

قياس أثر العوامل الشخصية والديموغرافية على تبني خدمة الدفع الإلكتروني: "دراسة استطلاعية لعينة من البنوك العمومية بالجزائر"
Measuring the impact of personal and demographic factors on the adoption of e-payment Banking: A Survey Study of a Sample of Public Banks in Algeria

د. عبد الهادي مسعودي¹

مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط.

الجزائر

abdelhadi.messe@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2019/04/14

تاريخ القبول: 2019/06/11

ملخص:

تعالج هذه الدراسة أثر العوامل الشخصية والديموغرافية على تبني الخدمة البنكية الإلكترونية من خلال خمس عوامل رئيسية متمثلة في الجنس والسن والمستوى التعليمي والمهنة والدخل، وقياس مدى تأثرهم بخصائص الخدمة البنكية الإلكترونية ممثلًا في أسلوب الخدمة وطبيعتها وعدد مرات استعمال الخدمة الإلكترونية والفائدة منها ومشاكلها ومكان الحصول عليها؛ واعتمدت الدراسة على أسلوب الاستبيان من خلال استجواب عينة مكونة من 125 زبون. وتستمد الدراسة أهميتها من خلال تحديد أهم العوامل تأثيرًا في تبني الخدمة البنكية الإلكترونية بالتركز على العوامل الشخصية والديموغرافية؛ وقد توصلت الدراسة إلى أهمية المهنة والدخل في التأثير على تبني الخدمة الإلكترونية، وأن الجنس يتأثر بمكان تواجد الخدمة الإلكترونية في حين أن السن يؤثر على طبيعة الخدمة المقدمة، وارتبط المستوى التعليمي بالفائدة من الخدمة؛ وأخيرًا إن العوامل الشخصية تأثرت بشكل كبير بالمشاكل المرتبطة بالخدمة الإلكترونية ما يعكس أهمية أمان المعاملات البنكية الإلكترونية؛ وقد أوصت الدراسة بتتويج الخدمات البنكية الإلكترونية وتعميمها وزيادة دعم ثقة وأمان المعاملات لدى المتعاملين.

كلمات مفتاحية: عوامل شخصية وديموغرافية؛ دفع الكتروني؛ بنوك الكترونية؛ تجارة الكترونية؛ بطاقة بنكية

تصنيف JEL: E59, G22, O14

Abstract:

This study addresses the impact of personal and demographic factors on the adoption of e-banking through five main factors such as sex, age, educational level, occupation and income, and measuring their impact on the characteristics of e-banking services. (The style and nature of e-service, the number of times the e-banking service was used, the interest, the problems and the place of to get the service); The study relied on the questionnaire method. By questioning a sample of 125 customers. The study draws its importance by identifying the most important factors influencing the adoption of the e-banking service. Focusing on personal and demographic factors The study found the importance of profession and income in influencing the adoption of e-service, and that gender is affected by the location of e-payment. While age affects the nature of the service provided, the educational level was linked to the benefit of the service; and finally, the personal factors were greatly affected by the problems associated with the e-service. Reflecting the importance of the safety of e-banking transactions; the study recommended the diversification and dissemination of electronic banking services. And to increase the confidence and security of those transactions.

Key words: personal and demographic factors; e-payment, e-banks; e-commerce; bank card

Jel Classification Codes: E59, G22, O14

¹ المرسل: عبد الهادي مسعودي، البريد الإلكتروني: abdelhadi.messe@yahoo.fr

المقدمة:

شهدت الجزائر إنفتاحا وتطورا ملحوظا على خدمات ومنتجات الدفع الإلكترونية؛ لمسايرة التنظيمات الحديثة والمعايير العالمية للعمل البنكي المعاصر، وقدمت جملة من الخدمات التي تعمل على أتممة التعاملات والدفع الإلكتروني، وانتشرت بطاقات السحب وخدمات الدفع الإلكترونية "GAB" وعملت على إتاحة الخدمة للجميع عن طريق On ATM أو على مستوى On TPE، وتعززت خدمة شراء السلع والخدمات عن طريق البطاقة الإلكترونية للتجار الأعضاء بالشبكة المصرفية بين البنوك . والدفع المسبق بواسطة TPE في الوكالات؛ وأدخلت العديد من الإصلاحات في السنوات الأخيرة لتحديث النظام، قادت البنوك لدعم احتياجات الزبائن بشكل أفضل من حيث تجهيز أوقات العمليات، بما في ذلك تنفيذ المعاملات بأنظمة الدفع الإلكترونية الشامل (ATCI) والمبالغ الكبيرة (ARTS) .

هذا وبالرغم من تطوير المنظومة البنكية وتعزيز الجانب التكنولوجي منه؛ كحوسبة البنوك وإدراج الشبكات والانفتاح على الانترنت، إلا أن الظروف الخاصة للاقتصاد الجزائري صاغت سياسات وممارسات لا تتماشى والخدمات والتطبيقات الإلكترونية المقدمة، وأصبحت الخدمات شبه مشوهة لا يستفد منها غالبية المتعاملين، وأصبح من الصعب تحديد معايير نجاعة وفعالية المؤسسات البنكية، وترتب على ذلك سمة الغموض والبراقماتية في التعاملات البنكية بالجزائر .

وأمام هذا الوضع؛ وللوقوف على بعض تحديات تطبيقات واستعمالات الصيرفة الإلكترونية بالجزائر، سيتم من خلال هذه الدراسة قياس أثر العوامل الديموغرافية والشخصية لتبني الخدمة البنكية من خلال خصائص تلك الخدمات المقدمة، وذلك من خلال مناقشة الإشكالية التالية : ما مدى تأثير خصائص الخدمة البنكية على العوامل الشخصية والديموغرافية لمتعاملي وزبائن بعض البنوك التجارية النشطة (العمومية) بالجزائر؟

وتنهض فرضية الدراسة على دعامة أساسية مفادها أنه : لا توجد علاقة بين خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية ممثلة بأسلوب الخدمة وطبيعتها وعدد مرات استعمال الخدمة البنكية الإلكترونية والفائدة منها ومشاكلها ومكان الحصول عليها؛ والعوامل الشخصية والديموغرافية والمتمثلة بالجنس والسن والمستوى التعليمي والمهنة والدخل. والتي سيتم التعبير عنها إحصائيا بأنه: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الشخصية والديموغرافية بأبعادها الخمسة، وخصائص الخدمة البنكية الإلكترونية .

وللإجابة على الإشكالية السابقة واختبار تلك الفرضيات، ومعالجة مختلف القضايا التي تطرحها الدراسة سيتم الاعتماد على الخطة التالية:

- طبيعة ومدلول نظم الدفع الإلكترونية.
- نطاق ومجال نظم الدفع الإلكترونية.
- خدمات الدفع الإلكترونية بالجزائر .

- تحليل مدى تبني الخدمة البنكية الإلكترونية بالبنوك الجزائرية.

طبيعة ومدلول نظم الدفع الإلكترونية:

تعتبر نظم الدفع الإلكتروني عن وسيط مقبول لتسوية المبادلات التجارية الإلكترونية، وقد أدى ذلك إلى تنوع غير محدود في أدوات الدفع، وفيما يلي توضيح وجيز لطبيعة ومدلول نظم الدفع الإلكترونية :

- الدفع الإلكتروني:

هو منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها المؤسسات المالية، بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الإلكتروني الآمنة، وتعمل هذه المنظومة تحت مظلة من القواعد والقوانين التي تضمن سرية تأمين وحماية إجراءات الشراء وضمان وصول الخدمة¹.

ويعرف كذلك على أنه عملية تحويل أموال ، وهو في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تليفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات².

- نظم الدفع الإلكتروني:

هي مجمل الأدوات التي تسهل تبادل السلع والخدمات بين الوحدات الاقتصادية والهيكل المؤسسي والتنظيمي والإجراءات التشغيلية وشبكات الاتصال، ولقد تغيرت نظم الدفع الإلكتروني في أعقاب الإصلاحات التي شهدتها القطاع المالي التي استهدفت تقليص المخاطر المالية وزيادة المصداقية والسرعة³؛

كما يعرف أيضا بأنه مجموع التسويات لمجموع المتعاملين من أجل تحويل قيم بين طرفين على الأقل بأقل تكلفة وبأقل مخاطر وفي وقت سريع في حدود ما تسمح به التكنولوجيا المستعملة؛ ومن المتفق عليه فان أنظمة الدفع تمثل بالنسبة للنشاط الاقتصادي ما تمثله الطرق لحركة السير ، أي الهياكل التحتية الضرورية⁴؛

من خلال التعاريف السابقة يتضح ما يلي:

- الدفع الإلكتروني لا يشكل في حد ذاته ثورة في مجال الوفاء أو آلياته ، بل هو في حقيقته نتيجة إلزامية للتطور التكنولوجي المستمر والذي ازدادت وتيرته خلال السنوات الأخيرة إثر إتساع شبكة الانترنت⁵؛

- الدفع الإلكتروني هو أحد طرق الوفاء بالمدفوعات التي تستند إلى التعاملات الإلكترونية، تقوم بمعالجة تلك العمليات في الوقت الحقيقي ، وبسرعة وأمان ، وعلى نحو يخفض التكاليف لأطراف العملية؛

- يتضمن تعبير نظم الدفع الإلكتروني، الأموال المحولة إلكترونياً، وهو يتضمن معنيين : أولهما ما يشار إليه بالنقود الإلكترونية التي تحمل قيمة المعاملة الإلكترونية، وثانيهما المنفذ الإلكتروني الذي يسجل المعلومات الإلكترونية؛ ولدواعي التحديد الدقيق يتعين التمييز بين اصطلاحي وسائل وأدوات الدفع، فوسائل الدفع كفيلة بأية مطالبة مالية دون إجراء آخر ، حيث تمثل تسوية حالة للدين (النقود القانونية)؛ أما الأدوات اللازمة لها فلا يترتب عليها حيازة الأصول النقدية ذاتها ، وإنما هي مجرد تسهيل التبادل (أدوات تبادل وليست نقود في حد ذاتها)⁶.

