

تحديث و عصرنة خدمات مؤسسة بريد الجزائر في ظل معطيات الاقتصاد الرقمي

كبير فتيحة¹، أستاذة مساعدة صنف "أ"، المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان؛سماحي أحمد²، أستاذ محاضر صنف "أ"، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة تلمسان

ملخص

تمكّنت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من إحداث أثر عميق في نمط و سيورة كافة أوجه النشاط الاقتصادي سواء على المستوى الكلي، أو في ما يخص الوحدات الاقتصادية. هذا القطاع الاقتصادي الرابع الذي تمكّن من نقل الاقتصاد من وضعيته التقليدية إلى وضعية جديدة ألا وهي الاقتصاد الرقمي.

بذلك و جدت مؤسسة بريد الجزائر نفسها أمام تحديات و رهانات هذا العصر الاقتصادي الجديد، فإما أن تستغل فرصه و مزياءه، و إما أن تخدّف و تتلاشى في خضم التزايد الكبير و المستمر لشدة المنافسة ضمن قطاعها. بالأخص أنّ خدماتها تملك إستجابة فائقة لتطبيقات معطيات الاقتصاد الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي، تحديث و عصرنة، الخدمات، مؤسسة بريد الجزائر.

résumé

La Technologie de l'information et de la communication a réussi pour faire un impact profond sur le type et le processus de tous les aspects de l'activité économique, tant au niveau macro, ou en unités économiques. Ce quatrième secteur économique, qui a changé l'économie de sa position traditionnelles à une nouvelle position, qui est l'économie digital.

Et donc, L'Algérie Poste c'est trouvées devant des défis de cette nouvelle ère économique, dans e cas , soit elle exploite leurs opportunités et avantages, soit annule et se quitte au milieu de la grande augmentation et la concurrence au sein du secteur. En particulier, ses services ont une haute réponse pour les applications des données de l'économie digital.

Mots clés: économie digital, rénovation et de modernisation des, services, Algérie Post

مقدمة:

عرفت مؤسسة بريد الجزائر إصلاحات عميقة وجريئة في الآونة الأخيرة، و قد شملت هذه الإصلاحات هياكل هذه المؤسسة، أنماط تسييرها و كذا عصرنة و تحديث خدماتها بما يتناسب مع معطيات السوق الحديثة، هذه السوق التي سجّلت تنامي فائق في إستعمال أجهزة و طرق تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، و بالتالي إستطاعت خلق إقتصاد جديد معروف بالاقتصاد الرقمي، فما وقع هذا الإقتصاد على هذه المؤسسة بشكل عام؟ و خدماتها بشكل خاص

¹ kebimag@yahoo.fr

²

I. الاقتصاد الرقمي

عرف الاقتصاد مراحل عديدة، ناتجة أساسا على بروز قطاعات جديدة ضمنه أو عن إعادة ترتيب هذه القطاعات على الأقل. فمن الاقتصاد الزراعي إلى الثورة الصناعية فالاقتصاد الخدمي و أخيرا الاقتصاد الرقمي.

1. تعريف الاقتصاد الرقمي: أُطلق على الاقتصاد الحديث عدّة تسميات، رغم أنّ أصلها واحد. على غرار الاقتصاد الرقمي، الاقتصاد المعرفي و الاقتصاد الإلكتروني و غيرها، و أساسا على ذلك يعرف:

بأنه: "الاقتصاد القائم على الانترنت أو اقتصاد الواب Web، وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقمين و الشركات الرقمية، التكنولوجيا الرقمية، و المنتجات الرقمية"³؛

كما و يعرف أيضا بأنه: "التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال من جهة، وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما"⁴.

و بالتالي يمكن تعريف الاقتصاد الرقمي بشكل عام بأنه: اقتصاد سمته الرئيسية توظيف و استغلال آخر ما تتوصل إليه التكنولوجيات الحديثة في مجال المعلومات و الاتصال ضمن إطار عمل شبكي عالمي. شعاره الأساسي الابتكار، الرقمنة، التحديث و التجديد و الإختراع وفق مبدأ الاستثمار المعرفي المستمر.

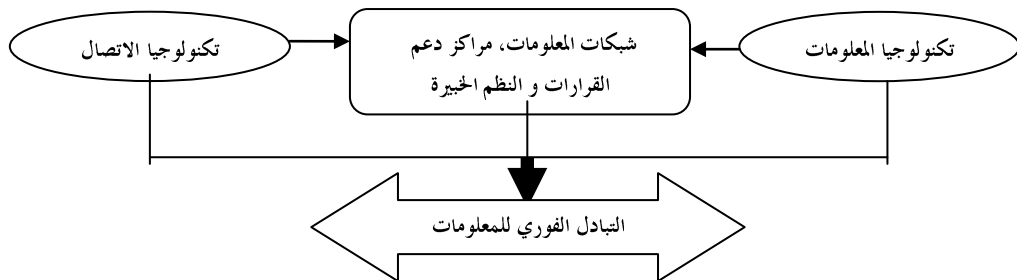
و بالتالي نلمس جيّدا أثر تأثير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، بالقدر الذي إستطاعت به إحداث نقلة نوعية من الإقتصاد الكلاسيكي نحو إقتصاد حديث و جديد.

