



عامر هواري

جامعة البليدة

د. بن عيسى عنابي

المدرسة العليا للتجارة

مداخلة بعنوان:

مدى إدراك مستخدمي الانترنت بالجزائر لأهمية التعامل بوسائل الدفع الالكترونية

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الانترنت بالجزائر

مقدمة:

شهدت بيئة الاقتصاد العالمي في السنوات الأخيرة تغيرات جذرية وهذه التغيرات هي جزء من سياسة العولمة والتي أفرزت كماً هائلاً من التطبيقات شملت جميع القطاعات الاقتصادية ويمكن اعتبار قطاع الخدمات المالية والمصرفية أكثر القطاعات الاقتصادية استفادة من هذه التغيرات الهائلة و المتسارعة في مجال الخدمات الالكترونية والاتصال وذلك لامتلاك القطاع المصرفي إمكانيات مالية ضخمة تمكنه من الاستثمار في قطاع الخدمات الالكترونية.

و أدت هذه التطورات التكنولوجية الحديثة إلى استخدامات الكترونية مهمة في ميدان القطاع المصرفي وفي مقدمتها استخدام وسائل الدفع الالكترونية والذي يحتاج استخدامها إلى بيئة ملائمة تسهل إمكانية تطبيقها، وبالمقارنة مع وسائل الدفع التقليدية فإن هذه التقنية لها عدة خصائص تضمن الأمان، السرية، الكفاءة والراحة، حيث كسبت EPS* انتشاراً واعترافاً في كافة أنحاء العالم [01].

إن الجزائر كغيرها من الدول تأثرت بتداعيات العولمة، حيث بدى ذلك بنشأة وسائل الدفع الالكترونية، وظهور البطاقات البنكية وغيرها من الوسائل الالكترونية التي حلت في بعض الأحيان محل الوسائل التقليدية.

* E.P.S; Electronic Payment System

وجاءت هذه الدراسة لتوضح مدى إدراك الزبون المحتمل والفعلي للخدمة من خلال استبيان وجه لشريحة مستعملي الانترنت بالجزائر، ورصد اتجاهاتهم نحو هذه الخدمات عن طريق هذه الدراسة الميدانية.

ومن هذا فإننا نطرح السؤال الجوهرى التالي:

ما مدى إدراك مستخدمى الانترنت فى الجزائر لوسائل الدفع الالكترونية وما هو تقييمهم لها؟

وانطلاقا من هذا السؤال يمكن وضع الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي وسائل الدفع الالكترونى المتوفرة فى الجزائر؟
- هل توجد معلومات كافية لدى مستخدمى الانترنت فى الجزائر عن وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة؟
- ماهي ايجابيات وسلبيات وسائل الدفع الالكترونية من وجهة نظر الزبون؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات قمنا بوضع الفرضيات التالى ذكرها:

- تتوفر بالجزائر بعض وسائل الدفع الالكترونية والتي تظهر فى السحب الألى ولا يتعدى استخدامها إلى الانترنت.
- لا توجد معلومات كافية لدى الزبائن المحتملين عن خدمات الدفع الالكترونية.
- يرى الزبائن أن لعمليات الدفع الالكترونية سلبيات أكثر من ايجابياتها لذلك يوجد عزوف عنها.

أهداف الدراسة:

- وضع إطار نظري لواقع وسائل الدفع الالكترونية فى الجزائر.
- معرفة مدركات الزبائن لوسائل الدفع الالكترونية.
- التعرف على سبل وآليات تطوير وسائل الدفع الالكترونية فى الجزائر.

أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهميتها كونها:

- لما تكتسيه وسائل الدفع في التجارة الالكترونية والتي تطورت بشكل كبير في العالم.
- تقف على واقع وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر في وقتنا الحالي، وإمكانية وصولها لتطلعات الزبائن.
- أهمية معرفة اتجاهات الزبائن نحو هذه الخدمات.

حدود الدراسة:

بالنسبة للإطار النظري فقد تم التطرق لواقع التجارة الالكترونية و وسائل الدفع بالجزائر عن طريق دراسة مكتبية قمنا بها معتمدين بدرجة أولى على أحدث الإحصائيات والتي تم التحصل عليها من مصادر مختلفة.

