان رقم الحساب الجاري عند ضرورة تحويل الأموال.
- ✓ استغراق الوقت في صنع بطاقة جديدة .
- ✓ مخاطر أمنية في حال تعرض الرمز السري للسرقة.

### **صعوبة الوصول إلى نقاط البيع الإلكتروني:**

- ✓ عدم توفر أجهزة نقاط البيع في جميع المحلات.
- ✓ مشاكل تقنية في أجهزة نقاط البيع تعطل عمليات الدفع

2. النتائج المتعلقة بالمقابلة :

جدول راقم (14): نتائج الدراسة

الإجابة	الاسم	الأسئلة
<p>✓ تحويل الأموال من خلال تطبيق الكتروني فقط</p> <p>✓ دفع الفواتير من المنزل دون الحاجة الى التنقل</p> <p>✓ تعبئة رصيد الهاتف في أي وقت</p> <p><b>التعليق:</b> نلاحظ من خلال هذه الأجوبة ان بريد الجزائر يسعى الى توفير خيارات الدفع الإلكتروني على المستخدمين وتسهيل الوصول إلى الخدمات المالية ببسر وسرعة.</p>	<p>فؤاد حاج براهيم <b>المنصب:</b> مسؤول العمليات البنكية والبريدية <b>قسم:</b> محاسبة مالية</p>	<p>س "01" : ماهي مميزات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي تقدمها مصلحة البريد في الجزائر؟</p>
<p>✓ ضياع الرمز السري</p> <p>✓ سرقة أو انكسار البطاقة الذهبية</p> <p>✓ طلب إعادتها عند السحب بالبطاقة والحساب يكون فارغ تتوقف البطاقة مؤقتا</p> <p><b>التعليق:</b> نلاحظ من خلال هذه الأجوبة ان معظم المشاكل تكون بسبب قلة الحذر و التركيز فلا بد من ان تكون هناك حملات توعية بشأن أهمية حفظ الرقم السري والابلاغ الفوري في حالة فقدانها او سرقته .</p>	<p>فؤاد حاج براهيم <b>المنصب:</b> مسؤول العمليات البنكية والبريدية <b>قسم :</b> خدمة الدفع الإلكتروني</p>	<p>س "02": ما هي أهم المشاكل التي تواجه مصلحة البطاقة الذهبية في مؤسسة البريد 01 نوفمبر؟</p>
<p>✓ صيانة دورية</p> <p>✓ رصد ومراقبة</p> <p>✓ فحص البرمجيات</p> <p>✓ تدريب الموظفين</p> <p>✓ خدمة العملاء</p> <p><b>التعليق:</b> نلاحظ من خلال هذه الأجوبة ان الإجراءات التي اتخذتها المصلحة للتعامل مع المشاكل التقنية تعكس التزامها بتوفير خدمات مالية آمنة و موثوقة لزيائنها.</p>	<p>إيمان رحولي <b>المنصب :</b> مسؤول العمليات البنكية والبريدية <b>قسم:</b> خدمة الدفع الإلكتروني</p>	<p>س "03": ما هي الإجراءات التي تتخذها المصلحة للتعامل مع المشاكل التقنية التي قد تواجه أجهزة الصراف الآلي أو النظم المالية؟</p>

