

## واقع تسويق الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر في إطار مؤسسة SATIM ساتيم

### [ The reality of electronic marketing in SATIM's banks ]

Amina BENALI

Department of Management, Tahri Mohamed University, Bechar, Algeria

Copyright © 2020 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the **Creative Commons Attribution License**, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

**ABSTRACT:** SATIM (Automated Exchange Company and automatic relations between banks) is a key part of the national policy to reform and modernization of the banking sector in Algeria. SATIM has introduced the electronic payment system in practice since 2002. Where CIB is launched in 2006.

This paper purpose to show the application and practice of marketing electronic banking at this institution; by emphasizing the ability to meet its marketing goals through the launch of the CIB card and what are the most obstacles met. And that through a survey of statistics provided by SATIM Foundation and its banks. This paper attempts to open two parentheses on the main economic and technical environmental variables that govern the making of marketing strategies in SATIM.

**KEYWORDS:** E-Marketing, Bank Marketing, SATIM, CIB, Electronic Payment.

**ملخص:** تعتبر مؤسسة SATIM ( شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية بين البنوك ) حلقة أساسية ضمن السياسة الوطنية لإصلاح و عصرنة القطاع البنكي في الجزائر ، بحيث تشمل مهمتها على تحقيق مشروع ربط بين كل المؤسسات البنكية عبر شبكة رقمية متخصصة. و عملت " ساتيم " على إدخال نظام الدفع الالكتروني عمليا منذ سنة 2002 . حيث أطلقت في سبيل ذلك بطاقة الدفع و السحب بين البنوك ( CIB ) في سنة 2006 . و تهدف هذه المداخلة أساسا إلى التعرف على واقع تطبيق و ممارسة تسويق الخدمات البنكية الالكترونية لدى هذه المؤسسة . مع تسليط الضوء على مدى تمكنها من تحقيق أهدافها التسويقية من خلال إطلاق بطاقة CIB و ماهي أهم المعوقات التي واجهتها في ذلك . و هذا من خلال دراسة مسحية للإحصائيات التي تقدمها مؤسسة SATIM و البنوك التابعة لها . كما أن المداخلة تحاول فتح قوسين حول أهم المتغيرات البيئية الاقتصادية و التقنية التي تحكم صنع الاستراتيجيات التسويقية لمؤسسة SATIM .

**كلمات دلالية:** التسويق الالكتروني ، التسويق البنكي ، مؤسسة ساتيم ، بطاقة CIB ، الدفع الالكتروني .

## 1 تقديم

يتحتم على المؤسسات المالية في زمن العولمة و التغيرات التكنولوجية السريعة أن تقوم بإعادة اكتشاف و بناء نفسها باستمرار ، إن كانت ترغب أن تنافس بنجاح ، فلم يعد باستطاعة أية مؤسسة اليوم الاستمرار في تأدية أعمالها على النحو التقليدي الذي اعتادت عليه في السابق ، فطلبات الزبائن تتزايد ، و إذا لم تتدارك المؤسسة المصرفية ذلك فان مستقبلها بات محدودا [1].

و في ظل هذه الظروف تسعى البنوك الجزائرية لإصلاح ذاتها و ترقيتها بما يتماشى و التكنولوجيات الإلكترونية الجديدة ، إذ نجد مؤسسة SATIM ( شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية بين البنوك ) واحدة من المؤسسات المالية الجزائرية و التي تكمن مهمتها أساسا في تحديث التقنيات البنكية و تطوير نظام النقد و عصرنة وسائل الدفع ، أما الأعمال التي تهتم بها فهي إدماج الموزعات الآلية في جميع البنوك على أنحاء الوطن و صناعة شتى البطاقات البنكية الخاصة بالدفع و السحب كبطاقة CIB [2].

لكن يبقى السؤال الذي أحدث ضجة كبيرة في الكتابات الأكاديمية الجزائرية و حتى الصحفية منها؛ هو ما محل تسويق هذه البطاقة في السوق الآلي الجزائري.