أما فيما يخص الدراسة الميدانية فقد شملت **عينه** من مستخدمي الانترنت في الجزائر، وذلك باستقصائهم عن طريق استبيان الكتروني قمنا بإرساله بالبريد الالكتروني الشخصي والبريد الالكتروني للمجموعات و عن طريق وضعه في مواقع عدة للإجابة عليه واستقبال الردود في بريد الكتروني خصص لهذا الغرض، ومن ثم جمع هذه المعلومات وتحليلها وعرضها واستخلاص النتائج.

منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة التي تتناول إدراك واتجاهات مستخدمي الانترنت بالجزائر نحو التعامل بوسائل الدفع الالكترونية ومن اجل الإجابة عن الأسئلة المطروحة و اختبار الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري لأننا بصدد عرض للمعطيات الموجودة، واعتمدنا على منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي حيث استعملنا الاستبيان الذي وجه لزيائن خدمة الدفع الالكتروني سواء كانوا محتملين أو فعليين.

هيكله الدراسة:

انطلاقا من أهداف هذا البحث قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: واقع وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر.

المحور الثاني: ادراكات مستخدمي الانترنت لأهمية وسائل الدفع الالكترونية.

المحور الثالث: نقائص وسائل الدفع الالكتروني و سبل تطويرها لتلبية تطلعات مستخدميها.

1. وسائل الدفع الالكترونية وواقعها في الجزائر:

1.1. وسائل الدفع الالكتروني، المفهوم والأنواع:

ظهرت أنظمة الدفع الالكترونية منذ ستينيات القرن الماضي حيث استعملت لنقل المبالغ الكبيرة، وتطورت في العقود الخمسة التي تليها حيث شهدت هذه الفترة تطورات تكنولوجية مهمة، أثرت بشكل كبير على وسائل الدفع الالكترونية، من ناحية أخرى أنشأت هذه الوسائل مجال أعمال وعرفا اجتماعيا جديدين [02] ص 18 - 19.

يعرف الدفع الالكتروني على أنه "عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلمة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، و إرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات" [03] ص 30.

وتعرف أيضا على أنها: "الوسائل التي يتم بواسطتها نقل المعلومات التي تتعلق بحسابات للأطراف المعنية بصفقات تجارية الكترونية" [01] ص 85.

2.1. التحول نحو وسائل الدفع الالكترونية:

تتجه المؤسسات في الدول النامية، بصورة متزايدة إلى وسائل الدفع الإلكتروني لتحسين إدارة رأس مالها العامل والعمل بكفاءة أكبر، وفي الوقت المناسب ستزول أوجه القصور في المجتمعات القائمة على أساس نقدي وتحل محلها ميزتا الكفاءة والشفافية اللتان يتمتع بهما العصر الرقمي، ولكن لكي تتطرق نظم المدفوعات الإلكترونية بشكل فعلي، يجب أن تتخطى فوائدها الذين قاموا بالاستثمار لاعتمادها، بمعنى آخر يفترض أن يستفيد مزودو الخدمات والوسطاء الماليون والأجهزة الحكومية والمستهلكون ما دامت تركيبة المدفوعات الإلكترونية تشملهم بشكل فعال من البداية [04].

لطالما اعتمدت المؤسسات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على الأموال النقدية للدفع لموظفيها، والقيام بالمدفوعات أو تلقيها، والوفاء بالتزاماتها المالية الأخرى، ونتيجة لذلك لا تبدو اقتصادياتها **فعالة** على النحو الذي يمكن أن تكون فيه لأنها مثقلة بالآثار الجانبية السلبية الناجمة عن الحاجة إلى توفر السيولة.

ومنها على سبيل المثال لا الحصر خطوط و فترات الانتظار الطويلة، وحالات تأخر المدفوعات أو تفويتها، وحفظ السجلات بطريقة ورقية تقليدية. وفيما تتجه الحكومات والشركات في جميع

أنحاء العالم الآن بصورة متزايدة إلى اعتماد نظم الدفع الإلكتروني للاستفادة من مجموعة واسعة من المكاسب، فإن نظيراتها في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تحاول اللحاق بهذا الركب[04].