<p>✓ التشفير بواسطة الرقم السري</p> <p>✓ استعمال الرقم السري خاطئ ل 3 مرات في الموزع الآلي تتوقف البطاقة مؤقتا الى غاية ايداع شكوى لإصلاحها</p> <p>✓ استعمال الرقم السري خاطئ ل 3 مرات في الجهاز TPE يؤدي الى حرق البطاقة وانتهاء صلاحيتها</p> <p><b>التعليق:</b> نلاحظ من خلال هذه الأجوبة ان هذه الإجراءات تعكس التزامهم الجاد بأمان بيانات الزبائن ، وهي خطوات إيجابية تساعد في بناء ثقة قوية مع زبائنهم.</p>	<p>حميد بلحسن</p> <p><b>المنصب:</b> قابض البريد</p> <p><b>قسم:</b> المحاسبة المالية</p>	<p>س "04": ما هي الإجراءات الأمنية التي تضعونها لحماية بيانات العملاء عند استخدام البطاقة الذهبية ؟</p>
<p>تثبت الاحصائيات أن أكثر وسائل الدفع استخداما تطبيق " بريدي موب " حيث بلغت متوسط الاستخدام اليومي 12000 معاملة، ومتوسط الشهري 3600000 مليون معاملة من حيث الدفع فقط.</p> <p><b>التعليق:</b> نلاحظ من خلال هذه الإحصائيات ان " تطبيق بريدي موب " الخيار المفضل لبعض المستخدمين في الدفع ، وهذا دليل على سهولة استخدامه مقارنة بغيره من الوسائل فالزبائن يبحثون عن تجربة دفع سلسة وأمنة .</p>	<p>حاج إبراهيم فؤاد</p> <p><b>المنصب:</b> مسؤول العمليات البنكية والبريدية</p> <p><b>قسم:</b> خدمة الدفع الإلكتروني</p>	<p>س "5" في رأيك، ما هي أكثر وسائل الدفع الإلكتروني شعبية بين الزبائن؟</p>
<p>هناك احتمال كبير بأن تحل وسائل الدفع الإلكتروني محل الطرق التقليدية للدفع في المستقبل القريب، وذلك لعدة أسباب:</p> <p>✓ التطور التكنولوجي السريع</p> <p>✓ التحول الرقمي</p> <p>✓ الانتشار الواسع للهواتف الذكية والإنترنت</p> <p><b>التعليق:</b> نلاحظ من خلال الأجوبة أن هذه النقاط تبين ان هناك تغيرات كبيرة في عادات الدفع المالي وتوجهات الزبائن نحو استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، من المتوقع أن تصبح الوسائل الدفع الإلكتروني هي الخيار الأفضل لدى الغالبية ، لكن ليس من المرجح أن تختفي الطرق التقليدية للدفع بالكامل.</p>	<p>إيمان رحولي</p> <p><b>المنصب:</b> مسؤول العمليات البنكية والبريدية</p> <p><b>قسم:</b> خدمة الدفع الإلكتروني</p>	<p>س"6" هل تعتقد أن وسائل الدفع الإلكتروني ستحل محل الطرق التقليدية للدفع في المستقبل القريب؟</p>
<p>✓ تسجيل ملاحظة حول الوقت والمكان الذي تمت فيه العملية.</p> <p>✓ الاحتفاظ بأي إيصال أو دليل يظهر محاولة السحب.</p>		

<p>✓ الاتصال بخدمة عملاء بريد الجزائر وتقديم الشكوى.</p> <p>✓ زيارة أقرب مكتب بريد الجزائر لتقديم شكوى رسمية وملء استمارة التظلم.</p> <p>✓ متابعة الحالة مع خدمة العملاء للحصول على استرداد المبلغ.</p> <p><b>التعليق:</b> نلاحظ من خلال هذه الأجوبة أن مؤسسة البريد تتبع الاجراءات والتدابير لضمان حقوق العملاء وحماية أموالهم في حالة حدوث اي خلل عند السحب من الموزع الآلي وهذا يعكس مستوى عالي من الامان والثقة في التعاملات المالية.</p>	<p>س"7" ماذا يجب على العميل فعله إذا تم خصم المبلغ من حسابه ولم يتم استلام النقود من الموزع الآلي؟</p> <p>حاج براهيم</p> <p><b>المنصب:</b> مسؤول العمليات البنكية والبريدية</p> <p><b>قسم:</b> خدمة الدفع الالكتروني</p>	<p>س"8" ماهو متوسط حجم المعاملات المالية البريدية عبر الشبائيك البنكية ؟</p> <p>ايمان رحولي</p> <p><b>المنصب:</b> مسؤول العمليات البنكية والبريدية</p> <p><b>قسم:</b> خدمة الدفع الالكتروني</p>
<p>✓ متوسط يومي من حيث السحب 86880 ألف الى 86917 ألف عملية سحب.</p> <p>✓ أما بخصوص الدفع مابين 21300 ألف الى 21328 ألف عملية دفع ، تشمل جميع البنوك في أنحاء الوطن.</p> <p>✓ متوسط شهري من حيث السحب والدفع لجميع البنوك حوالي 2,789,857 مليون.</p> <p><b>التعليق:</b> تشير الأجوبة إلى أن هناك بنية تحتية قوية وفعالة للمعاملات المالية عبر الشبائيك البنكية في ارجاء الوطن . نسبة هذه الخدمات تعكس رضا المستخدمين وثقتهم في النظام البنكي والبريدي، حيث يمكنهم الوصول بكل سهولة الى الخدمات المصرفية والبريدية المتنوعة بفضل انتشار فروعها في كل مكان .</p>		