2. عناصر الاقتصاد الرقمي

بطبيعة الحال، الاقتصاد الرقمي جاء نتيجة ميلاد قطاع جديد، ألا و هو قطاع المعلومات و المعرفة كقطاع رابع ضمن الاقتصاد ككل و أيضا بفضل إعادة هيكلة في العناصر التقليدية للاقتصاد

و يمكن تصوير الهيكل الجديد للاقتصاد الرقمي من خلال الشكل الموالي:

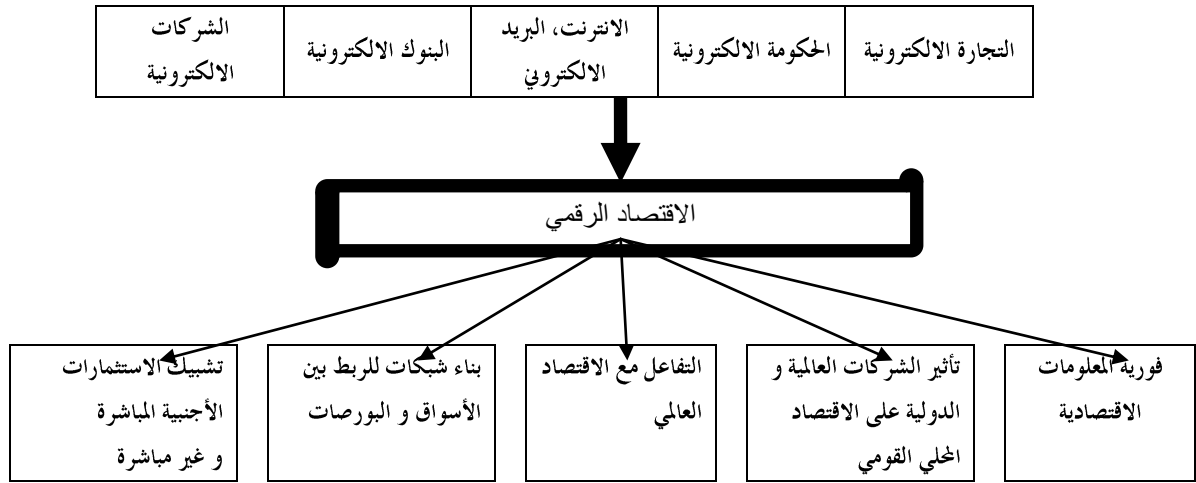
الشكل رقم 1 : عناصر الاقتصاد الرقمي



³ نجم عبود نجم، "الإدارة الإلكترونية الاستراتيجية و الوظائف و المشكلات"، دار المريخ، المملكة العربية السعودية،

2004، ص8

⁴ فريد النجار، "الإقتصاد الرقمي"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، مصر، 2007 ص25



المصدر: فريد نجار، "الاقتصاد الرقمي"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص30

من الشكل أعلاه يتبين أن قاعدة الاقتصاد الرقمي و أساسه هي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و ما ينتج عنها من نظم معلومات، قواعد و مراكز دعم القرارات و أيضا النظم الخبيرة. من جانب آخر التحديد الواقعي لهذه المفاهيم تحدد في رقمه كافة المجالات من تجارة و أعمال إلكترونيين، الإدارة و الحكومة الإلكترونية البنوك الإلكترونية و أيضا المؤسسات الإلكترونية لمواجهة الزبون الإلكتروني. بما شكّل المفهوم الحالي للاقتصاد الإلكتروني الرقمي الذي استطاع توفير العديد من المزايا عل غرار توحيد السوق العالمية و إلغاء القيود الزمنية و الجغرافية التي كانت معروفة سابقا سواء بالنسبة لأسواق السلع و الخدمات، الأسواق المالية و كذلك سوق الاستثمار.

3. التطبيقات الميدانية للاقتصاد الرقمي

مما سبق، تبين أن استغلال أجهزة و تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، سواء في شكل البنى التحتية (Infrastructure) من تجهيزات و شبكات العمل و التواصل بأنواعها، سرّع في ميلاد أنماط جديدة للأعمال و السلوكيات الاقتصادية و لعل أهم هذه التطبيقات:

- ✓ التجارة الإلكترونية **E - Commerce**: و تعرف بأنها " كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الإنترنت بصفة إجمالية أو جزئية، كالتزود بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا، ويتم التسديد إلكترونيا سواء، بصك ورقي عند التسليم، أو بطرق أخرى"⁵
- و بالتالي نقول أن التجارة الإلكترونية إذا ما تمت بشكل جزئي أو كلي عبر المسار الإلكتروني المباشر "Online".
- و يمكن التفصيل في هذا الصدد بين أربعة أنواع وفق طريفي التبادل لهذه العملية
- التجارة الإلكترونية بين شركة و شركة B⁶ 2 B: و هي أكثر التجارة الإلكترونية شيوعا، أين تتعامل المؤسسات مع مورديها و زبائنها من الشركات عن طريق شبكات الاتصال الإلكترونية سواء في إيداع الطلبات، عرض المنتجات و الخدمات، كتالوجات الأسعار و غيرها؛
- التجارة الإلكترونية بين الشركات و زبائن B⁷ 2 C: و هي أن يقوم فرد عادي "Particulier"، باقتناء سلعة أو خدمة من مؤسسة ما إلكترونيا؛

⁵ عامر محمد محمود، " التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 ص30