- التحول في النظم الإلكترونية الأكثر تطوراً تكون قادرة على توفير عدد من الخدمات لمستخدميها ، وهي تتطور بتطور استعمال المجتمعات للنقود، فالنقود وأدوات الدفع الأخرى قد تطورت من معناها الحرفي (الذهب والفضة) إلى معناها الرمزي (الشيكات والعملات الورقية) إلى معناها الافتراضي⁷؛ هذا ويتميز الدفع الإلكتروني بعدة خصائص من حيث طبيعته، ومن حيث الجهة التي تقوم على خدمة الدفع الإلكتروني، ومن حيث وسائل الأمان الفنية، وسيتم التطرق إلى هذه الخصائص عبر التالي⁸:

- من حيث طبيعته:

يتميز الدفع الإلكتروني بأنه من بين وسائل الوفاء التي تتم عن بعد، ويكون ذلك بإعطاء أمر الدفع عبر شبكة الأنترنت وفقاً لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد، وبهذه الصفة يعتبر الدفع الإلكتروني وسيلة فعالة لتنفيذ الالتزام بالوفاء في العقود الإلكترونية التي تقتضي تباعد أطراف العقد، أين يغيب التقاءهم المادي على مائدة مفاوضات واحدة.

- من حيث الجهة التي تقوم على خدمة الدفع الإلكتروني :

إن وجود نظام دفع إلكتروني لتسوية المعاملات التي تتم عبر شبكة الأنترنت ، يستلزم توافر شروط قانونية وفنية وتوفير بيئة تشريعية ملائمة نقر وتنظم أحكام الدفع الإلكتروني، وتوفير نظام مصرفي لإتمام عمليات الدفع وتسهيلها، ويتوقف ذلك على توفير الأجهزة التي تقوم بإدارة مثل هذه العمليات . ويلاحظ أن الشبكة التي يتم من خلالها الدفع الإلكتروني، يمكن أن يكون الاتصال بها مقتصرًا على أطراف العقد Mono-fournisseur وهنا يفترض تواجد معاملات وعلاقات تجارية ومالية سلفاً بين الأطراف، غير أن هذه الطريقة تستلزم عدم قصر إدارة الدفع الإلكتروني عن طريق البنوك، بل تتم كذلك عن طريق المؤسسات الخاصة الأخرى التي يتم إنشائها لهذا الغرض ، أو من خلال شبكة عامة ، حيث يتم التعامل بين أشخاص لا تربطهم رابطة من قبل Multi-fournisseur وتتم هذه الشبكة سواء كانت الجهة التي تقوم بإدارة الدفع الإلكتروني خاصة أو عامة.

- من حيث وسائل الأمان الفنية:

بما أن الدفع الإلكتروني يتم من خلال فضاء معلوماتي مفتوح، فإن الدفع الإلكتروني يكون مصحوبا بوسائل أمان فنية من شأنها أن تحدد المدين الذي يقوم بالدفع والدائن الذي يستفيد منه، فنتم بطريقة مشفرة باستعمال برنامج معد لهذا الغرض بحيث لا يظهر الرقم البنكي على شبكة الويب Web، كما يتم عمل أرشيف للمبالغ التي تم السحب عليها، مما يسهل الرجوع إليه، ولتفادي تداول البيانات على الشبكة تم ابتكار نظام للوفاء يقوم على فكرة الأجهزة الوسيطة بإدارة عمليات الدفع لحساب المتعاقدين، وذلك بتسوية الديون والحقوق الناشئة عن التصرفات المختلفة التي تبرم بينهما، وهذا من شأنه توفير الثقة بين أطراف التعامل ويضمن فعاليتها الأكيدة كوسيلة من وسائل الدفع التي تيسر التجارة الإلكترونية.

نطاق ومجال نظم الدفع الإلكترونية:

لا يزال نطاق ومجال نظم الدفع الإلكترونية يشغل بال الباحثين والمتخصصين في السلطات النقدية والمؤسسات المالية نظرا لطبيعة تلك النظم والأدوات، وكان من المتطلبات تطوير نظام لتسوية المعاملات يتمشى مع بيئة التجارة الإلكترونية، فضلا عن توفير الملائمة والأمان؛ وفي هذا السياق تم اقتراح عدد من المعايير يمكن تبسيطها في الأنواع التالية:

- الدفع من خلال وسيط محل ثقة؛

- الدفع باستخدام نظام تحويل الأرصدة إلكترونيا؛

- الدفع باستخدام النقود الإلكترونية.

ففي النوع الأول يوجد وسيط يطلق عليه الطرف الثالث، حيث يقوم كل من البائع والمشتري بفتح حساب لدى هذا الوسيط وفتح الحساب يتطلب نقل معلومات مالية تتعلق بتفاصيل نقل الحساب بالمصرف أو بطاقة الائتمان ويتم التداول بأرقام مشفرة لهوية المتعامل، إلا أن هذه العملية محصورة فقط للمشاركين بالعملية⁹؛ أما عن النقود الإلكترونية فلها عدة تقسيمات مقترحة وفقا للزاوية التي ينظر إليها وفي هذا الصدد نجد التقسيمات التالية :

1. من حيث متابعتها والرقابة عليها:

وهنا نفرق بين:

- النقود الإلكترونية المحددة identified¹⁰: ويميز هذا النوع من النقود إمكانية التعرف على الشخص الذي قام بسحب النقود من البنك، شأنها في ذلك شأن بطاقة الائتمان في عملية متابعة السحب وحركته من خلال النظام الإلكتروني.

- النقود الإلكترونية غير الاسمية (مغلقة الهوية) ¹¹anonyme وهذا النوع من النقود يتم التعامل به دون معرفة هوية المتعامل، فهي كالأوراق النقدية في التعامل وليس لها علاقة بمن يتعامل بها، ولا يمكن التعرف على مستخدميها سواء انتقلت منهم أو إليهم.

2. من حيث أسلوب التعامل بها: وهنا نفرق بين :

- **نقود إلكترونية عن طريق الشبكة:** online e-money¹² :

هي نقود رقمية يتم في البداية سحبها من بنك أو مؤسسة مالية أخرى وتخزن في أداة معدنية داخلية Internal Hardware Device توضع في جهاز الحاسوب الشخصي، وتتداول هذه النقود عبر الانترنت إلى المستفيد في ظل إجراءات تضمن لها التعامل قدرًا كبيرًا من السرية والأمان، وبالتالي هي نقود حقيقية وليست مادية، وتتطلب معظم هذه النقود المطروحة إتصال طرفي بالمصدر issuer للتوثيق من سلامة النقود المتداولة.

- **نقود إلكترونية خارج الشبكة:** off line e-money¹³ :

يتم التعامل بهذه النقود دون الحاجة للإتصال بالمصدر مباشرة ، فهي تتخذ عادة صورة بطاقة يحوزها المستهلك، تحتوي على القيمة المخزنة بداخلها ومؤشر يظهر له التغييرات التي تطرأ على قيمتها المخزنة بعد إجراء كل تعامل نقدي ، ويثير هذا النوع قدر كبير من المشاكل خاصة فيما يتعلق بالأمان خاصة من مخاطر الصرف المزدوج Double spending .

هذا ويجب التمييز بين إصدار النقود وإعادة شحن البطاقة بالنقود، فالنسبة لإصدار النقود الإلكترونية هي علاقة تعاقدية يقوم من خلالها البنك باستبدال النقود العادية بالنقود الإلكترونية التي يتم تخزينها في الحافظة (القرص الصلب للبطاقة الذكية) أما بالنسبة لعملية شحن وإعادة شحن البطاقة فهي تشير إشكال حول طبيعة هذه النقود،

وخلاصة القول، لا يمكن اعتبار عملية إصدار النقود الإلكترونية حسابًا عاديًا ذات طبيعة مادية بل من الممكن اعتبارها ذات طبيعة معلوماتية، فمن المتعارف عليه مرور النقود الإلكترونية بثلاث مراحل وهي الإصدار لصالح مالك البطاقة، ثم انتقال النقود الإلكترونية من مالك البطاقة للمستفيد وأخيرًا تدمير النقود الإلكترونية في حالة استلام الشخص الثالث للنقود، وكل ما يتم من إصدار أو تدمير للنقود الإلكترونية فهي لا تدخل في الميزانية وإنما تدخل في قاعدة المعلومات، وذلك من أجل منع الازدواجية في الصرف¹⁴.

وفي الختام فإنه يجري وضع كل الوسائل الممكنة من بطاقات ونقود إلكترونية وإستخدام شبكات الأنترنت لإتاحة الدفع والتداول بين الأفراد والشركات، حيث يمكن التمييز في وسائل الدفع المصرفية التالية كنظم دفع جديدة:¹⁵

- **الدفع خارج الشبكة:** Les paiement hors ligne بإجراء عملية شراء عبر الأنترنت وإرسال النقود عن طريق البنك أو شيك لتسوية المعاملة.

- **الدفع عبر الأنترنت بواسطة بطاقة بنكية:** Le paiement en ligne par carte bancaire وهو أكثر النظم إستعمالا حيث يتم تسوية المعاملة بواسطة أحد البنوك بين البائع والمشتري.