## 2 مشكل الدراسة

وجاءت هذه المداخلة لطرح إشكال أساسي في زخم الضجة مفاده هو : ما واقع تسويق الخدمة البنكية CIB في إطار مؤسسة SATIM ؟  
واعتمادا على هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية :

- ما مدى تطبيق مؤسسة SATIM لأبعاد التسويق الإلكتروني ؟
- ما عمق الخدمة البنكية CIB في السوق الجزائرية ؟
- ماهي عوائق تسويق البطاقة البنكية CIB في السوق الجزائرية ؟

## 3 أهمية الدراسة

تستمد المداخلة أهميتها من أهمية القطاع المصرفي في الجزائر وأهمية نظام الدفع الإلكتروني ، خاصة مع التغيرات السلوكية لدى المستهلك الجزائري في الآونة الأخيرة . إذ أصبح من الضروري إسقاط الضوء على آلية من آليات الدفع الإلكتروني " بطاقة CIB " ومعايرتها من الناحية التسويقية . و من هنا تبرز جليا أهمية الدراسة من خلال إبراز مستجدات تسويق بطاقة الدفع الإلكتروني في الجزائر في إطار مؤسساتي بحث .

## 4 أهداف الدراسة

تسعى هذه المداخلة إلى تحقيق جملة من الأهداف ، و هي كالتالي :

- التعرف على مؤسسة SATIM و بطاقة CIB و إبراز أهميتهما في النظام المصرفي الجزائري .
- التعرف على أهم الأبعاد التسويقية لبطاقة CIB.
- تسليط الضوء على أهم معوقات تسويق بطاقة CIB في السوق الجزائرية .
- الوصول إلى استنتاجات و توصيات تخدم الجهات ذات العلاقة بالدراسة.

## 5 الدراسات السابقة

دراسة ( LAZREG:2015) [3] أطروحة دكتوراه بعنوان DEVELOPPEMENT DE LA MONETIQUE EN ALGERIE REALITE ET PERSPECTIVES : حيث تناولت هذه الأطروحة تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ، مستعملا الباحث المنهج الوصفي التحليلي . و بواسطة تركيبة من الاستبيانات أعدت ووزعت على حاملي البطاقات CIB ، التجار و البنوك، توصلت الدراسة إلى أنّ نظامي الأرتجياس و الآتسي أثبتا نجاحهما بغض النظر عن أنّ نظام النقدية الإلكترونية يعتبر الحلقة الأضعف في عملية تجريد نظام المدفوعات ، و من جهة أخرى تعتبر الجزائر الدولة الأكثر تأخيرا على مستوى المغرب العربي فيما يخص المنتج النقدي الإلكتروني و ذلك بسبب:

- نقص الثقافة البنكية .
- نقص عمليات التحسيس، الحملات الاشهارية و قنوات الاتصال.
- توسع و تطور التجارة الموازية التي تعد نشيطة جدا.

دراسة LAZREG و GOUDIH في 2016 مقال منشور بعنوان UN ESSAI D'ANALYSE SUR L'UTILISATION DE LA CARTE ELECTRONIQUE DE RETRAIT ET DE PAIEMENT INTERBANCAIRE ( CIB ) EN ALGERIE [4] : بحيث هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على الأسباب و تحديد العوامل التي تحول دون استخدام هذه البطاقات بالشكل الصحيح وتجعل من حاملها مواصلة السحب بالشكل التقليدي وهذا من خلال دراسة تجريبية ذات طابع كمي ونوعي أجريت على عينة تتألف من حاملي بطاقة ما بين البنوك في عدة بنوك عمومية وأجنبية بالجزائر . و خرجت الدراسة إلى ضرورة وضع خطة تسويقية تبني على أساسها ثقافة تنظيمية داخل البنوك الجزائرية، و حتمية إبلاغ المستهلكين بمزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية.

دراسة بن قشوة (2017) مقال بعنوان آليات الدفع الحديثة في المؤسسات المالية الجزائرية ومساهماتها في انتشار استعمال التسويق الإلكتروني -دراسة تحليلية لآراء موظفي المؤسسات المالية الجزائرية الناشطة بولاية الأغواط[5]- و التي انطلقت من طرح إشكال جد مهم مفاده ماهي انعكاسات استخدام وسائل الدفع الحديثة في المعاملات المالية الرقمية على نجاح التسويق الإلكتروني في المؤسسات المالية الجزائرية ؟ . و باستخدام المنهج الوصفي التحليلي ، و بالاعتماد على عينة عشوائية ميسرة مكونة من 42 موظف لدى مؤسسات مالية بولاية الأغواط بالجزائر، استنتج الباحث في الأخير أن بطاقة الدفع الإلكتروني تساهم في إنجاح التسويق الإلكتروني للمؤسسات المالية من خلال دعم نظم المعلومات التسويقية ، خفض تكاليف المعاملات المالية و توسيع نطاق السوق .