المصدر: من إعداد الطالبة إعتاد على أجوبة موظفي مركز الوطني للشيكات

## خلاصة الفصل الثاني:

يمكننا استخلاص عدد من الاستنتاجات الهامة بعد استعراض وتقييم نتائج الدراسة الميدانية حول واقع الدفع الإلكتروني في مؤسسة بريد الجزائر أول نوفمبر . فقد أظهرت النتائج أن المؤسسة تساهم بشكل كبير في زيادة رضا الزبائن عن طريق توفير الوقت والجهد، مما يحقق إحدى الفرضيات الرئيسية للدراسة. وتأكيداً لهذه النقطة، أظهرت النتائج المقابلة أن التطبيقات الإلكترونية مثل "بريدي موب" تُستخدم بكثافة. ، حيث تحقق متوسط استخدام يومي مرتفع ومعاملات شهرية كبيرة. بالإضافة إلى ذلك، تميزت وسائل الدفع الإلكترونية بالأمان وسرية المعلومات، حيث تم تطبيق إجراءات صارمة مثل التشفير وإيقاف البطاقات مؤقتاً عند إدخال الرقم السري بشكل خاطئ.

لكن على الرغم من هذه الإيجابيات إلا ان بعض البيانات المستخلصة من الاستبيان والمقابلة اثبتت أن هناك مشاكل يواجهها الزبون في وسائل الدفع الإلكتروني من بينها سرقة أو انكسار البطاقة الذهبية و فقدان البطاقة مما يعطل الوصول إلى الحسابات المالية. والوقت الذي يتطلب إعادتها عند انكسارها أو احتراقها أو ضياع الرمز السري لها بالإضافة الى قلة وجود نقاط البيع الإلكتروني في المتاجر والمحلات ، لهذا من الضروري ان يأخذ البريد الجزائر هذه المشاكل بعين الاعتبار من اجل زيادة رضا الزبون.

### الخاتمة العامة

نظراً للتقدم السريع للتكنولوجيا واعتماد الناس المتزايد في المعاملات المالية، أصبحت خدمات الدفع الإلكتروني الآن ضرورية لتلبية احتياجات العملاء وتعزيز تجربتهم بشكل عام. وتحل مؤسسة بريد الجزائر مكانة مركزية في الحياة اليومية لمواطنيها باعتبارها المزود الرئيسي لخدمات البريد والتوزيع في البلاد. ومن خلال توفير خدمات الدفع الإلكتروني، فإنها تعزز قدرتها على تلبية احتياجات وتوقعات عملائها. من خلال إتاحة الدفع الإلكتروني، يستطيع بريد الجزائر توسيع قاعدة عملائه وتوفير تجربة أكثر شفافية وسهولة في الاستخدام، مما يزيد من ولائهم ومستوى رضاهم عن الشركة.

وبالتالي، فإن الدفع الإلكتروني ليس مجرد تحديث تكنولوجي بل هو استراتيجية تهدف إلى تعزيز الخدمات وتواصل العملاء مع بريد الجزائر وخدماته، مما يعزز مكانة الشركة كمؤسسة مالية رائدة تتمتع بالثقة في السوق المحلية. من المهم إدراك أن تطبيق التكنولوجيا الحالية ينطوي على أكثر من مجرد خطوة تقنية، إنه استثمار في تبسيط العمليات وتحقيق أهداف التوسع والتطوير. من هذه الزاوية، فإن تقديم خدمات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر هو جزء من الخطة لتحسين العلاقات مع العملاء وتعزيز الثقة في الخدمات المقدمة

تزداد راحة العملاء وسعادتهم بشكل عام بسبب قدرة هذه الخدمة على التعامل مع أموالهم وتنفيذ معاملاتهم المالية في أي وقت وفي أي مكان يختارونه. وبالإضافة إلى ذلك، قد يقدم بريد الجزائر المزيد من الخدمات المالية من خلال الدفع الإلكتروني، مثل المدفوعات الشهرية والتحويلات المالية، مما يجعله أكثر جاذبية كمركز مالي شامل.