⁶ Business to Business

- التجارة الإلكترونية بين الشركات و الإدارة (حكومية) ⁸ B 2 A : هي عبارة عن مجموع الإجراءات التي تقوم بها المؤسسات لتسوية التزاماتها و واجباتها تجاه الإدارة المحلية كالجباية مثلا على أن تتم إلكترونيا؛
 - التجارة الإلكترونية بين الزبائن والإدارة ⁹ A 2 C : و تغطي جميل التعاملات الإلكترونية التي يقوم بها الأفراد العاديين و الهادفة لتسوية وضعيتهم تجاه الإدارات الحكومية كتسديد الضرائب مثلا.
 - ✓ الحكومة الإلكترونية E - Gouvernement: بمعنى رقمنة الأجهزة و المكاتب الحكومية، فليجأ المتعاملون مع هذه المكاتب إلى الطرق الإلكترونية سواء في طلب، إستخراج الوثائق المدنية و الشخصية من جهة. و كذلك الإطلاع و دفع المستحقات الحكومية المفروضة و المترتبة عليهم (الضرائب و الرسوم) و وفق طرق إلكترونية عبر ما يعرف بالمنصات الإلكترونية.
 - ✓ البنوك الإلكترونية E - Benking: هي أن تقوم البنوك برقمنة مختلف خدماتها الكلاسيكية بما يتيح توفيرها المطلق عبر الزمان و المكان.
 - ✓ التسويق الإلكتروني E - Marketing: هو تطبيق سلسلة واسعة من تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بهدف إعادة تشكيل إستراتيجيات التسويق، تفعيل التخطيط و كذلك إبتكار تبادلات تفي بحاجات الأفراد و المؤسسات المستهلكة¹⁰؛
 - ✓ الاستثمار الإلكتروني E - Investing: يشير لاستخدامات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بالأخص، شبكة الإنترنت لتداول و تبادل المعلومات المالية و الاستثمارية بما فيها التعرف على المؤشرات الاقتصادية والعالية والمحلية التي تسهّل و تبسّط إجراءات إبرام و تنفيذ الصفقات الاستثمارية على المستوى العالمي¹¹
- بالإضافة إلى مفاهيم أخرى سادت في إطار تبني فلسفة اقتصاد السوق على غرار الإدارة الإلكترونية E-Management و الجامعات الإلكترونية و غيرها.

4. تحديات و فرص الإقتصاد الرقمي :

- إعتباراً أنّ الإقتصاد الرقمي نمط من أنماط التغيير، التغيير من المفاهيم و الهياكل و الإجراءات التيسيرية التقليدية نحو مفاهيم و هياكل و إجراءات إدارية جديدة. فمن المنطقي أنه يجلب في طياته فرصا و مزايا مقابل تحديات يجب أخذها بعين الإعتبار في إطار تبني و الإدماج ضمن هذا التغيير
- ✓ الفرص: استطاع الإقتصاد الرقمي بفضل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، توفير عدّة مزايا أهمها:
 - زيادة معدلات النمو الاقتصادي في الاستثمارات الرأسمالية والتجارة الإلكترونية الداخلية والخارجية عن طريق تأثير الانترنت في أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل¹²؛

⁷ Business to Customer

⁸ Business to Administration

⁹ Administration to Customer

¹⁰ محمد طاهر نصير، " التسويق الالكتروني"، دار الحامد، عمان، الاردن، 2004، ص 29

¹¹ فريد النجار، " الإستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي "، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2004، ص 300.

¹² محمد يدو، " تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية"، دراسة حالة الجزائر :مذكرة ماجستير، جامعة البليدة،

2007، ص 77

- سهولة الوصول إلى مصادر المعلومات Access: و بالتالي الاستفادة من المعلومات والدراسات والأبحاث المتاحة عبر الإنترنت ، حيث يستطيع المستثمرين مثلا الحصول على التقارير السنوية للشركات و التقارير المحفوظة لدى هيئة الأسواق والأوراق المالية بالإضافة البيانات الخاصة بكل قطاع من القطاعات وتوقعات الإيرادات وتوصيات الخبراء ، بالإضافة إلى المساعدة الخاصة بإدارة المحفظة الإستثمارية عبر الإنترنت ؛
- المنافسة وهيكل السوق :تؤثر تكنولوجيا المعلومات على درجة المنافسة وأساليبها وتحسين المراكز التنافسية، ويختلف هيكل السوق وفق درجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاقتصاد الرقمي وذلك على المستويين المحلي والدولي ،ويجب أن تتكامل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع منظومات وقطاعات الاقتصاد المختلفة؛
- خفض التكاليف من خلال مواقع الإنترنت التي تسهل التعرف على الأسعار والمراكات، وإجراء المعاملات في أي وقت ؛
- إلغاء القيود الزمانية 24/24 سا خلال 7/7 أيام في سوق عالمية مفتوحة؛

✓ التحديات:

- صعوبة حيازة البنية التحتية الضرورية للاقتصاد الرقمي ، كعدم التوفر على أجهزة الكمبيوتر و لواحقها، و عدم إنتشار الإنترنت بصورة كبيرة في الدول النامية و الدول الأقل نموا و هو ما تشير تقارير الاتحاد الدولي للاتصالات، أين تعطي دولة البحرين منصة الذهبية ضمن القطر العربي في تقرير 2015، وإنما بمرتبة 27 عالميا، بما يشير إلى إتساع الفجوة في هذا المجال¹³ ؛
- صعوبة تكامل شبكة الإنترنت مع بعض البرمجيات وقواعد البيانات المتوفرة؛
- ضعف قدرة التحكم في تقنيات الحاسوب و الاتصالات بالخصوص التقنيات المتطورة التي يقوم عليها الاقتصاد الإلكتروني؛
- مشاكل الإنترنت من قرصنة وتشويش قد يؤثر على نشاط المؤسسات؛
- ضعف الإطار القانوني القدر على توفير الحماية للمعاملات الإلكترونية؛
- مقاومة فئة عريضة من الأفراد للممارسات الإلكترونية و إحساسهم بعدم الأمان تجاهها؛
- مشاكل الإنقطاع التكنولوجي.

و على كل استطاع الاقتصاد الرقمي استحداث فكر اقتصادي جديد غير من سلوكات و مفاهيم كافة المتعاملين الاقتصاديين على حدّ سواء.بتحويل وتغيير أنماط الأداء الاقتصادي في المال والأعمال والتجارة والاستثمار من الشكل التقليدي إلى الشكل الفوري، بما يحقق تحسن المركز التنافسي بعنصر الوقت أي المنافسة بالوقت¹⁴.