- **نظام القرض الاستهلاكي عبر الأنترنت:** Les system de crédit à la consommation en ligne وهي تقنية حديثة نسبيا عن طريق فتح خط دفع بالأجل (منح قرض) لشراء المبيعات عبر الأنترنت بعد إعطاء بيانات المتعامل وبريده الإلكتروني وكلمة المرور التي تتضمن العملية وتمنح الائتمان، ومثال على هذه التقنية شركة euro.com.

- **نظام الدفع الجزئي عبر الأنترنت:** Le système de micro-paiement en ligne

يسهل عمليات الدفع من خلال دفعات المبالغ الصغيرة وهو جد مهم للذين لا يرغبون في تقديم بيانات وتفاصيل عن حساباتهم المصرفية، ويشمل هذا النظام جانبيين الدفع عن طريق SMS بإرسال بيانات الدفع إلى البنك ويتم التأكد من الصفقة من البائع الذي يرسل رمز الوصول وترخيص المعاملة وبالتالي يتم الاقتطاع والتسوية، أو عن طريق المحفظة الإلكترونية Le porte-monnaie électronique حيث يتم الخصم من حساب الدفع مباشرة من البطاقة أو عن بواسطة الآلية السابقة أو عن طريق تقنية SMS السابقة.

- **الحسابات الافتراضية على الأنترنت:** Le compte virtuel en ligne

ويمكن أن تعمل البطاقة بإستعمال أية وسيلة من وسائل الدفع السابقة، أو يتم تنفيذ الصفقة من خلال الخصم المباشر من الحساب الافتراضي بعد تقديم البيانات وتفصيل الحساب وتأكيداتها . والجدول التالي يوضح آليات الدفع بواسطة الأنترنت:

جدول رقم (01): الدفع بواسطة الأنترنت الأعمال للأعمال B2B

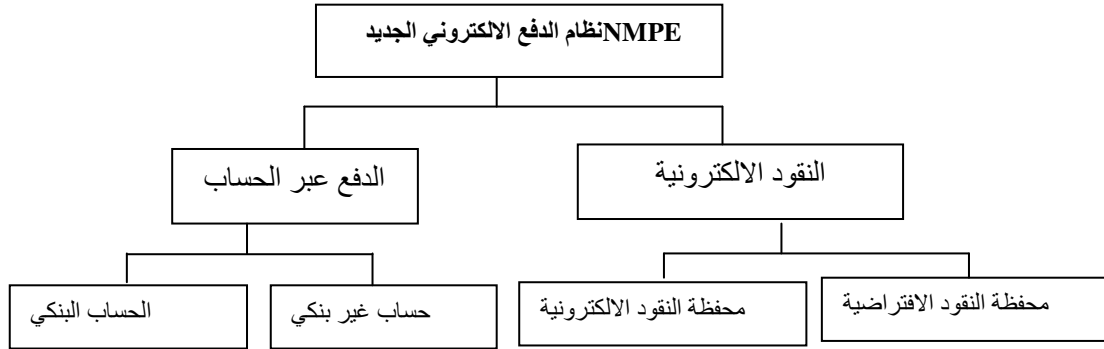
المحفظة الإلكترونية	الحساب البنكي	البطاقة البنكية	
تعبئة الرصيد الإلكتروني للمدين مباشرة للدفع، ومثال ذلك: Digicash, cyber coin, decyber cash	إرسال بيانات الدفع للبائع ليرسلها للبنك ليقتطعها من حساب المشتري، ومثال ذلك: Cyber cash, e-cash	إرسال البيانات للبائع للحصول على ترخيص بالمعاملة، ومثال ذلك: Digicash, cyber coin, decyber cash	الدفع المباشر للبائع بواسطة تقنية مراكز معالجة، مراكز تصديق،....
الوسيط هو البنك الذي يعبئ الرصيد النقدي لصالح الزبون، ويقطع المبلغ لكل معاملة، ويتم إستبدال البطاقة أو تعبئتها من جديد، ومثال ذلك:	عن طريق وسيط يملك البيانات البنكية للمشتري، الذي يرسل مبلغ الشراء والبضاعة والحساب للبائع، وتتم التسوية دون عمولة، ومثال ذلك:	عن طريق وسيط يملك البيانات البنكية للمشتري، الذي يرسل مبلغ الشراء والبضاعة والحساب للبائع، وتتم التسوية مقابل عمولة، ومثال ذلك:	الدفع على الحساب : وسطاء تجاريون، عارضون ، مقاصة،... الخ.

Kleline, Net bill phose	Internet shopping, Msn, com.puserve, Network, Kleline, Net bill phose	Internet shopping, Msn, com.puserve, Network, Kleline, Net bill phose	
-------------------------	---	---	--

Source: Marc langlois et Stéphane gasch, Le Commerce électronique B to B de L'EDI à internet, 2eme edition, Dunod, Paris, 2001, P110.

هذا ومن المتوقع أن تحل النقود الافتراضية تدريجيا محل النقود الورقية عن طريق الخصم والتسوية بواسطة البطاقة أو الحساب المصرفي وتبادل البيانات والمعلومات الكترونيا لا سيما عند المعاملات بكميات صغيرة على الخط، حيث يرسل الموزع المعلومات المطلوبة لإتمام المعاملة¹⁶؛ وبهذا يمكن فصل جميع وسائل الدفع الالكترونية إلى مجموعتين رئيسيين يمكن توضيحهما في الشكل التالي:¹⁷

شكل رقم (01): وسائل الدفع الالكترونية الجديدة



Source: David Bounie, op cit, P 80.

خدمات الدفع الإلكترونية بالجزائر:

يوجد بالجزائر العديد من خدمات الدفع الإلكترونية تستعمل لدى مختلف البنوك، ولعل أهمها:

1. بطاقة السحب ما بين البنوك: La Carte CIB

تم العمل بها عام 1997 عن طريق شبكة الخدمات المصرفية الإلكترونية بين البنوك RMI** وهي بطاقة يتم التعرف عليها بشعار ما بين البنوك CIB، واسم وشعار البنك المصدر تحتوي على معالج دقيق يسمى "رقاقة" التي توفر الأمن في سياق عمليات الدفع... وهي متوفرة لدى جميع البنوك المتواجدة بالجزائر، هذا وتعتبر وسيلة الدفع المحلية وقبول السحب بين البنوك والمسوقين عبر شبكة بين البنوك والصيرفة الالكترونية وأجهزة الصراف الآلي المثبتة على جميع الأراضي الوطنية وهي نوعان:

1.1 البطاقة الكلاسيكية:

تعرض بطاقة الكلاسيكية خدمات الدفع بين البنوك والسحب. تستخدم وفق المعايير والشروط التي يضعها كل بنك.

2.1. البطاقة الذهبية:

تعرض بمزايا ومواصفات أعلى من البطاقة الكلاسيكية ضمن المعايير المنصوص عليها لكل بنك؛ بالإضافة إلى الدفع نقداً وبطاقة السحب.

2. الدفع عن طريق بطاقة بين البنوك CIB :

الدفع عن طريق بطاقة بين البنوك هو جزء من مشروع لتحديث نظام الدفع الشامل، ويمكن للزبون حامل البطاقة المحلية CIB دفع ثمن المشتريات من السلع والخدمات عبر الشبكة التابعة للتجار في المصرفية الإلكترونية بين البنوك TPE. والجدول التالي يوضح الإحصاءات عن المعاملات بين البنوك وشبكة الدفع للبطاقة وعدد البطاقات المتداولة.

جدول رقم (02): إحصاءات المعاملات المنتجة البنكية الإلكترونية بالجزائر

	المعاملات بين البنوك			شبكة الدفع للبطاقة البنكية		تداول البطاقات البنكية
	السحب	الدفع	المجموع	DAB	TPE	البطاقات المتداولة
2008	1912400	2051	1914451	544	1984	339374
2009	2613718	1450	2615168	572	2639	569558
2010	3763775	1805	3765580	636	2946	979933
2011	5718663	5906	6446974	647	3047	850008

Source: Préparé par le chercheur s'est basé sur: <http://www.satim-dz.com/chiffres-cles.html>

3. البطاقات الدولية:

تتيح بعض البنوك العاملة بالجزائر بطاقات دولية تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة على الموزعات الآلية للأموال ونقاط البيع الإلكترونية (DAB/TPE)، وعلى شبكة الإنترنت في جميع دول العالم، ولعل أهمها بطاقة الفيزا الدولية Visa Card التي يتيحها بنك التنمية المحلية¹⁸ وهي على نوعان بطاقة الدفع المسبق والبطاقة الفيزا الذهبية؛ وبطاقة الماستر كارد MasterCard والتي يتعامل بها بنك تروست الجزائر Trust Bank Algeria وهي تعتبر بطاقة الخصم والدفع بالعملة الأجنبية. وبطاقة أمريكان اكسبريس Carte Amex وهي بطاقة دفع للعملة الخارجية وتسوية جميع المشتريات يتيحها البنك الوطني الخارجي لزيائنه، تعرض في ثلاث أشكال البطاقة الذهبية والبطاقة البلاستيكية والبطاقة الخضراء، وهي مخصص لزبائن البنك الذين يملكون حساب بالعملة الأجنبية على الأقل 5000 دولار أمريكي ويمكن الاستفادة من خدمات دفع ثمن المشتريات والخدمات الخاصة بالزبون على المحطات بالمحلات التجارية (الفنادق، مطعم، مدير وكالة السفر، والمحلات التجارية الخ...)، الموقعة على الاتفاقية AMEX. إلا أن بطاقات الائتمان و AMEX ليسر بطاقة السحب الآلي، بل هي بطاقة مخصصة فقط لدفع اعتمادا على توافر رصيد الزبون¹⁹.