باختصار يعتبر الدفع الإلكتروني في البريد الجزائر خطوة إيجابية تعكس من خلالها تلبية البريد لاحتياجات العميل وتحسين الخدمات المالية بكل سهولة وسرعة وتوفير تجربة مميزة للعملاء. يتيح الدفع الإلكتروني للبريد الجزائر الفرصة للتطور والتحول في عصر التكنولوجيا الرقمية.

في هذا الإطار، سنتناول مدى صحة الفرضيات معتمدين على البيانات المستخلصة من الدراسة الميدانية التي أجريناها في مؤسسة بريد الجزائر " أول نوفمبر " مستندين إلى الأدلة المجمعّة من الاستبيان والمقابلة.

➤ **الفرضية التي مفادها "تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في زيادة رضا العملاء من خلال توفير الجهد والوقت" محققة.**

ساهم الدفع الإلكتروني في زيادة رضا الزبائن من خلال تبسيط وتسريع عمليات الدفع وجعلها أكثر أماناً من الطرق التقليدية لإجراء الدفع، فإنها تعزز رضا المستهلكين من خلال توفير الوقت والجهد. ولتأكيد هذه الفرضية كما يلي:

- ✓ **التوفير الوقت و الجهد:** يمكن للعملاء إتمام معاملاتهم المالية بسرعة وببساطة عبر الإنترنت أو من خلال تطبيقات الهواتف الذكية من خلال المدفوعات الإلكترونية. وتمكنهم أيضاً من إجراء الدفع والتحويلات بخطوات قليلة وسهلة دون الحاجة إلى زيارة البنوك أو البريد، مما يوفر عليهم الوقت والجهد الذي كانوا سيبدلونه في التنقل والانتظار.
- ✓ **السرعة والفعالية:** يتيح الدفع الإلكتروني للعملاء إجراء المعاملات في أي وقت وفي أي مكان يناسبهم، مما يلغي الحاجة إلى تأكيد المواعيد أو مواقع محددة. وهذا يعزز من راحتهم ويجعل تجربتهم أفضل بشكل عام من خلال تمكينهم من إجراء الدفع والتحويلات على الفور وفي أي وقت يناسبهم.

تم الوصول الى هذه النتيجة بناءً عن السؤال رقم "04" و "06" ، "08" من الاستبيان .

والسؤال رقم "01" و"08" من المقابلة .

➤ الفرضية التي مفادها " تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بالأمن وسرية المعلومات " محققة.

بشكل عام يساهم الدفع الإلكتروني في تقليل من احتمالية الاحتيال والسرقة من خلال توفير بيئة مالية آمنة يمكن الاعتماد عليها. وهذا يزيد من الثقة في استخدام التكنولوجيا المالية ويضمن أمن المعاملات المالية لكل من الشركات والمستخدمين. ولتأكيد هذه الفرضية كما يلي :

- ✓ آليات الأمان المتقدمة: تساعد ميزات الأمان المتقدمة الموجودة في طرق الدفع الإلكتروني، مثل التحقق من الهوية والتشفير، في حماية التحويلات المالية وبيانات المستخدمين من الاختراقات الإلكترونية .
- ✓ تتبع المعاملات والسجلات الإلكترونية: أتاحت تقنيات الدفع الإلكتروني إمكانية تسجيل كل معاملة بشكل صحيح وتتبعها بسهولة من خلال السجلات الإلكترونية. وهذا يسهل الكشف عن أي احتيال أو سلوك غير قانوني والتعامل معه بشكل أسرع وأكثر كفاءة.
- ✓ تقليل الدفع النقدي: يقلل العملاء من خطر السرقة والضياع عن طريق اختيار طرق الدفع الإلكترونية بدلاً من حمل النقود المعدنية والورقية.