## 6 جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة

باستعراض و مراجعة ما ورد من دراسات سابقة يتبين أن هذه الدراسات تناولت عدة جوانب لتقييم واقع المعاملات المالية الإلكترونية في الجزائر ، بحيث كل دراسة أخذت زاوية تسويقية مغايرة عن الأخرى بالرغم من التشابه الكبير بين مخرجات الدراسة الأولى و الثانية بحيث رأى الباحث لزرقي أنّ السبب الرئيسي لتعطل السياسات التسويقية الإلكترونية في القطاع المالي الجزائري هو غياب الثقافة الاستهلاكية الخاصة بالميدان . أما دراسة بن قشوة فخرجت بضرورة تبني أنظمة جديدة من طرف مسوقي البنوك في ولاية الأغواط لما للتسويق الإلكتروني من أهمية على الصعيدين الوطني و الدولي .

## 7 حدود الدراسة

تتلخص حدود الدراسة في النقاط الأساسية كالتالي:

الإطود النظرية: ركزت هذه الدراسة على البيانات النظرية المتعلقة بتسويق أدوات الدفع الإلكتروني .

الإطود الزمنية: تم استقراء البيانات الصادرة عن مؤسسة ساتيم و البنوك التابعة لها و الخاصة بالسنوات من 2006 حتى 2017.

الإطود المكانية: نظرا أن البطاقة CIB بطاقة دفع فعالة داخل القطب الجزائري فالحدود المكانية للدراسة تتمثل في كامل التراب الجزائري بدون استثناء .

## 8 مرجعية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من المقالات والرسائل الجامعية و على معلومات تحليل البيانات الخاصة بمؤسسة ساتيم .

## 9 هيكل المداخلة

تمحورت المداخلة في أربعة نقاط أساسية:

- نشاطات مؤسسة ساتيم .
- تعريف البطاقة البنكية CIB .
- تسويق البطاقة البنكية .
- معوقات تسويق CIB في الجزائر .

## 10 نشاطات مؤسسة ساتيم

شركة ساتيم هي فرع لثمانية بنوك تجارية جزائرية ( البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، البنك الخارجي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للدخار و التوفير، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي و بنك البركة). نشأت سنة 1995 و هي شركة ذات أسهم رأسمالها مليون دينار، تكمن مهمتها في تحديث التقنيات البنكية و تطوير نظام النقد و عصرنه وسائل الدفع أما الأعمال التي تتطلع إليها فهي إدماج الموزعات الآلية في البنوك و التي تشرف عليها، صناعة البطاقات البنكية خاصة بالدفع و السحب حسب المقاييس المعمول بها دوليا و منح الرمز السري .

جاء إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك بغرض أداء مجموعة من المهام الأساسية والضرورية التي تحقق السير الفعال لتعاملات النقد الآلي البنكي، وتتمثل هذه المهام فيما يلي :

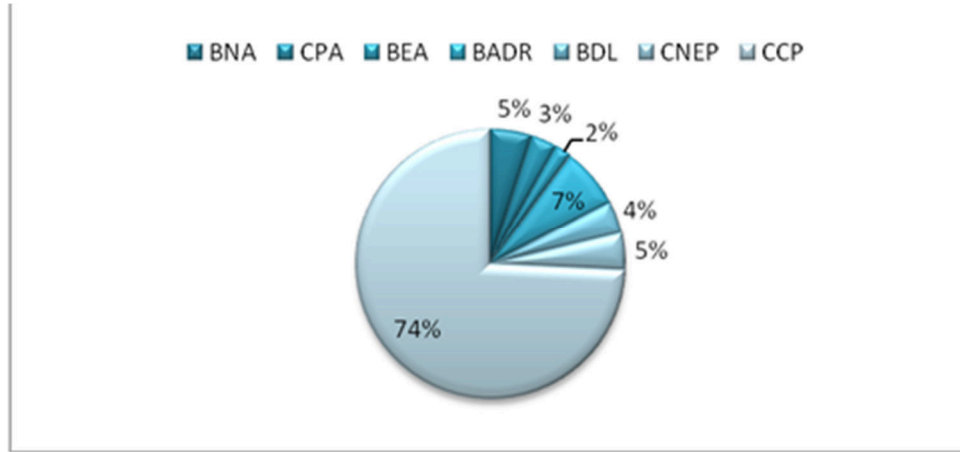
- أولا : النهوض بوسائل الدفع الإلكترونية وتطوير استخدامها في المجتمع الجزائري.
  - ثانيا : تطوير النقد الآلي البنكي، من خلال إتباع أحدث التكنولوجيات.
  - ثالثا : مراقبة البنوك في تطوير الوظيفة النقدية وكذا إصدار منتجاتها خاصة بالنقد الآلي ووضعها في متناول زبائننا.
  - رابعا : تأخذ على عاتقها كل ما يخص تسيير الهياكل والوسائل التقنية الخاصة بالنقد الآلي " بطاقات، موزعات آلية، تعاملات الكترونية " .
  - خامسا : المشاركة في التعريف بالمبادئ والقواعد الخاصة بالعمليات التي تتم بواسطة البطاقات البنكية وكذا وضع قوانين، تقنيات وأسس التسيير وأسعار المنتجات النقدية "البطاقات والعمليات التي تتم بواسطتها" .
  - سادسا : إصدار الشيكات والبطاقات البنكية وتشخيصها لصالح كل البنوك المشاركة في الشبكة البنكية.
  - سابعا : تعد مؤسسة SATIM مركز التحليل والدراسة للمجتمع البنكي في الجزائر، وأيضا كمركز تشخيص البطاقات الدولية.
  - ثامنا : القيام بعمليات المقاصة البنكية الخاصة بالتعاملات بالبطاقات البنكية .
- و تتمثل أهم نشاطاتها في :