4. البطاقة البريدية "الذهبية" 20 :

لحد قريب كانت المؤسسات البريدية تستغل بطاقات السحب عبر شبكاتها الواسعة عبر التراب الوطني، ومؤخرا إستحدثت خدمة الدفع عن طريق البطاقة الذهبية، وهي بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV . وتمنح البطاقة "الذهبية" للزبائن الذين يملكون حسابات بريدية جارية بعد تقديمهم طلبا للحصول عليها . إذا ما قبل بريد الجزائر الطلب المقدم ووافق عليه . وتعتبر ملكية حصرية لبريد الجزائر . ويمكن لحامل هذه البطاقة أن يجري مختلف العمليات بواسطتها كعملية سحب الأموال، العمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية، وعمليات دفع الأموال عبر نهائيات الدفع الإلكتروني . وتسمح بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية" بإجراء المعاملات التالية في كل أرجاء القطر الجزائري:

1.4. عند استعمالها عبر الشبائيك البنكية الآلية :

سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية . دفع الأموال . تسديد الفواتير . تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال . الخدمة الذاتية البنكية كالإطلاع على رصيد الحساب، طلب إعداد كشف مصغر عن العمليات الـ 10 الأخيرة التي تم إجراؤها بواسطة البطاقة، طلب دفتر الصكوك . تحويل الأموال .

2.4. عند استعمالها عبر أجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي بمكاتب البريد :

تحديد هوية الزبون لتمكينه من سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية . سحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية . الاطلاع على رصيد الحساب

3.4. عند استعمالها عبر نهائيات الدفع الإلكتروني بالمتاجر :

دفع وتسديد قيمة المشتريات و/ أو الخدمات تعبئة رصيد الهاتف النقال .

4.4. عند استعمالها عبر الهاتف النقال :

دفع وتسديد قيمة المشتريات و/ أو الخدمات . تسديد الفواتير . تعبئة رصيد الهاتف النقال . طلب إعداد كشف مصغر عن العمليات الـ 10 الأخيرة التي تم إجراؤها بواسطة البطاقة .

5.4. عند استعمالها عبر مواقع التجارة الإلكترونية :

دفع وتسديد قيمة المشتريات والخدمات أو الفواتير .

6.4. (الشيك) الصك البنكي في النظام الجديد "ATCI" :

وهي خدمة جديدة تعرف بنظام التعويض الإلكتروني (Télé compensation) وخلافا لنظام التعويضات التقليدية القائمة على المعالجة المادية للصكوك البنكية، يستند نظام التعويض الإلكتروني على نظام الكمبيوتر لتبادل البيانات والمعطيات الرقمية والصور، وتحد كثيرا من التبادلات المادية للمعطيات والقيم البنكية. إنها ببساطة تجريد التبادلات من صفتها المادية وجعلها حسية . وبالنسبة لمزايا وأهداف النظام

الحديث فتتمثل في تقليص مدة تحصيل القيم البنكية (الشيكات والكمبيالات) إلى 05 أيام كحد أقصى وسلامة المدفوعات بالجملة وأخيرا يهدف إدخال نظام التعويض الإلكتروني أيضا لرفع النظام البنكي الجزائري إلى مستوى متطلبات المنافسة والمعايير الدولية²¹.

7.4. تحويل مبالغ مالية كبيرة عبر نظام ARTS :

كما هو الحال بالنسبة لنظام الدفع فان نظام " ARTS الجزائرية للتسوية في الوقت الحقيقي " هو جزء من التحديث. بدأ العمل به ARTS في 08 فيفري 2006؛ ينطبق نظام ARTS على عمليات التحويل بالدينار فقط. يستعمل نظام ARTS من قبل شبكة بنك التنمية المحلية عامة؛ نظام ARTS هو مفيد بقدر ما يسمح بتنفيذ التحويلات في فترة لا تتجاوز ثلاثة أيام تأمين العمليات . أما عن العليات التي يدعمها بالنسبة للزبائن ينحصر الأمر في التحويل المقوم بالدينار طبقا للشروط التالية :

- إذا كان المبلغ المحوّل أكبر من أو يساوي واحد مليون دينار، فإن العملية تمر بالضرورة عبر النظام.

- إذا كان المبلغ المحوّل أقل من واحد مليون دينار، يمكن للزبون (بمحض إرادته) جعل العملية تمر عبر هذا النظام، وفي هذه الحالة يقال على التحويل انه عاجل²².

5. بطاقات أخرى:

يوجد بالجزائر بطاقات إلكترونية ذات استعمال دولي مثل بطاقة مونيغرام Money Gram*** هذه البطاقة متاحة للجميع، ولا تشترط توفر حساب بنكي أو بطاقة بنكية تستخدم لإرسال وتلقى الأموال عبر نقاط ومحطات مونيغرام بالعملة المحلية للبلد²³. وبطاقة الوقود نפטال La carte carburant Naftal هي على ثلاث أنواع الفضية والذهبية وبطاقة الدفع المسبق، تسمح هذه البطاقات بتسوية المشتريات النفطية والوقود وتقديم تسهيلات مالية للزبون، وتختلف البطاقات من حيث المزايا والم واصفات والاستعمالات غير ان البطاقة مسبقة الدفع تمكن الزبائن من الحصول على دفع مسبق لا يقل عن 5000 دج.

ومن جهة أخرى تظهر بالجزائر بطاقات دولية وبحسابات افتراضية بعملات صعبة وأخرى محلية مثل بطاقة الكاش يو Cashu وهي مزودة لخدمات الدفع في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بالتركيز على الدفع الإلكتروني عبر الانترنت، تأسست كاشيو في عام 2002 من قبل مكتوب "ياهو حاليا"، المكتب الرئيسي يقع في دبي حيث تقوم بخدمة التجار إقليميا وحول العالم وتزودهم بحقيبة متكاملة من خدمات الدفع نقوم بتعديلها لتناسب مع عادات وتوجهات السوق الإ لكترونية العربية، لكل من قطاعات البنوك المحلية والعالمية ومعالجة بطاقات الإئتمان والتسويق بالإضافة الى إنجاح التجارة الإلكترونية .

وهي تقدم بطاقات بمزايا مختلفة وبمواصفات مختلفة كذلك مثل : كاش يو 500 دولار = 10 دولار
1394.25 دج كاش يو 1500 دولار = 30 دولار 4050.30 دج كاش يو 2500 دولار = 50 دولار

6794.97 دج كاش يو 5000 دولار = 100 دولار 13499.85 دج كاش يو 15000 دولار = 300 دولار 40049.90 دج... وينشط موزعوا بطاقات الكاش يو بالجزائر عن طريق الانترنت ويعتمدون على الفاييس بوك والهاتف النقال عن طريق الموقع الإلكتروني www.cashu.com²⁴

أما النوع الثاني من البطاقات فهي بطاقة الون كارد One card أسست ون كارد عام 2004 في المملكة العربية السعودية، تقدم خدمات الإنترنت وخدمة العملاء بتزويدها مستخدمي الشرق الأوسط بمنصة لطلب تسهيلات أكثر باللغة العربية وخدمات أوسع تتناسب مع ثقافتهم وتقاليدهم المجتمعية؛ لعبت ون كارد دوراً هاماً في تطوير الإنترنت في العالم العربي . إن ون كارد ليست بوابة دفع إلكترونية متكاملة فحسب؛ بل تمكن من التسوق وشراء اشتراكات الإنترنت، وخدمات الاتصالات الأرضية والمنتقلة، وتذاكر الطيران، ومؤشرات الأسهم، والمواد التعليمية...، وذلك بدعم وتطوير من National Net Ventures (*N2V)²⁵ أو من خلال زيارة موقع ون كارد www.onecard.com حيث يتم إرسال البطاقة إلى بريدك الإلكتروني خلال 24 ساعة من تاريخ تنفيذ الطلب مثل بطاقة وان كارد 10 نقاط بسعر 517.5 دج وبطاقة وان كارد 30 نقاط بسعر 1259.25 دج، وبطاقة وان كارد 70 نقاط بسعر 2938.25 دج، وأخيراً بطاقة وان كارد 150 نقاط بسعر 5577.25 دج، وينشط موزعوها بالجزائر بنفس طريقة بطاقة الكاشيو عن طريق الفاييس بوك²⁶.

وبرغم انتشار هذه البطاقات في الجزائر إلا أنه لا توجد إحصاءات دقيقة وشاملة حول حجم التعاملات بتلك البطاقات وأنواع السلع الأسواق المنتقاة، كما أن الموزعين لا يقدمون الدعم الفني والتجاري لهذه البطاقات بصورة تعكس مستوى الخدمات التي تقدمها هذه الشركات؛ ومن خلال واقع المؤشرات الاقتصادية التي صدرت من قبل بنك الجزائر، فالملاحظ تميز القطاع المصرفي الجزائري بمستوى منخفض من البنوك وارتفاع مستوى السيولة المصرفية، والقطاع لا يزال النظام العمومي السائد فيه ، ومازالت نسبة كبيرة مخصصة لتمويل القطاعات العامة، أما المعدل المصرفي من السكان لا يزال منخفض بحسب التقرير الأخير للبنك الجزائر، فالتغطية هي وكالة ل كل 26300 نسمة في سنة 2010 مقابل 26700 في العام 2009. نسبة إلى عدد السكان، أما من حيث عدد الحسابات ، فقد افتتح من قبل البنوك حسابات نشطة بالدينار والعملات الأجنبية على مستوى الحسابات البنكية ومراكز البريد، فإن معدل الحسابات المصرفية 2.5 للشخص في سن العمل.