تم الوصول الى هذه النتيجة بناءا عن السؤال "10" و "12" من الاستبيان.

والسؤال رقم "03" و"04" "07" من المقابلة .

➤ الفرضية التي مفادها " يمكن استحداث تطبيق لحل المشاكل المترتبة عن الدفع الإلكتروني المتوفر في البريد الجزائر " محققة

يمكن أن نقول اننا وجدنا حلا لتقليل من المشاكل التي يعاني منها العملاء في عملية الدفع في المتاجر والمحلات ، وهو تطبيق إلكتروني "وايز باي" في هذا التطبيق لم يعد هناك الحاجة إلى القطع النقدية أو حمل البطاقات الإلكترونية، وذلك باستخدام هواتفهم الذكية فقط ، و الهدف منه إعطاء تجربة جديدة للمستخدم.

تم الوصول الى هذه النتيجة من خلال دراسة السوق بناءا عن السؤال "13" من الاستبيان .

من خلال الفرضيات السابقة نلاحظ أن "وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر تساهم في تعزيز رضا الزبائن"، لكن بشكل محدود بسبب بعض المشاكل التي تواجههم في استخدامها. لذلك، يُصبح من الضروري تحسين هذه الوسائل من خلال إضافة ميزات تُقلل من هذه المشاكل، مما سيؤدي إلى زيادة ملحوظة في مستوى رضا الزبائن.

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في :

- ✓ يعتبر البريد الجزائر أهم القطاعات التي تساهم في تطور البلاد .
- ✓ أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن هناك زيادة كبيرة في معدلات الاستفادة من خدمات بريد الجزائر في وسائل الإلكترونيّة .
- ✓ تعزيز التصور الإيجابي للبريد الجزائر كمؤسسة متطورة وحديثة من الناحية التكنولوجية.

- ✓ بفضل تقنيات الدفع الإلكتروني الحديثة، يمكن استخدام خدمات بريد الجزائر بمستوى عالي من الثقة والأمان (حسب تجارب الإيجابية للمستخدمين في الدراسة الميدانية).
- ✓ التفاعل بريد الجزائر مع زبائنه من خلال منصات الدفع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ ضرورة اعتماد مؤسسة البريد الجزائر على مزيد من أشكال الرقمنة لتحسين خدماتها أكثر.
- ✓ الأخذ الوقت بعين الاعتبار للشكاوي التي تصل من طرف المستخدمين بشأن مشاكل البطاقة الذهبية حيث تأخذ كل طلبية 15 يوم من أجل إصلاح الخلل .
- ✓ الطلب على تقنية الدفع عبر الهاتف، كشفت الدراسة عن رغبة كبيرة لدى العملاء في توفير تقنية الدفع عبر الهاتف مباشرة في المحلات والمتاجر. يفضل العملاء هذه التقنية لأنها تسهل عملية الدفع وتقلل من المخاطر والمشاكل المرتبطة بفقدان أو تلف البطاقات أو نسيان الرمز السري.
- ✓ استحداث تطبيق إلكتروني للدفع عبر " ويفي" في المتاجر والمحلات من أجل تقليل من المشاكل التي يواجهها الزبون في الدفع .

#### التوصيات:

- بناء على قطاع البريد بشكل عام، هنا بعض التوصيات المهمة:
- ✓ **تعزيز تجربة العميل:** لابد من المؤسسة التطوير أكثر والتحسين من عمليات الدفع الإلكتروني لضمان ان تكون سهلة الاستخدام وسلسة، ويمكن تحقيق ذلك من خلال تقديم مجموعة متنوعة أكثر من خيارات الدفع الإلكتروني في البريد والمحلات مع توفير واجهات بسيطة ومبهجة.
- ✓ **استجابة لملاحظات العملاء:** من أجل إرضاء توقعات الزبائن وتعزيز سعادتهم، تحتاج المؤسسة إلى الاهتمام بملاحظات العملاء وتحسين عملية الدفع الإلكتروني باستمرار بناءً على تلك الملاحظات.
- ✓ **الاستثمار في التكنولوجيا:** يجب على الشركات القيام باستثمارات تكنولوجية من أجل إنشاء أنظمة دفع إلكترونية متطورة وتوفير مستويات عالية من الأمان.
- ✓ **الاستجابة لتطلعات الجيل الجديد:** يمكن أن توجد اختلافات بين الأجيال في تفضيلات وتوقعات الدفع. يجب أن تتكيف الشركات مع احتياجات جيل الشباب من خلال توفير الدفع عبر الهاتف المحمول.