II. مؤسسة بريد الجزائر فرص و تحديات الاقتصاد الرقمي

تحتل قطاع البريد و المواصلات دورا جوهريا مهما ضمن اقتصاديات كافة الدول، بالأخصّ يظهر القطاع الاقتصادي الرابع ممّا دفع الحكومات إلى الإهتمام بهذا القطاع و إعادة هيكلته و تنظيم كافة الشؤون المتعلقة به، و هو ما حصلنا فعلا في الجزائر

1. لحة عن مؤسسة بريد الجزائر

مؤسسة بريد الجزائر هي نتاج عدّة إصلاحات مسّت قطاع البريد و المواصلات في الجزائر. بذلك فإنّ مؤسسة بريد الجزائر كانت في البداية خاضعة لأحكام الأمر رقم 75-89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 و المتضمنة قانون البريد و المواصلات، الذي يجعل من قطاع البريد و المواصلات مؤسسة واحدة، عمومية ذات طابع صناعي وتجاري EPIC تحت إشراف وزارة البريد و

¹³ <http://www.itu.int/ar/about/Pages/default.aspx>

¹⁴ العياشي زرار، "تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و دورها في النشاط الاقتصادي و ظهور الاقتصاد الرقمي؛ مجلة البحوث و الدراسات

في العلوم الإنسانية، العدد 6، جامعة سكيكدة، 2006، ص 222

المواصلات، حيث تتمتع بميزة ملحقة و يخضع تنفيذها إلى قواعد الحاسبة العمومية وتتمتع أيضا في إستغلالها لمختلف نشاطات البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية.

و في 05 أوت 2000، و بصدر القانون رقم 2000-03 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية و اللاسلكية الهادف لتطوير و تقديم خدمات البريد و المواصلات بمواصفات نوعية، في ظروف موضوعية وفي مناخ تنافسي، مع ضمان المصلحة العامة، و كذا تحديد الشروط العامة للاستغلال في الميادين المتعلقة بالبريد و المواصلات من طرف المتعاملين، تحديد إطار و كيفية ضبط النشاطات ذات الصلة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية و أيضا تحويل على التوالي نشاطات إستغلال البريد والمواصلات التي تمارسها وزارة البريد والمواصلات إلى مؤسسة عمومية ذات طابع إقتصادي و تجاري للبريد و إلى متعاملي المواصلات السلكية و اللاسلكية يُنشأ وفق التشريع المعمول به.

تنفيذا لمحتويات هذا القانون صدرت المراسيم التنفيذية لتحديد مجالات النشاط لكل متعامل ومراسيم تنفيذية أخرى لإنشاء وتنظيم نشاط هؤلاء المتعاملين.

نتيجة لذلك تمّ صدور مراسيم التنفيذية بعد ذلك لتنظيم نشاطات سيما: المرسوم التنفيذي رقم 43-2002 المؤرخ في 14 جانفي 2002، المتضمن إنشاء مؤسسة "بريد الجزائر" حيث نصت المادة الأولى منه " :تُنشأ تحت تسمية " بريد الجزائر " مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تدعى في صلب النص " المؤسسة " تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتخضع للقوانين والتنظيمات المعمول بها ولأحكام هذا المرسوم 15".

2. التنظيم الهيكلي و الإداري للمؤسسة بريد الجزائر

تتوفر مؤسسة بريد الجزائر على شبكة هياكل و إدارات تغطي كافة أنحاء القطر الجزائري قصد توفير و إتاحة الخدمة على المستوى الوطني.