3.1. أنواع وسائل الدفع الالكترونية:

عموما تصنف وسائل الدفع الالكترونية إلى خمسة أصناف هي: [01] ص 85

- **النقد الإلكتروني:** حيث يتم إنشاء عملة رقمية في أحد بنوك الأموال الرقمية بالاشتراك مع بنك حقيقي والذي يحدث في هذه الحالة هو أن مستخدم الانترنت يحول نقوده إلى ما يسمى بالمحفظة الرقمية Digital Wallet، ومن ثم التعامل بنقوده الكترونيا عن طريق الانترنت.
- **البطاقة المسبقة الدفع:** يستعمل الزبائن هذه البطاقة وذلك بإدخال الرقم البطاقة حيث يمكن للزبون استعمالها في حدود الرصيد الذي قام باقتنائه.
- **بطاقة الائتمان:** يمكن للزبون استعمالها سواء توافر المبلغ في رصيده أم لا، حيث يدفع الزبون ما يقتنيه بها لاحقا.
- **بطاقة القيد الائتمانية:** يكون فيها رصيد الزبون موجبا وتخصم المبالغ من حسابه عند قيامه بعملية الشراء الالكترونية.
- **الشيك الإلكتروني:** في الصفقات الالكترونية تجرى تحويلات بين بنك المشتري وبنك البائع عن طريق الشيك الإلكتروني.

4.1. مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني :

1.4.1. المزايا:

بالنسبة لحاملها : تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة. [05]

بالنسبة للتاجر : تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة .

بالنسبة لمصدرها : تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت 1 مليار دولار.

2.4.1. العيوب:

بالنسبة لحاملها : من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية ، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء .

بالنسبة للتاجر : إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

بالنسبة لمصدرها : أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

5.1. التجارة الالكترونية في الجزائر

لا يتجاوز حجم التجارة الالكترونية في الوطن العربي 5 مليار دولار [05] حسب بعض التقديرات حيث تتركز معظمها في دول الخليج التي يقدر حجم التجارة الالكترونية بها ب 3.1 مليار دولار ، تليها مصر ب 500 مليون دولار أما في الجزائر فلا توجد أي دراسات تتحدث عن حجم التجارة الالكترونية بها نظرا لغياب أي إطار تشريعي يحددها.

وبحسب بيان لموقع "أمبلواتيك Emplotic" ، فإن عدد مستخدمي الانترنت من الجزائريين بلغ 4.7 مليون زائر خلال 2010 ، بعد أن كان لا يتجاوز 3.7 مليون زائر خلال 2009 ، ما يؤكد الانخراط بقوة في عالم الانترنت [06].

تعتمد التجارة الالكترونية بشكل أساسي على وسائل الدفع الالكتروني حيث تعد محرك العمليات التجارية التي تتم في بيئة الأعمال الرقمية ، وقد شرعت الجزائر بإصلاحات مصرفية عميقة مع مطلع هذا العام من شأنها التسريع في تطوير التجارة الالكترونية والتسوق عبر الانترنت من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكتروني ، والتي يأتي على رأسها بطاقة الدفع الإلكترونية العالمية "CBA Visa Gold" وهي عبارة عن بطاقة ائتمانية ترخصها هيئة عالمية "Visa" وعن طريق هذه البطاقة يمكن لصاحبها شراء المنتجات التي يرغبها على الانترنت من أي مكان في العالم وتحويل الأموال إلى البائع عن طريق إرسال المعلومات البنكية عبر البريد الإلكتروني بشكل مشفر لضمان عدم قراءتها في حالة اعتراضها ، غير أن ما يعيق هذه العملية في الجزائر هو بطء إجراءات تحويل الأموال عبر البنوك ، فحسب مستثمر سعودي [05] فإن تحويل الأموال من وكالة بنكية في بسكرة إلى وكالة أخرى في العاصمة تابعة لنفس البنك يتطلب عشرة أيام كاملة ، ناهيك عن تحويل الأموال إلى مصرف آخر خارج البلاد فهذا يتطلب وقتا أطول قد يتجاوز الشهرين.