#### أفاق البحث :

- ✓ تأثير استخدام تطبيقات الدفع الجوّالة على سلوك الشراء ورضا العملاء في قطاع التجزئة.
- ✓ التحول نحو الدفع الرقمي: دراسة استقصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني وتجربة العملاء في الدول النامية.
- ✓ دور الأمان والخصوصية في بناء الثقة ورضا العملاء على وسائل الدفع الإلكتروني

## المراجع

الكتب :

اللغة الفرنسية :

1. Belmadani Abdellah.Monnaie et systèmes de paiement mutations, enjeux et risques. Editions Le Harmattan. 2019
2. Gei ben Didier, Flouriot Français, Duchame Hervé « Cartes de paiement », Edition RB, 2011
3. Harkinampal Singh, the Importance of Customer Satisfaction to Customer Loyalty and Rétention, U.C.T.I. 2006

اللغة العربية:

4. الحاشية العبادي والآخرين، إدارة علاقات العملاء، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018
5. الدكتور ميرة محمد حبابية، دار اليازوري لنشر والتوزيع، 2022
6. رمزي محمود، النقود والبنوك الإلكترونية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2022
7. سليمان زيدان، إدارة الجودة الشاملة. الجزء الأول، الفلسفة ومداخل العمل، دار المناهج لنشر والتوزيع، 2010
8. طال عبد العال محاذ، التجارة الإلكترونية الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الدار الجامعية، القاهرة، الطبعة الثانية، مصر، 2008
9. الطائي رعد عبد الله وعيسى كدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر والتوزيع العلمي، طبعة عربية، طبعة عربية، عمان، الأردن، 2008
10. عدنان بن جمعان بن محمد الزهراني. "قواعد التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي"، الطبعة الأولى، دار العلم، 2009
11. فريد بايبر، وشون ميرفي، علم التشفير، دار الهنداوي، 2022.
12. محمد عبد الحسن الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2010،
13. محمود إبراهيم نور و آخرون ، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسرة ، الطبعة الاولى ، عمان ، 2012 ،
14. مفتاح صالح، معارف فريدة ، البنوك الإلكترونية، منتدى موجه ادارة الأعمال، بسكرة، 2010،
15. نضال سليم ابراهيم. "قواعد عقود التجارة الإلكترونية"، دار الثقافة طبعة وتوزيع، 2010

## المجلات

### اللغة الفرنسية :

16. Sharareh Mansouri Jajae, Evaluating the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Australian Car Industry, International Conference in Economics, Business Innovation, Singapore, 2012.
17. Bencherif Samia. Mokrani Abdelkrim L'incidence de la pandémie du Coronavirus sur l'utilisation Revue Chercheur Economique/ des moyens de paiement électronique en Algérie. Volume 9 (N1) 2022,
18. Benmdani Sadika. Les Moyens de Paiement Electronique en Algérie : Etat des lieux et Perspectives Electronic Payment Means in Algeria: Status and Perspectives. VOLUME: 16/ N°: 01(2022).

### اللغة العربية :

19. حمدي فؤاد العطار و حوراء تمار مهدي حسن، التسويق الداخلي وجودة الخدمة وأثره على رضا العملاء، مجلة كربلاء العلمية. المجلد الثالث عشر، 2015.
20. مراد محبوب، قرقب مبارك، التحويلات المالية عبر الهواتف المحمولة، بين المتطلبات والتحديات، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 07 العدد 3، 2018.