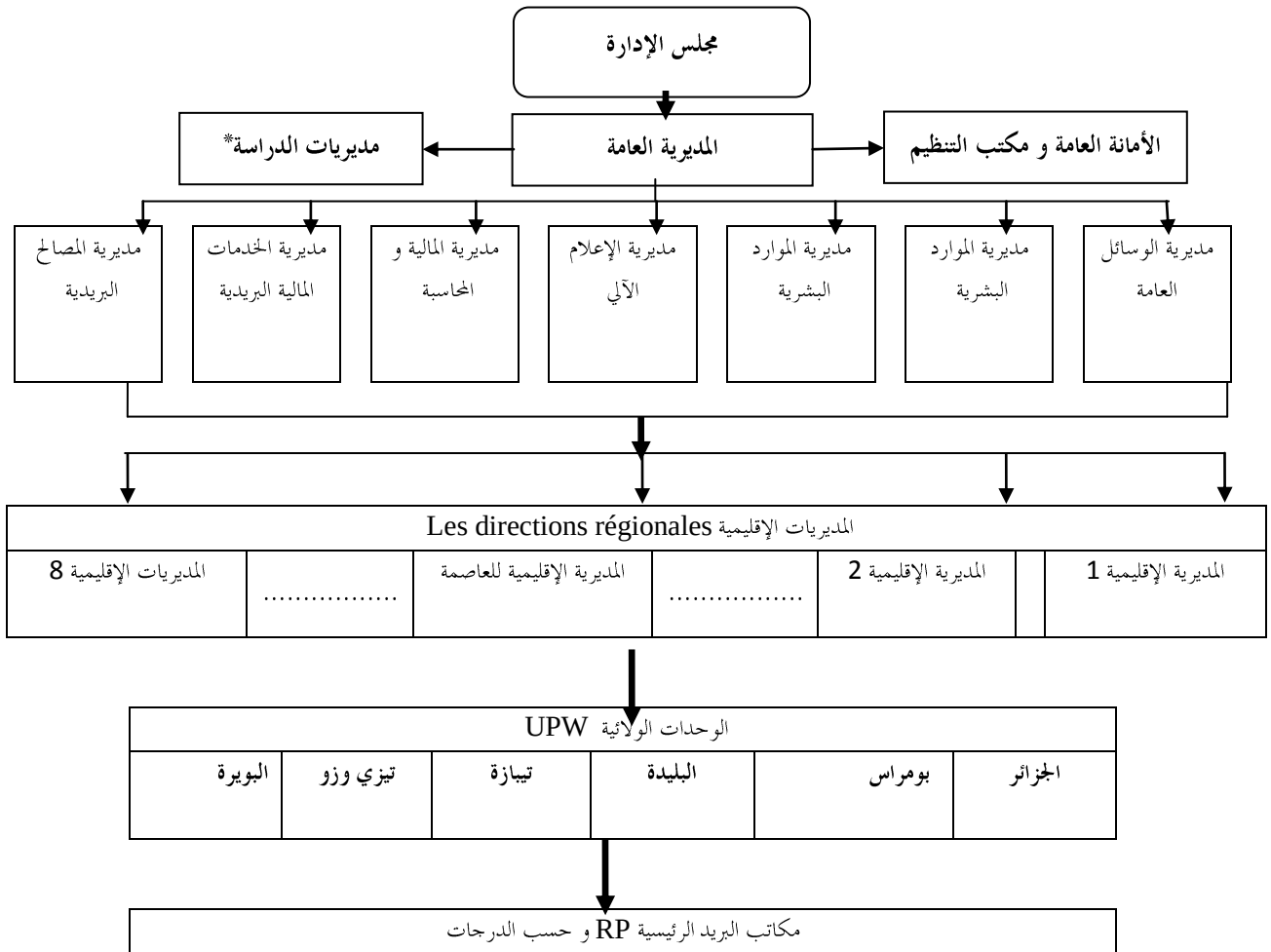
نتيجة لذلك تتوفر مؤسسة بريد الجزائر على ثلاثة مستويات من الهياكل التنظيمية:

- المديرية العامة هيكلها المركزية وتسهر على الإشراف العام وتسيير المؤسسة على المستوى المركزي، أما عن
- مديريات الدراسات فتتضمن ستة (06) مديريات:
 - مديرية الدراسات لتحسين النوعية ؛
 - مديريات الدراسات الإستراتيجية التخطيط و التنظيم؛
 - مديرية الدراسات في مجال الاتصال؛
 - مديرية الدراسات لمراقبة التسيير و الإشراف الداخلي؛
 - مديرية الدراسات للشؤون الدولية، التعاون و الشؤون القضائية؛
 - مديرية الدراسات المكلفة بالممتلكات
- المديريات الإقليمية والتي تسهر على تسيير المؤسسة على المستوى الجهوي؛
- الوحدات الولائية و تضطلع بمهام الإستغلال على المستوى الولائي.

و الهيكل التنظيمي الموالي يوضح ذلك

15 المرسوم التنفيذي رقم 43 - 02 - المؤرخ في 14 يناير 2002 المتضمن إنشاء " بريد الجزائر "

الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على المستوى المركزي



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مقابلة شخصية مع مدير المدرسة الجهوية للبريد بتلمسان.

للإشارة تتوفر المؤسسة على ثمان مديريات جهوية كالتالي: عنابة، قسنطينة، سطيف، العاصمة، ورقلة، بشار، وهران و بشار. فيحين تضم كل مديرية من هذه المديريات الوحدات الولائية الواقعة ضمن إقليمها.

و بطبيعة الحال تتوفر كل وحدة على مجموعة من المصالح الكفيلة بتسيير الإستغلال في الولاية المعنية بما فيها مكاتب البريد.

3. خدمات مؤسسة بريد الجزائر في ظل الاقتصاد الرقمي

ما يميز مؤسسة بريد الجزائر، أنها مؤسسة تستطيع توفير صنفين من الخدمات:

✓ الخدمات البريدية Les services postaux؛

✓ الخدمات المالية Les services financier.

للإشارة فإن مؤسسة بريد الجزائر لا تزال إلى اليوم تحتكر السوق الجزائرية في مجال الخدمات البريدية.

أ. الخدمات البريدية و تضم:

- خدمات البريد : وتمثل في جمع، إرسال وتوزيع الرسائل، الوثائق والبضائع لزبائنها، و تقدّم أيضا خدمة ملحقة هي التغليف، و لهذه الخدمة مزايا يمكن للمؤسسة توفيرها حسب طلب الزبائن مثل خدمة البريد المستعجل، المؤمن و المسجل
- بيع الطوابع بما فيها الطوابع التذكارية؛
- خدمة الطرود البريدية: و تشمل جمع، إرسال و توصيل البضائع وفق المعيار الوطني أو الدولي حسب الحالة¹⁶؛
- خدمة كراء صناديق البريد والخدمات البريدية Les boites postaux: موجهة للأشخاص الطبيعيين و المعنويين على حدّ سواء، مقابل إشتراك سنوي لدى مكتب البريد الواقع في المنطقة.
- نتيجة لرواج أجهزة و طرق الإتصال الحديثة المتوفرة بفضل تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، فإن هذه الخدمات بشكل عام و خدمة البريد على وجه الخصوص تناقصت كثيرا، و حلّ محلها البريد الإلكتروني عن طريق لجوء غلبية الزبائن إلى فتح حسابات إلكترونية Les boites e-mail.