فالإصلاحات التي أدخلت في السنوات الأخيرة لتحديث النظام قادت البنوك لدعم احتياجات الزبائن بشكل أفضل من حيث تجهيز أوقات العمليات، بما في ذلك تنفيذ المعاملات بأنظمة الدفع الإلكترونية الشامل (*ATCI) والمبالغ الكبيرة (*ARTS) وأخيراً من حيث القوة المالية يوصف القطاع المصرفي الجزائري من القطاعات الجيدة، فالبنوك العامة والبنوك الخاصة لديها مستويات أعلى لكفاية رأس المال وهو أبعد من الحد الأدنى للنسبة القانونية التنظيمية وفقاً لآخر تقرير اقتصادي لبنك الجزائر نسبة الملاءة من 11،22% في عام 2009 و 23.31% في عام 2010²⁷.

تحليل مدى تبني الخدمة البنكية الالكترونية بالبنوك الجزائرية:

بعد الاطلاع على مفهوم الدفع الالكتروني وتطبيقاته بالجزائر، سيتحدد من خلال هذا الجانب تحليل مدى تبني تلك الخدمات والتطبيقات وفق العوامل الشخصية والديموغرافية وفق التالي:

1. عينة ومجتمع الدراسة:

وتتمثل في زبائن البنوك التجارية وهم جميع المتعاملين مع البنوك التجارية، وخصوصا الذين يعتمدون على الخدمات الالكترونية البنكية أو على الأقل الذين يملكون بطاقة بنكية، وحسب إحصائيات بريد الجزائر فان عدد البطاقات الموزعة تفوق 5800000 بطاقة سحب على مستوى القطر الجزائري²⁸، يضاف لها 850008 بطاقة سحب ودفع على مستوى البنوك التجارية²⁹، وهكذا فان مجتمع الدراسة سيقوم ستة ملايين والنصف (6.5 مليون متعامل). اما عن العينة التي سيتم اعتمادها لأغراض البحث والتحليل، فإننا سنعتمد على العينة المنتظمة وان كانت قصدية في أغلب الأحيان حسب الظروف والأحوال المتعلقة بالزبائن وأسلوب الإستقبال وتلقى الخدمة من البنوك، هذا ويتعذر على الباحث "أو من الصعوبة بما كان" تحديد عينة عشوائية لمثل هذه الدراسة لعدم انتظام قوائم المتعاملين مع البنوك بشكل كامل، وفيما يتعلق بالبنوك في حد ذاتها فتقتصر الدراسة كذلك على البنوك الأكثر انتشار والتي يمكن الوصول إليها بسهولة وعلى رأسها بريد الجزائر والبنوك العمومية بالإضافة إلى بعض البنوك الأخرى حسب الأحوال والظروف، وقد تم الاختيار على بعض الوكالات ببعض الولايات والتي منها ولاية الاغواط، الجلفة غرداية، ورقلة، البليدة؛ ويعتقد الباحث أن البنوك المختارة تمثل أحسن تمثيل كونها تستحوذ على مجموع 4300 وكالة بريدية أو بنكية بنسبة 89%. وهكذا فقد تم توزيع 270 استبيان بالنسبة للزبائن و 150 استبيان بالنسبة للبنوك التجارية وهي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (03): توزيع عينة الزبائن الذين شملتهم الدراسة

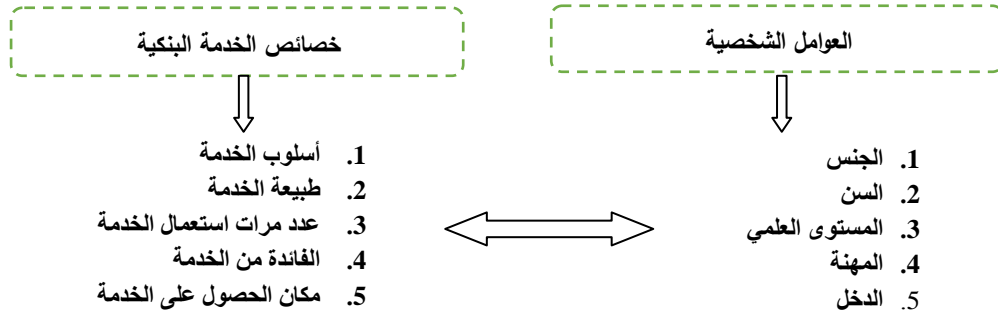
الرقم	زبائن البنك او المؤسسة البريدية	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المقبولة	النسبة
01	بريد الجزائر	100	76	76.00%
02	البنك الجزائري الخارجي	25	14	56.00%
03	البنك الوطني الجزائري	25	07	28.00%
04	القرض الشعبي الجزائري	25	06	24.00%
05	بنك التنمية المحلية	25	03	12.00%
06	بنك الفلاحة والتنمية الريفية	25	05	20.00%
07	الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	25	12	48.00%
08	بنك البركة	20	02	10.00%
	المجموع	270	125	46.30%

المصدر: من إعداد الباحث

2. متغيرات الدراسة:

تشمل متغيرات الدراسة جانبين رئيسيين؛ يتنمّل الأول منها في العوامل الشخصية والديموغرافية وتشمل خمس متغيرات رئيسية وهي: (الجنس، السن، والمستوى العلمي، والمهنة وأخيرا الدخل) أما الجانب الثاني ويتمثل في خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية المقدمة ممثلة في خمس متغيرات وهي: (أسلوب الخدمة، طبيعة الخدمة، عدد مرات استعمال الخدمة، الفائدة من الخدمة، وأخيرا مكان الحصول على الخدمة) وذلك من أجل دراسة العلاقة الارتباطية بين خصائص الخدمة المقدمة والعوامل الديموغرافية والشخصية لمتلقي الخدمة والشكل التالي يوضح نموذج الدراسة المقترح.

شكل رقم (02): نموذج ومتغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث

3. فرضيات الدراسة:

لأغراض الدراسة فإنه سيتم إختبار درجة الارتباط بين العوامل الشخصية والديموغرافية (الجنس، السن، والمستوى العلمي، والمهنة وأخيرا الدخل) من جهة وبين خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية المقدمة ممثلة في (أسلوب الخدمة، طبيعة الخدمة، عدد مرات استعمال الخدمة، الفائدة من الخدمة، المشاكل من الخدمة، وأخيرا مكان الحصول على الخدمة) وهذا لمعرفة أثر العوامل الشخصية والديموغرافية على خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية، وهكذا تصبح لدينا ثلاثون (30) فرضية سيتم إختبار تقابلها فرضيات بديلة، وعلى سبيل المثال نذكر اختبار العلاقة بين الجنس وأسلوب الخدمة في الفرضيتين التاليتين:

- (H0.1) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأسلوب الخدمة البنكية الإلكترونية (وجود إستقلالية)
- (H1.1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأسلوب الخدمة البنكية الإلكترونية (وجود إرتباط)
- (H0.2) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السن وأسلوب الخدمة البنكية الإلكترونية

- (H1.2) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السن وأسلوب الخدمة البنكية الإلكترونية

وبنفس الطريقة تتشكل لدينا الفرضيات الجزئية المتعلقة باختبار الارتباط والاستقلالية للمتغيرات والعوامل السابقة.

4. أداة الدراسة وأسلوب جمع البيانات :

بعد تحديد مجتمع الدراسة والأسلوب المتبع لاختيار عينة الدراسة، سيتحدد في هذا الجانب شرح لأداة الدراسة والأسلوب المتبع لجمع البيانات، حيث قام الباحث بالاستعانة بأسلوب الاستبيان كأداة للدراسة، وهي مخصصة للزبائن والمتعاملين مع البنوك التجارية، وفيما يتعلق بكيفية جمع البيانات وقياس المتغيرات فقد شمل الاستبيان على أربع (04) أجزاء رئيسية يتعلق الجزء الأول منها بمعلومات شخصية عن المتعامل أو الزبون ويشمل الجنس والسن والمهنة والمستوى العلمي والدخل، أما الجزء الثاني فيتعلق بمعلومات عامة حول أسلوب الخدمة المتعامل بها وتشمل طبيعة الخدمة المقدمة والوسائط أو القنوات الإلكترونية المعتمدة وعدد مرات الاستعمال والإقبال على الخدمة ومعدل زيارة موقع ال بنك عبر الانترنت والفوائد المرجوة من الخدمات الإلكترونية البنكية وسبب تواصل الزبون مع البنك، وأخيرا تم طرح بعض المشاكل التي تواجه الزبون عند التعامل مع القنوات الإلكترونية البنكية، وهي معبر عنها بالفقرات من 01 إلى غاية 10 من الجزء الثاني. كما تم الاستفسار عن خصائص الخدمة البنكية ويتعلق الأمر بمعلومات عامة حول البنك أو الوكالة البريدية المقدمة للخدمة الإلكترونية ويشمل خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية: نوع البطاقة ومواصفاتها وطبيعة الخدمة البنكية عبر الموقع الإلكتروني ونوعية الحسابات المفتوحة وإدارة الخدمة الإلكترونية البنكية ووسائل التحقق من هوية المتعامل،

5. أسلوب تحليل البيانات :

بعد قياس المتغيرات سيتم تفرغها وتحليلها بالاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) Statistical Package for Social Sciences لتحليل بيانات الدراسة، وسيم اختبار فرضيات الدراسة السابقة عند مستوى معنوية تقدر بـ (0.05) باستخدام أسلوب Pa & Pas ، ولأغراض تحليل الدراسة سوف يستعين الباحث بالمقاييس التالية :

- **مقاييس الإحصاء الوصفي** : وذلك من خلال بعض مقاييس النزعة المركزية كالتوسطات الحسابية أو بعض النسب المئوية، ومقاييس التشتت خصوصا الانحراف المعياري، وذلك من أجل الوقوف على بعض خصائص المتغيرات التي تفسر المتغير التابع، أو تحديد خصائص العينة المختارة ومواصفاتها.
- **مقاييس الإحصاء الاستدلالي**: وسيم الاستعانة بها لاختبار فروض الدراسة، حيث سيتم الاعتماد بشكل رئيسي على الاختبارات والتحليل التالية:

- اختبار الاستقلال: Test of Independence (χ^2) وذلك من خلال اختبار كاي تربيع الذي سيحدد عن وجود علاقة بين الجنس أو السن أو المستوى العلمي والمهنة أو الدخل من جهة ونوع الخدمة وسبب اقتناء الخدمة والفائدة من اقتناء الخدمة... الخ.