### المذكرات :

### اللغة الفرنسية :

21. Djafri Ouardia. Kariche Saliha. L'adoption du e-paiement au sein des PME Algériennes -Une étude discriptive pour 100 PEM, Tizi Ouzou. 2023

### اللغة العربية :

22. بن كسرات مصطفى. بن حوى بلال. دور بطاقات الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المالية. رسالة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم المالية والمحاسبة. جامعة المدينة، 2022.
23. بو النعيمة لمين وعزيز يوسف، أثر التسويق السياحي على رضا العملاء "دراسة حالة وكالة مديحة للسفر والسياحة"، مذكرة إضافية لنيل درجة الماجستير الإدارة (م.د)، تخصص تسويق الخدمات، مركز حافظ بو الصوف الجامعي، ميله، 2018
24. بو عنان نور الدين: "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء"، رسالة ماجستير، تخصص علوم إدارية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2007.

25. قروي إسلام وغازي محمد، "أثر جودة الخدمة على رضا الزبون"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2015 .
26. مبروكي سارة، دور وسائل الدفع الحديثة في إدارة وتطوير العمليات المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة المدية، الجزائر، 2012.
27. ناصر فارس، مساهم في جودة الخدمة المدركة على رضا العملاء، دراسة حالة شركة موبيليس، مذكرة تخرج ماستر، التسويق العالمي، بسكرة، 2017.

الموقع إلكتروني :

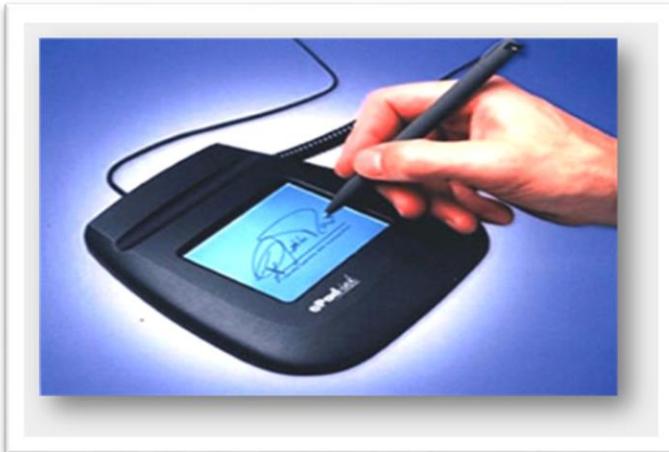
28. <https://www.poste.dz/>

## الملاحق



الملحق رقم (02) : البطاقة التلامسية

الملحق رقم (01) : بطاقة الائتمان



الملحق رقم (04) : التوقيع القلم الالكتروني

الملحق رقم (03) : البطاقة اللاتلامسية



الملحق رقم (06) : الجهاز الالكتروني

الملحق رقم (05) : البطاقة الذهبية



الملحق رقم (08): الموزع الآلي



الملحق رقم (07) : TPE MOBILE

Version: 1.0.2.1

بريدي

Your Phone Number:  
0 X XX XX XX XX

Your Card Number:  
XXXX XXXX XXXX XXXX

Expiration Date:  
MM/YY

By App  
Continue

By entering the application you confirm your agreement to the Privacy policy.

Log In Find News Contact Info



الملحق رقم (09): التطبيق بريدي موب



الملحق رقم (11) : تطبيق



الملحق رقم (10):خدمات التطبيق بريدي موب

الملحق رقم (12) : رابط الاستبيان

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VVN3Ov4zqmV1y1mdwtdt393x43ujdmv567gB77MglJs/edit?usp=drivesdk>

الملحق رقم ( 13 ) : نموذج المقابلة التي تمت مع موظفي مؤسسة بريد الجزائر أول نوفمبر ساحة الشهداء بالعاصمة

## الأسئلة

س "01": ماهي ميزات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي تقدمها مصلحة البريد في الجزائر؟

س "02": ما هي أهم المشاكل التي تواجه مصلحة البطاقة الذهبية في مؤسسة البريد 01 نوفمبر؟

س "03": ما هي الإجراءات التي تتخذها المصلحة للتعامل مع المشاكل التقنية التي قد تواجه أجهزة الصراف الآلي أو النظم المالية؟

س "04": ما هي الإجراءات الأمنية التي تضعونها لحماية بيانات العملاء عند استخدام البطاقة الذهبية؟