لكن المؤسسة لم تقف مربوطة الأيدي في ظل هذا الوضع و ذلك من خلال:

دخول مجال البريد الإلكتروني، حيث تعتمد المؤسسة توفير ما يزيد عن نصف مليون علبة بريد إلكترونية؛
إدخال خدمة البريد الهجين Courier hybride: تتمثل هذه الخدمة، الموجهة أساسا إلى أصحاب المؤسسات الكبرى، في رسائل ترسل عبر البريد الإلكتروني يتم طبعها و وضعها في ظرف بريدي وإيصالها بالطريقة العادية إلى المرسل إليهم؛

* خدمة "أنوي" ANWI قامت بريد الجزائر مؤخرا بتكوين ساعي عون تجاري المنازل "فاك-دوم" الذي سيعنى إلى جانب مهامه التقليدية (ساعي البريد) بتقديم خدمات أخرى للزبائن بمقر سكنهم خاصة فئة المسنين والنساء الحوامل والمعاقين مقابل دفع مبلغ مالي معين على غرار اقتناء منتجات أو أدوية إلى غيرها من الخدمات الأخرى قبل تعميمها إلى خدمات دفع الفواتير.

- ب. الخدمات المالية: تقوم مؤسسة بريد الجزائر من خلال شقها المالي بتوفير العديد من الخدمات للزبائن، فضلا على الجهود المبذولة و المستمرة الهادفة أساسا لتكثيف هذه الخدمات مع متطلبات الاقتصاد الرقمي. على العموم يمكن التمييز بين الخدمات التالية:
- خدمة الحساب الجاري البريدي CCP / E-CCP: وفقا لهذه الخدمة يمكن لأي شخص طبيعي بالغ، أو معنوي فتح حساب بالتقدم لمكتب البريد الواقع في إقليم إقامته، مع تقديم الوثائق الثبوتية المناسبة. ليتسنى له لاحقا الإستفادة من خدمات الدفع، السحب، التحويل و الإطلاع على أن يلتزم بالقواعد و الأسس الموضوعية و المعلنة.
 - مؤخرا، و في خضم توظيف المؤسسة للتقنيات المتقدمة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال استطاعت المؤسسة تحديث هذه الخدمة عن طريق اقتناء التجهيزات المناسبة لذلك، من حواسيب، طرفيات إلكترونية و غيرها. إضافة إلى إستصدار البطاقات الموافقة لإجراء هذه المعاملات البنكية الإلكترونية كمايلي:

إرساء المؤسسة لنظام خاص بالنقد الآلي، عن طريق أبرام إتفاقية مع شركة النقد الآلي و العلاقات بين البنوك SATIM¹⁷ لتزويد جميع مكاتبها بالشبابيك الآلية للبنوك و أجهزة و لواحق الدفع الإلكتروني.

¹⁶ Au régime intérieur: - Toute correspondance manuscrite ou imprimée présentée sous Enveloppe ou à découvert

- Tous les objets à tarif réduit irréguliers sont admis comme lettres (à découvert)

- Les cartes postales irrégulières.

- Tout envoi présenté sous enveloppe close.

Au régime international : Tout objet manuscrit ayant vis à vis du destinataire le caractère personnel, sous forme de paquet ou sous forme de rouleau ou sous enveloppe.

¹⁷ Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique.

تنصيب الموزعات الآلية للنقد ¹⁸DAB: هو آلة أوتوماتيكية تم إستخدامها في المؤسسة منذ سنة 2002، تسمح لزبائن المؤسسة القيام بعملية السحب من حساباتهم البريدية الجارية عن طريق البطاقة المغناطيسية على مدار أيام الأسبوع بما فيها أيام العطل الأسبوعية والأعياد أي نظام 24/ 24H , 7/7j .

تنصيب الشبائيك البنكية الآلية GAB: هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا و تنوعا و تطورا من السابقة، بدأ إستخدامه في المؤسسة منذ سنة 2005، حيث يقدم خدمات السحب، الإطلاع على الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيك، تسديد الفواتير، مع الإحتفاظ بمزايا الجهاز السابق.

إطلاق بطاقة السحب لأصحاب الحساب البريدي الجاري. انطلقت هذه العملية في الأول من مارس 2005، و لقد تمّ تعميم التجربة على التراب الوطني منذ 2006؛

بطاقة الدفع ¹⁹CIB و البطاقة الذهبية: تسلم هذه البطاقة وفقا لطلب الزبون ذو الحساب البريدي و يستجيب للمعايير المتمثلة في العائد و الرصيد. و هي نوعان كلاسيكية و ذهبية تسمح هذه البطاقات بتلقي نفس الخدمات المقدمة من بطاقة ccp مع التأكد من صحة بيانات الزبون على مستوى شبائيك مكاتب البريد عند إجراء كل العمليات البريدية إضافة إلى تسديد المشتريات و الخدمات لدى التجار المجهزين بأجهزة الدفع الإلكتروني ²⁰TPE و المنخرطين في نظام الدفع الآلي حاملين شعار CIB و خصوصية الذهبية ألها لذوي المداخل التي تفوق 50.000 دج.

- خدمة الحوالات Les mandats: و هي إحدى الخدمات التي تنفرد بتقديمها مؤسسة بريد الجزائر، بل إنّ المؤسسة تحوز عدّة أنواع أهمها:

الحوالات البطاقية : يتيح هذا النوع من الحوالات لزبائن المؤسسة إرسال إلى شخص آخر مبلغ مالي معين و غير محدود عبر كامل التراب الوطني؛

الحوالات التلغرافية : يمكن للزبون وفقا لهذا النوع من الحوالات إرسال الأموال بطريقة التلغراف، مما يجعل هذا النوع من الحوالات في طريق الزوال.