6. مناقشة النتائج وتحليل الارتباط:

سيتم في هذا الجانب عرض نتائج الإحصاء الوصفي والاستدلالي لخصائص العينة واختبار الفرضيات ومناقشتها بهدف الوصول إلى أكثر المتغيرات تأثيرا وأهميتها حسب آراء الزبائن .

1.6. نتائج التحليل الوصفي:

خصائص العينة المتعلقة بالزبائن :

من خلال الاستبيان المقدم للزبائن وفيما يتعلق بالجوانب الشخصية لعينة الدراسة حول الجنس والسن والمستوى العلمي والمهنة والدخل، فقد تحددت خصائص العينة في الجدول التالي :

جدول رقم (04): خصائص العينة المتعلقة بالزبائن

المتغير	الخاصية	العدد	% النسبة
الجنس	ذكر	64	51,2
	أنثى	61	48,8
السن	أقل من 24 سنة	00	00
	من 25 إلى 40 سنة	84	67,2
	من 41 إلى 55 سنة	38	30,4
	من 56 سنة فأكثر	3	2,4
المستوى العلمي	مستوى تاهيل أدنى	3	2,4
	ثانوي	39	31,2
	جامعي	74	59,2
	دراسات عليا	9	7,2
المهنة	عاطل عن العمل	1	,8
	طالب	32	25,6
	موظف	61	48,8
	أعمال حرة	15	12,0
الدخل	تاجر	16	12,8
	أقل من 30000 دج	34	27,2
	30001 - 70000 دج	77	61,6
	70001 دج فأكثر	14	11,2

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن العينة متجانسة بين الذكور والإناث بنسبة 51.2 % و 48.8% على الترتيب بفارق ثلاث أفراد فقط لصالح الذكور، وتتراوح أعمارهم بين الـ 25 والـ 40 سنة بنسبة 67.2 % و 38.4% لفئة 41 و 55 سنة بينما يلاحظ 03 أفراد فقط سنهم فوق الـ 56 سنة، أما من حيث مستوى التأهيل فأغلب العينة المستجوبة ذات مستوى تأهيل معتبر حيث سجلت نسبة المستوى الجامعي 59.2% والثانوي 31.2% كما لوحظ وجود 09 أفراد من ذوي الدراسات العليا بنسبة 07.2% والباقي دون مستوى بنسبة 02.4%، أما فيما يتعلق بالمهنة فالنتائج تشير إلى شخص واحد عاطل عن العمل وما نسبته 25.6% طالبة وأعلى نسبة لصالح الموظفين بنسبة 48.8% وبمتوسط 12% لكل من التجار وأصحاب الأعمال الحرة، أما من حيث الدخل فتشير العينة إلى 27.2% لذوي الدخل أقل من 30000 دج ونسبة 11.2% لذوي الدخل الأكثر من 70000 دج بينما كانت النسبة المرتفعة لذوي الدخل بين 30000 و 70000 دج بنسبة 61.6%.

خصائص الخدمة المقدمة للزبائن:

بالعودة إلى الاستبيان مرة أخرى وبالتحديد فيما يتعلق بجوانب الخدمة المقدمة للزبائن حول أسلوب الخدمة وطبيعتها وعدد مرات إقتنائها والفائدة منها والمشاكل المتعلقة بها ومدى إقبال الزبائن على الخدمات المصرفية الإلكترونية فيمكن تلخيصها في الجدول التالي:

جدول رقم (05): خصائص الخدمة المقدمة للزبائن

المتغير	الخدمة	العدد	النسبة
أسلوب الخدمة	خدمات عبر الهاتف	18	14,4
	الموعات الآلية DAB	92	73,6
	نقاط البيع TPE	13	10,4
	الخدمة عبر الانترنت	2	1,6
طبيعة الخدمة	التحقق من الارصدة	92	73,6
	التحويل المالي	5	4,0
	دفع الفواتير	27	21,6
	أخرى	1	,8
عدد مرات استعمال الخدمة	أقل من 03 مرات	121	96,8
	من 03 الى 08 مرات	3	2,4
	من 08 الى 12 مرة	1	,8
عدد مرات زيارة موقع البنك	أقل من 03 مرات	112	89,6
	من 03 الى 08 مرات	13	10,4
الترغيب في الخدمة	نعم	102	81,6
	لا	23	18,4
الفائدة من الخدمة	الملائمة	24	19,2
	ريح الوقت	88	70,4

8,8	11	تخفيض الرسوم	
1,6	2	أخرى	
50,4	63	صعوبة الدخول على الخدمة	مشاكل استعمال الخدمة
10,4	13	طبيعة الخدمة معقدة	
9,6	12	مواقع الخدمة وهمية	
29,6	37	الخوف من الاحتيال	
60,0	75	الحساب البنكي متواجد بالنك	
10,4	13	الخدمة الممتازة	سبب اختيارك للخدمة
27,2	34	الشركة تتعامل مع البنك	
2,4	3	أخرى	
40,8	51	المنزل	
52,0	65	مكان العمل أو الدراسة	مكان الحصول على الخدمة
6,4	8	مقهى (نادي) انترنت	
,8	1	أخرى	
15,2	19	مهارات الانترنت	
31,2	39	تطور الخدمة الالكترونية	سبب ودوافع اقتناء الخدمة
,8	1	التجارة والتسوق الالكتروني	
40,8	51	الخدمة السريعة	
10,4	13	تكلفة الانترنت	
1,6	2	نوع الاتصال	

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

يبين الجدول السابق خصائص الخدمة المقدمة للزبائن حيث يظهر أن أغلب الخدمات المقدمة تتم بواسطة الموزعات الآلية DAB بنسبة 73.6% ما يعني ارتفاع استعمال البطاقات البنكية وانتشار خدمة الموزعات الآلية، بينما سجلت أسلوب الخدمة عبر الهاتف ونقاط البيع نسب قليلة بحوالي 14.4 و 10.4% على الترتيب بينما خدمة الصيرفة الالكترونية عبر الانترنت فلا تكاد تذكر حيث سجلت نسبة 01.6% لشخصين فقط، أما فيما يخص طبيعة الخدمة ونوعها فالعينة أشارت إلى خدمة التحقق من الرصيد بنسبة 73.6% و دفع الفواتير بنسبة 21.6%، وفيما يتعلق بعدد مرات استعمال الخدمة أو معدل زيارات موقع البنك فأغلب الزبائن يشيرون إلى قلة الزيارات تلك القنوات بأقل من 03 مرات بنسبة 96.8% بالرغم من أن أغلب الزبائن وبنسبة 81.6% أشاروا إلى البنك يعرض عليهم الخدمة الالكترونية ويرغبهم فيها بينما النسبة الباقية صرحت بأنه لم تقدم لهم أي خدمة الكترونية وأن البنك لا يرغبهم في ذلك، وفيما يتعلق بالفائدة من الخدمة فأغلب الزبائن يشيرون إلى ربح الوقت بنسبة 70.4% والملائمة بنسبة 19.2% والباقي يرجعون ذلك لعوامل أخرى، أما عن المشاكل المتعلقة بالخدمة الالكترونية فتظهر ما نسبته 50.4% إلى صعوبة الدخول على الخدمة و 29.6% إلى الخوف من الاحتيال والسرقة ويرجع الباقي ذلك إلى طبيعة الخدمة المعقدة وأنها خدمات وهمية وليست حقيقية بنسبة 10.4 و 09.6% حيث يفضل هذه الأخيرة

التعامل المباشر مع شبابيك البنك، وفيما يخص سبب إختيارهم للبطاقة البنكية فيرجع الزبائن إلى أن حسابهم متواجد بالبنك أو مؤسسة البريد بنسبة 60% ويرجع البعض الآخر إلى أن المؤسسة التي تعمل بها تتعامل مع هذا البنك بنسبة 27.2% بينما يرجع الباقي (10.4%) إلى طبيعة الخدمة الممتازة والسريعة.

خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية:

من خلال الجدول أدناه تتضح لنا خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية، فمن حيث نوع البطاقات المعتمدة والمتداولة في النظام المصرفي الجزائري حسب آراء العينة المستجوبة نجد بطاقة السحب البنكية تحتل الصدارة في التعاملات البنكية بنسبة 98.4% في حين لم تسجل الأنواع الأخرى أي نسبة وهذا ما يعكس قصور في تنوع مجال الخدمة البنكية الإلكترونية ومحدودية تلك البطاقات على عملية السحب فقط دون الدفع والإقراض، بينما لوحظ بنك واحد يقدم بطاقة القرض لفئات معينة من الزبائن إلا أنها محدود التعامل وغير منتشرة بشكل مطلوب كما أن الإقبال عليها ضعيف جدا لخصوصية البطاقة ومحدوديتها، أما فيما يتعلق بالقنوات الإلكترونية المتوفرة فتشير العينة إلى توفر خدمة الموزعات الآلية DAB بنسبة 95.2% بينما النسبة الباقية 4.8% كانت لنقاط البيع TPE بينما لم تسجل أي نسبة تذكر لصالح الخدمات الأخرى كالصيرفة عبر الهاتف أو عبر الانترنت، وهذا يعكس قصور وقلة الوسائل البنكية الإلكترونية، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (06): خصائص الخدمة البنكية الإلكترونية

المتغير	الخدمة	العدد	النسبة%
البطاقة البنكية المعتمدة	بطاقة السحب	64	98.5
	بطاقة القرض	01	1.5
القنوات الإلكترونية المتوفرة	الموزعات الآلية DAB	62	95.4
	نقاط البيع TPE	03	4.6
	الخدمة عبر الانترنت	00	00
طبيعة الخدمة عبر الموقع	إستعلامية	54	83.1
	إتصالية	10	15.4
نوع الخدمة عبر الموقع	التحويل المالي	42	64.6
	فتح الحسابات	13	20.0
	التحقق من الأرصدة	04	6.2
	دفع الفواتير	2	3.1
	أخرى	4	6.2
نوع الحسابات الممنوحة	بالعملة المحلية	52	80.0
	بالعملة الصعبة	11	16.9
	حسابات إفتراضية	2	3.1

49.2	32	قسم مختص بالوكالة	إدارة الخدمة الإلكترونية
49.2	32	المديرية العامة بالبنك	
1.5	1	أخرى (قسم استشاري خارجي)	
53.8	35	رقم التعريف الشخصي PIN	وسائل التحقق من هوية المتعامل
40.0	26	البطاقة البنكية	
1.5	1	البصمة البيولوجية	
4.6	3	أخرى ... التوقيع الإلكتروني	
69.2	45	المخاطر التشغيلية	المخاطر التي يغطيها البنك
20.0	13	المخاطر التكنولوجية	
9.2	6	المخاطر القانونية	
1.5	1	أخرى ...	

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

وفيما يتعلق بطبيعة الخدمة فنلاحظ ان أغلب الخدمات المقدمة عبارة عن خدمات إستعلامية بنسبة 84% وإتصالية بنسبة 16%، وهكذا يتضح ان الخدمات البنكية غير تفاعلية مع الزبون وتبقى المواقع الإلكترونية البنكية عبارة عن واجهات للاستعلام ما عدى فيما يتعلق بخدمة التحقق من الرصيد حيث يمكن الحصول على كشف الرصيد للمتعامل دون اللجوء إلى البنك، أما فيما يخص نوع الحسابات المفتوحة فنجد أغلبها يتم بالعملة المحلية بنسبة 80% أما بالعملة الصعبة بنسبة 16.8% وبالتالي لا تتوفر البطاقات الدولية بالشكل المطلوب التي تعتمد على وجود حساب بالعملة الصعبة، أما فيما يتعلق بجوانب التحقق من هوية المتعامل فتشير العينة إلى رقم التعريف الشخصي أو الرقم السري وذلك بنسبة 53.6% واستعمال البطاقة البنكية وهي بنفس التكنولوجيا بنسبة 40% بينما لم نلاحظ وجود أي وسائل أخرى للتحقق كالبصمة البيولوجية ما عدى تقنية نسخ صورة التوقيع وتعميمها على باقي الشبكة، وأخيرا وفيما يتعلق بالمخاطر التي يغطيها البنك فيشير البنوك إلى أن ما نسبته 68.8% يتم تغطيته في عمليات ومخاطر تشغيلية ونسبة 20% أشارت الى تغطية المخاطر التكنولوجية، بينما المخاطر القانونية لم يشر لها إلا بنسبة 9.6% أما النسبة الباقية فكانت ل مخاطر أخرى غير التي ذكرناها، وهذا يتضح أن البنك يعالج فقط المخاطر التشغيلية فقط أو الناتجة عن التكنولوجيا كالخطأ والعطل بينما المخاطر القانونية يبدو خارجة عن اختصاص الوكالة ولا يتم تغطيتها.

نتائج اختبار الاستقلالية والارتباط:

يهدف هذا الاختبار إلى معرفة درجة الارتباط والإستقلالية في العوامل الشخصية المتعلقة بالجنس والسن والمستوى العلمي والمهنة والدخل من جهة وخصائص الخدمة الإلكترونية من جهة أخرى، وذلك للوقوف أكثر على العوامل التي تمثل تحديا للزبائن حسب خصائص العينة، ويستند هذا الاختبار إلى المعلمة كاي تربيع Chi Quare عند مستوى معنوية 0.05 أين سننتمد على فرضيتين الأولى متعلقة بالاستقلال أي لا توجد علاقة بين المتغيرين والفرضية البديلة متعلقة بالارتباط بين المتغيرين، حيث تقبل الفرضية المبدئية

(الصفيرية) التي تشير إلى استقلالية المتغيرين إذا كانت Sig أكبر تماما من مستوى الثقة 0.05 وإلا ترفض الفرضية المبدئية وتقبل الفرضية البديلة التي تشير إلى الارتباط بين المتغيرين، والجدول التالي يلخص مستويات المعنوية لكل المتغيرات المستخرجة من برنامج الإحصائي SPSS.

جدول رقم (07): مستويات المعنوية لدرجة الارتباط والاستقلالية لمتغيرات الدراسة

الدخل	المهنة	المستوى العلمي	السن	الجنس	
,000	,000	,335	,018	,152	أسلوب الخدمة
,727	,000	,854	,025	,256	طبيعة الخدمة
,026	,901	,984	,966	,513	عدد مرات استعمال الخدمة
,000	,000	,000	,131	,075	الفائدة من الخدمة
,004	,000	,008	,045	,015	مشاكل استعمال الخدمة
,001	,000	,534	,174	,025	مكان الحصول على الخدمة

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق يتبين أن هناك استقلالية بين أسلوب الخدمة وكل من الجنس والسن والمستوى العلمي حيث لا علاقة لتلك المتغيرات بأسلوب الخدمة المستعملة سواء تعلق الأمر بالموزعات الآلية أو نقاط البيع وغيرها بينما هنا ارتباط بين أسلوب الخدمة من جهة والمهنة والدخل من جهة أخرى حيث يتبين أن كل من نوع المهنة ومقدار الدخل علاقة بشكل مباشر على أسلوب الخدمة واقتناءها حيث أعطى هذين المتغيرين مستوى دلالة قوية بمقدار 0.00 وهذا ما يوضح أهمية الدخل ونوع المهنة في التأثير والتأثر بأسلوب الخدمة البنكية الإلكترونية، أما في يتعلق بطبيعة الخدمة فقط أعطت الدراسة معنوية فقط للسن 0.025 والمهنة 0.00 بينما أوضحت الدراسة وجود استقلالية لباقي المتغيرات، وفيما يخص عدد مرات استعمال الخدمة فأوضحت الدراسة وجود ارتباط فقط بينها وبين الدخل ما يشير إلى علاقة هذا العامل بعدد مرات والتردد على الخدمة البنكية الإلكترونية أي أن الدخل مهم في تبني الخدمة البنكية الإلكترونية، أما فيما يخص الفائدة من الخدمة الإلكترونية فالنتائج تشير إلى وجود ارتباط بين الفائدة من الخدمة وكل من المستوى العلمي والمهنة والدخل بدلالة معنوية 0.00 ما يوضح أهمية تلك العوامل وعلاقتها بدرجة الوعي والمعرفة بأهمية والفائدة الخدمة الإلكترونية بينما لوحظ وجود استقلالية لكل من الجنس والسن وبالتالي لا علاقة للسن والجنس بأهمية الخدمة الإلكترونية، أما فيما يخص المشاكل المتعلقة من استعمال الخدمة فأظهرت الدراسة وجود ارتباط بين تلك المشاكل وباقي العوامل الشخصية بدءا بالجنس والسن والمستوى العلمي والدخل والمهنة، فجميع خصائص العينة السابقة دون استثناء أعطت نفس الاتجاه فيما يتعلق بالمشاكل المرتبطة بالتعاملات الإلكترونية البنكية، ما يوضح أن المشاكل والتحديات ليست مرتبطة بفئة معينة دون الأخرى فالجميع متفق بحجم المشاكل والتحديات التي تقف عائقا أما تطور العمل المصرفي الإلكتروني، وأخيرا وفيما يتعلق بمكان الحصول على الخدمة الإلكترونية فأظهرت الدراسة وجود علاقة وارتباط بينها وبين كل من الجنس والمهنة والدخل حيث تبين هذا الاتجاه مدى الاختلاف في

الحصول على الخدمة بين الجنسين وبين أصحاب الدخول وحسب طبيعة العمل او المهنة، وفي الأخير نلاحظ أن كلا من الدخل والمهنة لهما علاقة وارتباط بين خصائص الخدمة ما يوحي بأهمية تلك الجانبين بتطوير العمل المصرفي الإلكتروني.

الخاتمة:

من خلال الاستعراض السابق تبين أن استعمالات وتطبيقات أنظمة الدفع الإلكتروني بالجزائر في تطور وتوسع مستمر من حيث الأجهزة والمعدات، غير أن نسبة العمليات عبر تلك التطبيقات لا تزال ضئيلة في معظم عمليات البنوك، ويتعاطى أكثر المتعاملين بعمليات السحب بنسبة 98%، وأغلبها تتم عبر موزعات الصرف الآلية DAB بنسبة 95%، وان مجمل العمليات داخلية تتم بالعملية المحلية بسبة 80%، في حين كانت أغلب المشاكل التي يواجهها المتعاملين كانت مشاكل واطار تشغيلية بنسبة 69% ما يحول دون إتمام تلك العمليات.