س "5": في رأيك، ما هي أكثر وسائل الدفع الإلكتروني شعبية بين الزبائن؟

س "6": هل تعتقد أن وسائل الدفع الإلكتروني ستحل محل الطرق التقليدية للدفع في المستقبل القريب؟

س "7": ماذا يجب على العميل فعله إذا تم خصم المبلغ من حسابه ولم يتم استلام النقود من الموزع الآلي؟

س "8": ما هو متوسط حجم المعاملات المالية البريدية عبر الشبايبك البنكية؟

## فهرس المحتويات

الجزء الأول:تقديم مذكرة تخرج تحت عنوان "تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبون"دراسة حالة - بريد الجزائر أول نوفمبر ساحة الشهداء –

اهداء

شكر و عرفان

قائمة الأشكال

قائمة الرسومات البيانية

قائمة الملاحق

قائمة الجداول

ملخص

المقدمة العامة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني ورضا الزبون

- 07.....المبحث الأول: عموميات حول وسائل الدفع الإلكتروني.....07
- 07.....المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية ودورها.....07
- 07.....1. تعريف ودور وسائل الدفع الإلكتروني.....07
- 07.....2. مزايا و عيوب طرق الدفع الإلكتروني.....07
- 09.....المطلب الثاني: خصائص وأنواع وسائل الدفع الإلكتروني.....09
- 10.....1 . خصائص وسائل الدفع الإلكتروني.....10
- 10.....2 . أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.....10
- 11.....المطلب الثالث: تقييم كفاءة وسائل الدفع الإلكتروني.....11
- 11.....1 . عوامل النجاح وفشل وسائل الدفع الإلكتروني.....11
- 16.....2 . الحلول المقترحة لوسائل الدفع الإلكتروني.....16
- 18.....المبحث الثاني: أساسيات رضا الزبون.....18
- 19.....المطلب الأول: ماهية رضا الزبون.....19
- 19.....1 . تعريف ومعايير رضا الزبون.....19

20.....	2 . مستويات رضا الزبون.....
22.....	المطلب الثاني: قياس رضا الزبون.....
22.....	1 . تعريف وأهداف قياس رضا الزبائن.....
23.....	2 . أدوات قياس رضا الزبون.....
26.....	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على رضا الزبائن في استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.....
24.....	1 . العوامل المؤثرة على رضا الزبون .....
25.....	2 . تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبائن.....
الفصل الثاني: أثر وسائل الدفع الإلكتروني على رضا الزبائن ببيروت الجزائر	
31.....	المبحث الأول: تقديم مؤسسة بريد الجزائر.....
31.....	المطلب الأول: تعريف مؤسسة بريد الجزائر وهيكلها التنظيمي.....
31.....	1 . تعريف مؤسسة البريد الجزائري المديرية العامة direction générale.....
31.....	2 . تعريف الفرع أول نوفمبر .....
33.....	3 . الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر.....
34.....	المطلب الثاني: مهام والخدمات المؤسسة البريد الجزائر وأهدافها.....
34.....	1 . المهام مؤسسة البريد الجزائر.....
35.....	2 . الخدمات مؤسسة البريد الجزائر.....
37.....	3 . أهداف مؤسسة البريد الجزائر.....
40.....	المطلب الثالث: تأثير وسائل الدفع بريد الجزائر على رضا الزبون.....
40.....	1 . تأثير البطاقة الذهبية على المعاملات الإلكترونية ورضا الزبائن.....
41.....	2 . تأثير التطبيق الإلكتروني بريدي موب على المعاملات الإلكترونية ورضا الزبائن .....
42.....	3 . تأثير التطبيق الإلكتروني حساب الجاري البريدي على المعاملات الإلكترونية ورضا الزبائن.....
43.....	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.....
43.....	المطلب الأول: اختيار العينة وأداة الدراسة.....
43.....	1 . إختيار العينة.....
43.....	2 . أداة الدراسة .....

44.....	المطلب الثاني : دراسة تحليلية
44.....	1 . تحليل بيانات الاستبيان
62.....	2 . تحليل بيانات المقابلة
66.....	الخاتمة العامة
70.....	المراجع
74.....	الملاحق