غير أن وزير المالية الجزائري أكد بأن الإصلاحات الجارية في القطاع المصرفي ستقلص مدة التحويلات. وإلى جانب الاتفاق مع "Visa" صرحت المديرية العامة لبريد الجزائر مؤخرا [05] عن مفاوضات تجريها الجزائر مع "Mastercard" للانضمام إلى نطاقها، علما أن هاتين الهيئتين (Visa و Mastercard) هما اللتين تصدران البطاقات الائتمانية ذات الاستعمال العالمي الواسع، أما بطاقة الدفع الإلكتروني "Cash you" المنتشرة في منطقة الخليج العربي والشرق الأوسط فأبدت اهتماما خاصا بالسوق الجزائرية، حيث نشرت عدة إعلانات في موقع مكتوب الذي يشترك في بريده الإلكتروني أكثر من أربعة ملايين عربي تبحث عن موزعين لبطاقتها الإلكترونية في الجزائر رغم أن المديرية العامة لبريد الجزائر نفت وجود أي اتفاق أو حتى مفاوضات مع إدارة "Cash you" لتوزيعها في الجزائر رغم إبداء بعض الجزائريين رغبة في التعرف على التسوق الإلكتروني بواسطة بطاقات Cash you .

2. ادراك مستعملي الانترنت لأهمية وسائل الدفع الالكترونية:

1.2. مجتمع وعينة الدراسة: الاستبيان وجه لجميع مستخدمي الانترنت في الجزائر بمختلف شرائحهم أينما وجدوا.

حيث وضع الاستبيان بشكله الإلكتروني في عدة مواقع ذات العدد الكبير من المتصفحين، كما تم إرساله بالبريد الإلكتروني للمجموعات البريدية، الطريقة التي تضمن وصوله لعدد كبير من مستخدمي شبكة الانترنت.

وقد تم استقبال 64 استجابة على الايميل الإلكتروني الذي خصص لذلك.

2.2. أقدمية العينة في استخدام الانترنت:

وجه لعينة الدراسة السؤال منذ متى تستخدم الانترنت؟.

وقد بين تحليل الإجابات أن 76.56% من العينة يستخدمون الانترنت منذ أكثر من سنتين في حين باقي مفردات العينة هم مستخدمين للانترنت منذ أقل من سنتين.

3.2. بحث الزبائن عن المنتجات عن طريق الانترنت:

فيما يخص هذه النقطة فقد أبدى 71.87% من العينة أنهم يقومون بالبحث عن المنتجات عن طريق الانترنت، بينما نفت النسبة الباقية والتي تقدر ب 28.12% من العينة ذلك.

4.2. القيام بمعاملات تجارية إلكترونية:

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة مستخدمي الإنترنت الذين قاموا بمعاملات تجارية إلكترونية بلغت 14.06% من عينة الدراسة، وهذا راجع لنقص أو غياب آليات الدفع الإلكترونية في الجزائر، في حين عبر 85.93% عن عدم ممارستهم لأي نشاط تجاري إلكتروني من بيع أو شراء أو تخليص من قبل.

5.2. تفضيل طريقة الدفع عند المعاملة الإلكترونية:

في هذه النقطة طرح السؤال عن تفضيل طريقة الدفع (التقليدية أو الإلكترونية) عند القيام بصفقة إلكترونية على الإنترنت، حيث أظهرت الدراسة أن أغلب مفردات العينة المدروسة تفضلهم لطرق الدفع التقليدية عند القيام بمعاملات إلكترونية حيث مثلت نسبة 93.75% من المبحوثين، بينما عبر ما نسبته 6.25% عن تفضيلهم لطرق الدفع الإلكترونية.

6.2 أهمية وسائل الدفع الإلكترونية:

حول أهمية وسائل الدفع الإلكترونية عبر ما نسبته 67.39% بأن هذه الوسائل هامة بينما عبرت نسبة 15.21% عن أن هذه الوسائل غير هامة، في حين فضلت النسبة الباقية والمقدرة بـ 17.39% التعبير بـ "لا أعلم".