الحوالات البطاقية لتزويد الحسابات البريدي الجارية : يقوم الزبون عن طريق هذا النوع من الحوالات بتزويد حسابه البريدي الجاري أو حساب شخص آخر بمبالغ غير محدودة و هناك نوعان منها العادية التي ترسل عن طرق البريد و منها من ترسل عن طريق الدفع السريع بإستخدام شبكة تدعى ب ²¹VAC.

الحوالات الإلكترونية (التحويل الإلكتروني للأموال) TRF : تشبه الحوالات البطاقية و لكنها تتميز بتحويل الأموال بطريقة إلكترونية من مكتب بريدي إلى آخر عبر شبكة الإعلامية.

خدمة "وسترن يونيون" western union (الإستلام السريع للأموال) : بدأت هذه الخدمة في شهر ماي 2001 على مستوى 46 مكتب بريدي، لتعمّم بعد ذلك و تشمل التعامل مع أكثر من 190 بلد عبر العالم.

- خدمة دفاتر الإدخار CNEP / E – CNEP: إن بريد الجزائر مكلف بخدمات لصالح الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

، بوضع هذا الأخير مكتب له داخل حظيرة مكتب البريد، وذلك من خلال المادة 05 من المرسوم المنشئ لمؤسسة بريد الجزائر حيث تنص ومن خلال الفقرة الرابعة على تسيير خدمة التوفير من خلال صندوق التوفير البريدي ²².

و بدورها هذه الخدمة خضعت لإجراءات العصرية من خلال إتاحة هذه الخدمة عبر الواب بمختلف عملياتها: من إطلاع على الرصيد، تغيير الرمز السري للمستخدم، الإطلاع و سحب كشف الحساب، الإطلاع و سحب وضعية الفوائد.... إلخ. و ذلك بمحور إمتلاك الزبون لرمز سري يطلبه من المكتب المالك لحساب توفيره.

¹⁸ Distributeur Automatique de Billets de Banque

¹⁹ Carte inter bancaire

²⁰ Terminale de paiement électronique

²¹ Versement accéléré

²² loi n° 64-227 du 10 Août 1964

إضافة إلى خدمات أخرى على غرار دفع المعاشات، و المنح الجامعية و أيضا تحصيل فواتير كبريات المؤسسات مثل مؤسسة إتصالات الجزائر و بيع قسيمة السيارات

– خدمات أخرى لمؤسسة بريد الجزائر في إطار تحديث و عصنة عملياتها:

خدمة **S@HEL – KHLASS**: تسمح هي الخدمة بتعبئة حساب **ADSL** و أربعة حسابات أخرى من إختياره و كذلك دفع الفواتير الخاصة بهذه الحسابات، للإستفادة من هذه الخدمة يكفي الإنخراط فيها بالتقرب من أي مكتب بريدي فيمنح بذلك رمز سري خاص بالدفع؛

خدمة رصيدي **RACIDI**: تخص الزبائن المالكين لحساب **CCP** و خط هاتفي **GSM** موبيليس، بالتالي خدمة رصيدي تتيح لهم الإطلاع على رصيدي حسابهم عن طريق إرسال رسالة نصية **SMS** حاملة لرقم الحساب دون المتاح متبوع بالرمز السري للمستخدم على الرقم 603؛

خدمة الإشعار بواسطة **SMS**: هي خدمة تستخدمها المؤسسة لإشعار زبائنها بوجود دفتر صكوكهم أو / و بطاقات سحبهم، و كذلك مختلف العمليات الجرات بواسطة الموزع الآلي، إنما هذه الخدمة لا تمنح تلقائيا بل يطلب من الزبون خدمة بريدي نت **BARIDINET**: هي عبارة عن مكتب بريدي إفتراضي عبر موقع مؤسسة بريد الجزائر²³، يقوم الزبون بطلب عديد من الخدمات دون التنقل للمكاتب الحقيقية مثل: فتح حساب، الإطلاع على الرصيد، الإطلاع و سحب كشف العمليات، طلب البطاقات بما فيها الذهبية، دفع فواتير المؤسسات المتعاقدة مع المؤسسة مثل مؤسسة سونلغاز، إتصالات الجزائر، الجزائرية للمياه. إضافة إلى إمكانية شراء منتجات المتجر الإلكتروني²⁴ و الإشتراك في خدمة التوزيع للجراند اليومية و في الأفق ضم خدمات أخرى؛

الخدمة عن بعد : يتسنى للزبون التعامل عن بعد مع مؤسسة بريد الجزائر عن طريق خدمة البريد الصوتي فضلا عن خدمات الإنترنت من خلال: الموزع الصوتي "30-15" : هذه الخدمة تسمح لزبائن بريد الجزائر الإتصال المباشر عبر الهاتف للإطلاع على حسابهم البريدي الجاري، طلب دفتر الصكوك، طلب الرقم السري و أيضا طلب المساعدة العاملة للإستفسار عن الخدمات النقدية.

أو الموزع الصوتي "30-90" : تسمح لزبائن بريد الجزائر بتعبئة حساباتهم المسبقة الدفع لموبيليس أو حساب آخر من حسابكم الجاري **ccp** بكل مرونة و سهولة الإستعمال في أي وقت حيث تصل الزبون رسالة قصيرة **SMS** لتأكد عضوية للإنضمام إلى الخدمة مع الرمز السري الشخصي علما أنّ ثمن التحميل هو 100 دج و الثمن الأقصى للتعبئة يصل إلى 2000 دج يوميا يخصم من الحساب الجاري للزبون بالقيمة المعبئة بدون إقطاع أية الرسوم.

و بذلك إستطاعت مؤسسة بريد الجزائر تغطية جزء كبير من السوق المحلية و بتشكيلة جدّ متنوعة و ثرية من الخدمات سواء في مجال البريد ا، المجال المالي أين أصبحت تدعى في هذا الصدد ببنك – بريد **Banque-poste**.