أما فيما تباين تلك العمليات وفق الخصائص الشخصية والديمغرافية، فقد أعطت الدراسة النتائج التالية:

- الجنس له علاقة وتأثير على كلا من مكان الحصول على الخدمة الإلكترونية، ومشاكل استعمال الخدمة.
- السن له علاقة وتأثير على كل من أسلوب وطبيعة الخدمة الإلكترونية، ومشاكل استعمال الخدمة.
- المستوى التعليمي له علاقة وتأثير على كل من الفائدة من الخدمة ومشاكل استعمال الخدمة.
- المهنة لها علاقة قوية بجميع متغيرات الدراسة ماعدا عدد مرات استعمال الخدمة.
- الدخل له علاقة قوية بجميع متغيرات الدراسة ماعدا طبيعة الخدمة الإلكترونية المقدمة.

وبناء على النتائج السابقة يمكن أن نقترح التوصيات التالية:

- إعطاء الأهمية لأماكن توزيع وانتشار الموزعات الآلية، ونقاط الالكترونية الأخرى للتناسب ومستعملي تلك الخدمات بما ويتناسب واستعمالهم حسب الجنس.
 - زيادة دعم ثقة وأمان تلك المعاملات لدى المتعاملين، وتذليل كل المشاكل والصعوبات لدى المتعاملين.
 - إعطاء الأهمية للتعريف والترويج لمزايا الخدمات البنكية الالكترونية وتطبيقات الدفع الإلكتروني، لدى جميع المتعاملين.
- وفي الأخير نرجوا ان تعميم تلك الخدمات بما وتستجيب ورغبات وتفضيلات المتعاملين وتيسير الحصول عليها، وتعزيز الجانب المعلوماتي والتفاعلي منه بالوسائط الإلكترونية.

الهوامش والمراجع:

¹ http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/05/blog-post_1711.html

² أيمن قديح، الدفع الإلكتروني ... من يحميه؟ متاح على الموقع <http://alyaseer.net/vb/showthread.php?t=4904> أطلع بتاريخ 2013/09/07.

Ayman Qdeeh, electronic payment... Who protects him? Available on-site (06/09/2006) <http://alyaseer.net/vb/showthread.php?t=4904> Date Viewed 07/09/2013.

³ نطاق نظم الدفع وأهميتها متاح على الموقع <http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Banks/54531.pdf>

Scope and importance of payment systems. Available at ; <http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Banks/54531.pdf>

عريبي محمد ولحسين عبدالقادر، 2010، أنظمة الدفع الإلكترونية وأزمة السيولة في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع بالبنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية عرض تجارب دولية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة خميس مليانة.

Oreibi Mohammed and Hussein Abdelkader, 2010, Electronic payment systems and the liquidity crisis in Algeria, the Fourth International Forum on the modernization of payment system in Algerian banks and the problem of e-commerce adoption. Presentation of International Experiences, Faculty of Economic Sciences, Khamis Maliana University.

⁵ عدنان إبراهيم سرحان، 10-12 ماي 2003، الوفاء (الدفع) الإلكتروني، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، الإمارات المتحدة، ص 268.

Adnan Ibrahim Sarhan, 10-12 May 2003, Electronic Payment, Electronic Banking Conference between Sharia and Law, College of Sharia and Law, United Arab Emirates, p. 268.

⁶ عبدالباسط وفا، 2003، سوق النقود الإلكترونية: الفرص، المخاطر، الآفاق، دون دار نشر، القاهرة، ص 13.

Abdulbaset Wafa, 2003, Electronic Money Market: Opportunities, Risks, Prospects, Don Publishing House, Cairo, p.

أنيس هاد، 2007، ترجمة خالد العامري، استخدام الكروت الذكية في التسويق، دار الفاروق، القاهرة، ص 31.

Anis Hadad, 2007, translated by Khaled Amiri, the use of smart cards in marketing, Dar Al-Farouk, Cairo, p. 31.

⁸ العقد الإلكتروني وإثباته، متاح على الموقع: www.omanlover.org/.../31396d1290869992

Electronic contract and proof thereof

⁹ نبيل صلاح محمد العربي، 10.12 ماي 2003، الشيك الإلكتروني والنقود الرقمية: دراسة مقارنة، مؤتمر الأعم ال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة المجلد الأول، دبي، ص 66.

Nabil Salah Mohammed Al Arabi, 10 May 2003, Electronic Check and Digital Money: Comparative Study, Electronic Banking Conference between Sharia and Law, Faculty of Sharia and Law, UAE University Vol. I, Dubai, p.66.

¹⁰ جلال عايد الشورة، 2008، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة، عمان، ص 59.

Jalal Aayed Al-Shoura, 2008, Electronic Payment Methods, Dar Al-Thaqafa, Amman, p. 59.

¹¹ محمد إبراهيم محمود الشافعي، 10.12 ماي 2003، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المجلد الأول، دبي، ص 136.

Mohammed Ibrahim Mahmoud Al-Shafei, 10 May 2003, Monetary, Economic and Financial Impacts of Electronic Money, Electronic Banking Conference between Sharia and Law, Faculty of Sharia and Law, UAE University, Vol. I, Dubai, p136.

¹² أحمد جمال الدين موسى، 2007، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، **الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية**، منشورات الحلبي، الجزء الأول، بيروت، ص 154.

Ahmed Gamal El-Din Mousa, 2007, *Electronic Money and its Impact on the Role of Central Banks in the Management of Monetary Policy, New in Banking Business from the Legal and Economic Aspects*, Halabi Publications, Part I, Beirut, p154.

¹³ محمد سعدو الجرف، 10.12 ماي 2003، أثر استخدام النقود على الطلب على السلع والخدمات، **مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون**، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة المجلد الأول، دبي، ص 197.

Mohamed Saadou Al-Jarf, 12 May 2003, *Impact of Money Use on Demand for Goods and Services, Electronic Banking Conference between Sharia and Law*, Faculty of Sharia and Law, United Arab Emirates University Volume I, Dubai, p 197.

¹⁴ لجلال عابيد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص 67.

¹⁵ Olivier de wasseige, 2007, *e- management ; e-commerce, e-marketing, e-Bay: 3 leviers de croissace pour les entreprise, édition Pro*, Belgique. , P117.

Olivier de wasseige, 2007, *e-management; e-commerce, e-marketing, e-Bay: 3 levers of croissace for companies, Pro edition*, Belgium. , P117.

¹⁶ Michel Badoc et autre, 2000, *e-marketing de la Banque et de l'Assurance, 2eme édition, l'Organisation*, Paris, P109.

Michel Badoc et al., 2000, *e-marketing of the Bank and Insurance, 2nd edition, Organization*, Paris, P109.

¹⁷ David Bounie, 2003, *lorsque la sucurisation des payments par carte bancaire sur internet conduit à une concurrence entre les banques et les opérateurs de réseau, annals des telecommunications: Commerce électronique le temps des evaluation; tome 58 n 1/2 , janvier – fevrier 2003; Paris, P 80.*

David Bounie, 2003, *when the sucsization of payments by credit card on the internet leads to competition between banks and network operators, annals of telecommunications: E-commerce time evaluation; volume 58 n 1/2, January - February 2003; Paris, P 80.*

* La Carte CIB: Le retrait par Carte Inter Bancaire البطاقة البنكية أو للسحب بين البنوك

** RIM: Réseau Monétique Interbancaire

¹⁸ <http://www.bdl.dz/arabe/visa-arabe.html05/2013>.

¹⁹ <http://www.bea.dz/carteamex.html..2013>.

²⁰ <https://edcarte.poste.dz/ar/terms.html>

²¹ <http://www.bdl.dz/arabe/cheque-arabe.html>

²² <http://www.bdl.dz/arabe/virement-arabe.html>

*** هي الشركة الرائدة عالميا في خدمة تحويل الأموال الدولية . وتعمل هذه الشركة مع شركاء ذو جودة في أكثر من 150000 نقطة بيع بالتجزئة في 170 بلدا وإقليما من أجل توفير وسيلة آمنة وسريعة لإستقبال الأموال في جميع أنحاء العالم،

²³ <http://www.bdl.dz/arabe/mg-arabe.html05/2013>.

²⁴ <https://www.cashu.com/site/ar/aboutUs2013>

²⁵ <http://www.onecard.net/customer/about.html05/2013>.

* شركة (National Net Ventures N2V) هي شركة انترنت قابضة عملها الرئيسي تطوير شركات انترنت عالمية . تقوم N2V بالاستثمار في أنواع متعددة من المشاريع تبدأ من الشركات الناشئة وحتى الشركات الكبرى . ونقوم أيضا بتوفير البنية التحتية والموارد والأدوات بالإضافة إلى الخبرة لتسريع نمو صناعة الانترنت في العالم العربي .

²⁶ <http://www.Baycash.net/onecardriyassaoudiens/onecard%20card%2010/20points>.

* Algérie Télécompensation Interbancaire (Système de télécompensation électronique).

* Algeria Real Time Settlements (Système de paiement de gros montants).

²⁷ *Guide des banques et des établissements financiers 2012. Edition 2012. Kpmg.dz P 85.*

Guide to Banks and Financial Institutions 2012. 2012 Edition. Kpmg.dz P 85.

²⁸ *Helen White and Fotini Nteli, 2004, Internet banking in the UK: Why are there not more customers? journal -of Financial Services Marketing , vol 09, n 01; p, 49-56; <http://www.palgrave-journals.com/fsm/journal/v9/n1/abs/4770140a.html#top>*

²⁹ www.poste-dz.com.