7.2 امتلاك وسيلة دفع إلكترونية:

فيما يخص السؤال عن امتلاك بطاقة الدفع الإلكترونية فقد بينت الدراسة أن 35.93% من عينة الدراسة تمتلك وسيلة دفع إلكترونية توزعت هذه الوسائل بين بطاقة دفع ائتمانية (Visa card أو Mastercard) حيث مثل ممتلكوها ما نسبته 73.91% من ممتلكي وسائل الدفع الإلكترونية من مفردات العينة، وقدر ممتلكوا الحساب البنكي الإلكتروني ما نسبته 26.08% من ممتلكي وسائل الدفع الإلكترونية، بينما لا يوجد ممتلكي البطاقة البنكية الإلكترونية في ممتلكي وسائل الدفع الإلكترونية.

8.2 مصدر اقتناء وسيلة الدفع الإلكترونية:

عند السؤال عن مصدر الحصول عن وسيلة الدفع الإلكترونية فقد أجاب أغلب مفردات العينة الذين يمتلكون وسيلة دفع إلكترونية بأن مصدر وسيلة الدفع الإلكترونية هو خارج الجزائر، حيث مثلوا ما نسبته 86.95%، بينما صرح ما نسبته 13.04% من ممتلكي وسائل الدفع من العينة المدروسة عن اقتنائها من داخل الجزائر.

9.2. العوامل الايجابية في استعمال وسائل الدفع الالكترونية:

حسب الدراسة فقد أجاب 93.75% من مفردات العينة أن العامل الايجابي لوسائل الدفع الالكترونية هو السرعة، في حين رأى 6.25% من العينة أن العامل الايجابي لوسائل الدفع الالكترونية هو الثقة.

3. نقائص وسائل الدفع الالكتروني و سبل تطويرها لتلبية تطلعات مستخدميها

1.3 معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر والدول النامية:

تنقسم هذه المعوقات إلى ثلاث أصناف هي: المعوقات الاقتصادية، المعوقات السوسيوسياسية والمعوقات الإدراكية.

حيث يعبر الصنفين الأول والثاني عن العوائق البيئية، بينما يعكس العائق الإدراكي السلوك الفردي ومدى استيعاب الأفراد لممارسات التجارة الالكترونية.

1.1.3. المعوقات الاقتصادية:

إن النمو السريع للتجارة الالكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية يمكن أن ينسب إلى توفر البنى التحتية وتوفر أنظمة التسليم الطبيعية والتي تعد نادرة في الدول النامية [07]، كما أن عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية وارتفاع كلفة الوصول إلى شبكة الإنترنت تعتبر مانعا قويا لممارسة التجارة الالكترونية واستخدام وسائل الدفع الالكترونية. عدم توفر بطاقات الائتمان يعد أيضا عائقا رئيسيا للتعاملات المالية الالكترونية.

حيث تعتمد أغلب الدول النامية على الثروات الطبيعية مما يجعلها اقتصاديات ريعية، حيث أنها أقل جاذبية للتعاملات الالكترونية والانترنت.

عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية من دفع لعجلة الاقتصاد، والافتقار إلى ثقافة مؤسسات أعمال منفتحة على التغيير والشفافية [08].

2.1.3. المعوقات السوسيوسياسية:

تتعلق العوائق الاجتماعية بالتطبيقات الغير رسمية، فمثلا في آسيا العلاقات الشخصية مهمة في الأعمال التجارية، حيث يفضل الآسيويون الاتصال وجها لوجه على الاتصال الإلكتروني وهذا ما لا يخدم تطور التجارة الإلكترونية في هذه المجتمعات.

القليل من الدول النامية تعطي المشروعية القانونية للتواقيع الإلكترونية، وتتعامل بعض الدول مع المنتجات التي تم شراؤها عن طريق الانترنت كمنتجات مستوردة بفرض رسوم استيراد وضريبة إضافية، هذا ما يجعل ثقة الزبون ورغبته بالشراء على الانترنت تنقص.

يعتبر عدم توفر غطاء قانوني عائقا رئيسيا لنمو التجارة الإلكترونية في الدول النامية، حيث أشارت دراسة أن نسبة تبني الأفراد في البرازيل للتجارة الإلكترونية قليلة وهذا راجع لقلّة القوانين التي تحكم التجارة الإلكترونية والتي توفر الحماية القانونية للشراء عبر الانترنت[9].