خاتمة، نتائج و توصيات

يعدّ قطاع الخدمات، أكثر القطاعات الحساسة و القابلة للإستجابة الفورية للتغيرات البيئية المحيطة ، نتيجة لخصوصيات الخدمة بشكل عام، و بذلك فرضت التغيرات التقنية الحاصلة في هذا المحيط ضرورة ملحة على كافة المؤسسات الخدمية بإعادة تكييف خدماتها قصد توفير الجاهزية المطلوبة لإدخالها بنجاح في مسار الإقتصاد الرقمي.

²³ www.poste.dz

²⁴ المتجر الإلكتروني « Boutique en ligne »، يتيح لزبائن المؤسسة عملية الشراء باستخدام البطاقة الذهبية

مؤسسة بريد الجزائر كمؤسسة كبرى ناشطة في السوق الجزائرية بمختلف أصناف خدماتها ومنتجاتها، كانت من أولى المؤسسات المعنية و بالتالي السبابة في تكييف مختلف هذه الخدمات بما يوافق متطلبات هذا العصر الاقتصادي الرقمي من جهة، و هدفا في إرضاء الزبون الإلكتروني الحديث من جهة ثانية ، بدل المواطن المفوم السائد و المتداول سابقا

بسبب ذلك قامت هذه المؤسسة و مبكرا، عن طريق وزارتها الوصية ببذل مجهودات جبارة و جريئة في هذا الصدد قصد إنجاح هذا التكييف.

طبقا للنظرة الإستكشافية المطلة على هذه المؤسسة من خلال هذا البحث نستنتج مايلي:

- تمكّن مؤسسة بريد الجزائر من التفوق حتى الآن في عملية دمج و الاندماج ضمن متطلبات الاقتصاد الرقمي، على الأقل مقارنة مع البنوك من خلال:

قدرتها على توفير الخدمة

*

للزبون في أي منطقة من مناطق الوطن (التغطية الوطنية لخدماتها)؛

*

إمتلاكها لشبكة هياكل و

وسائل جدّ كبيرة و واسعة؛

*

التنوع الكبير لسلّة خدماتها

المقدمة للزبائن؛

*

سبقها في أغلبية الخدمات

البنكية الإلكترونية المعروفة عالمي.

- قدرة المؤسسة على كسب رضا و بالتالي و لاء حصة كبيرة من الزبائن، مترجم بالعدد الكبير للمتعاملين معها؛

- تمكّن المؤسسة من جلب إنتباه كلا من فئتي الخواص كما المهنيين بسبب تخصيص خدمات خاصة بكل قطاع؛

- تجسيد المؤسسة لطبعتها الهادفة للربح (تاجر)، من خلال إبرامها لاتفاقيات و تصميمها لخدمات مولدة للقيم المضافة.

إضافة إلى الجهود الحالية و المستقبلية للمؤسسة التي تعمل على تحضير الإطار القانوني و التقني لدفع التجارة الإلكترونية.

إنما و في خضم كل ذلك لا يمكن إغفال، أنّ على مؤسسة بريد الجزائر التحضير الجدي للعمل على المستوى العالمي و بسوقه، زبائنه و مواصفته و لعلّ ذلك يفرض عليها:

- تكييف الجهود التكوينية و التدريبية لموردها البشري بالأخص الجانب التقني؛

- الإرتقاء بجودة الخدمات المقدمة خاصة الخدمات البريدية التي لم تختبر حتى الآن بجدية بسبب الإحتكار المطلق للسوق عن طريق الحماية الموفّرة من طرف الدولة؛

- العمل على توظيف

كفاءات و إطارات متخصصة بتصميم البرامج التشغيلية، ذلك أنّ المؤسسة حتى الآن لا تزال تابعة في هذا المجال للأجانب

SOFRPOST التابعة لمجموعة LA POSTE الفرنسية، بما يشكّل تبعية و عبئا ماليا ثقيلا على المؤسسة؛

- فتح المجال للإبداع القدرات

التي تحوزها المؤسسة في مختلف المجالات التسييرية و التقنية، بل و مقابلة و تحفيز هذه الطاقات الكامنة.

قائمة المراجع

1. نجم عبود نجم، "الإدارة الالكترونية الاستراتيجية و الوظائف و المشكلات"، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 2004؛
2. فريد النجار ، "الاقتصاد الرقمي"، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية ، مصر، 2007؛
3. فريد النجار ، " الإستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي " ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2004؛
4. عامر محمد محمود، " التجارة الإلكترونية "، الطبعة الأولى ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن ، 2006؛
5. محمد طاهر نصير، " التسويق الالكتروني"، دار الحامد، عمان، الاردن، 2004؛
6. محمد يدو، "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية"، دراسة حالة الجزائر :مذكرة ماجستير ,جامعة البليدة، 2007 ؛
7. العياشي زرزار، "تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و دورها في النشاط الاقتصادي و ظهور الاقتصاد الرقمي؛ مجلة البحوث و الدراسات في العلوم الإنسانية، العدد 6، جامعة سكيكدة، 2006؛
8. تيسير العجارمة ، " التسويق المصرفي"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2004 ؛
9. أحمد بوراس، السعيد بريكة، "أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات و المخاطر"، دار الكتاب الحديث، 2013؛
10. مجلات ساعي البريد مجلة تصدر عن مديرية الاتصال لبريد الجزائر، عدّة أعداد ؛
11. القانون 2000-03 المنظم لقطاع البريد والاتصالات، صادر في 5 أوت 2000؛
12. الموقع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر www.poste.dz
13. <http://www.itu.int/ar/about/Pages/default.aspx>