3.1.3. العوائق الإدراكية:

يرى بعض المحللين[10] أن العوائق الإدراكية أكثر تأثيرا في الدول النامية من العوائق الأخرى وهي تتضمن العديد من التأثيرات مثل نقص الوعي والمعرفة، نقص المهارات والتقييم الإدراكي السلبي للتجارة الإلكترونية.

هنالك أيضا عوائق إدراكية تخص نقص التحكم في مهارات الإعلام الآلي واللغات خصوصا عند كبار السن[11] والمقاومة الثقافية للتجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت[8].

2.3. مميزات وسائل الدفع الإلكترونية الناجحة:

إن نجاح التجارة الإلكترونية يعتمد بالأساس على نجاعة وفعالية وسائل الدفع الإلكترونية والتي يجب أن تتميز بعدة خصائص لنجاحها نذكر منها: [02]ص31.

- الأمان: توفير الأمان للعمليات التجارية الإلكترونية عن طريق تأمين مقدمي خدمة الدفع الإلكترونية لمصادر واستعمال وسائلها.

- السرية: يجب أن تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بالسرية التامة التي تحفظ خصوصية أطراف المعاملات التجارية الإلكترونية.

- الثقة: أن تلبية وسيلة الدفع الإلكترونية حاجة الزبون، بالنسبة لإمكانية استعمالها في كل وقت وفي كل التعاملات.

- التحقق من هويات الأطراف الذين يشتغلون بالتجارة الالكترونية لإبعاد الخطر عن مستعملي هذه الوسائل.

يمكن أيضا إضافة عنصر الاستمرارية حيث يجب إزالة التهديدات التي تواجه استمرار عمل وسيلة الدفع وأداؤها. [13]

3.2. التوصيات: سبل تطوير استعمال وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر:

إن دفع عجلة التجارة الالكترونية من خلال إنشاء وسائل الدفع الالكترونية لا يتوقف عند اعتماد بطاقات دفع الكترونية عالمية، إنما يتعدى ذلك إلى توفير مناخ ملائم للتعامل بهذه الوسائل ومن بين الآراء التي تحصلنا عليها من الاستبيان الموجه لعينة الدراسة استطعنا وضع نقاط يراها الزبون مهمة لاستعماله لهذه الوسائل نجملها فيما يلي:

- توفير المعلومات اللازمة عن وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة والمتاحة في الجزائر عن طريق الإشهار في وسائل الإعلام المختلفة.
- وضع إجراءات وآليات لاسترجاع الثقة بين الجهاز المصرفي الجزائري والزيائن.
- توفير غطاء إعلامي للتحسيس حول كيفية استعمال وسائل الدفع الالكترونية.
- وضع أطر قانونية وتشريعية تحكم التعاملات المالية الالكترونية.
- الاعتماد على التجارب الرائدة في الدفع الالكتروني.
- توفير ضمانات لأمن استعمال هذه الوسائل من خلال الاحتكاك بخبرات أجنبية لتطوير هذا المجال.

1- Changsu Kim *et al.*, An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems, *Journal of Electronic Commerce Research and Applications*, 9 ,2010,84–95.

2- Singh Sumanjeet, Emergence of Payment Systems in The Age of Electronic Commerce: The State of Art, *Global Journal of International Business Research*, Vol. 2, No. 2, 2009.

3- عبد الرحيم وهيبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006.

. Date de consultation 18/02/2011 www.djelfa.info -4

<http://www.rivane.net/vb/showthread.php?t=6432> -5

6- www.algerie360.com . Date de consultation 18/02/2011

7- Nir Kshetr, Barriers to e-commerce and competitive business models in developing countries: A case study, *Electronic Commerce Research and Applications* 6 (2007) 443–452.

. Date de consultation 20/2/2011 <http://ar.wikipedia.org/wiki> -8

9- Paulo Bastos Tigre, Jason Dedrick, E-commerce in Brazil: local adaptation of a global technology, *Electronic Markets* 14 (1) (2004) 36–47

10-UNCTAD, Building Confidence: Electronic Commerce and Development, United Nations Conference on Trade and Development, Geneva, 2000.

11-C. Kenny, The Internet and economic growth in less-developed countries: a case of managing expectations? *Oxford Development Studies* 31 (1) (2003) 99–113.

12-<http://www.internet-studies.net/index.html> Date de consultation 15/02/2011