النشاط الأول : إصدار بطاقات السحب حيث أصدرت مؤسسة SATIM بطاقات السحب بين البنوك LA CARTE DE RETRAIT INTERBANCAIRE تمكن حاملها من سحب أموالهم من أي موزع آلي داخل الجزائر. لكن و رغم أن هذه البطاقات مازالت جارية، إلا أنها لم تلق النجاح المنتظر كما ستره لاحقا. و حسب موقع الإنترنت الخاص بريد الجزائر، فإن الجزائر تعرف تأخرا كبيرا فيما يخص انتشار وتيرة استعمال بطاقات الدفع مقارنة مع بلدان الحوض الأبيض المتوسط، فحسب ذات المصدر، يفوق استعمال هذه البطاقات في تونس 15 مرة ما هو عليه في الجزائر، أما البلدان الأوروبية فهي تتجاوز بلدنا بمتوسط قدره 750 مرة. ففي فرنسا مثلا، هناك ما يقارب 45 مليون بطاقة ائتمان [6]، بينما لا يتجاوز هذا العدد في الجزائر 250 ألف بطاقة حسب الجدول و الشكل التالي :

جدول 1. أرقام متعلقة بطاقات السحب و بالبنوك العمومية و الهيئات المالية التي تصدرها

عدد الفروع	عدد البطاقات	عدد الموزعات الآلية	البنك
216	7000	29	BNA
135	8000	20	CPA
86	7000	28	BEA
315	4400	10	BADR

المصدر: مفريد ياسي، دراسة حول النظام البنكي الجزائري، متوفرة على الموقع <http://www.dst.cerist.dz/seminaire/Communications/yaici.pdf>



الشكل 1. توزيع البطاقات الإلكترونية وفقا للبنوك العمومية

النشاط الثاني: الإشراف على مركز معالجة النقدية ما بين البنوك، حيث تشرف "SATIM" على مركز المعالجة النقدية بين البنوك وتعمل على ربط مراكز التوزيع بمختلف المؤسسات المشاركة في وظيفة السحب؛ حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الآلي بمقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية ومركز للاعتراض على البطاقات (الضائعة أو المزورة). فعملية السحب تتطلب ترخيصا يوجه إلى مركز الترخيص بالوكالة الذي (يقبل أو يرفض) الطلب، وفي حالة القبول يراقب المركز السقف المسموح به لكل زبون، كما يراقب هذا المركز الإشارة السريّة، والسحب الذي يتمّ بالبطاقة، و بعد ذلك على الساعة صفر يقوم المركز بمعالجة كلّ الصفقات التي أقيمت في ذلك اليوم وتنظمها حسب كلّ بنك موجود في الشبكة بين المراكز وجميع البنوك المشاركة، وتسجل العمليات لدى جميع البنوك، ويتمّ إجراء عملية المقاصبة في مركز الصكوك البريدية التي لها كلّ حسابات البنوك. ولهذا يمكن القول: أنّ عملية السحب تتمّ وفق أسلوب نصف مباشر فتوجد شبكة بين البنوك وشركة ساتيم وهذا ما يحدث نوعا من المخاطر، إضافة إلى إجهاد الأفراد على التعامل بهذه الوسائل؛ مما يجعل الإقبال عليها ضعيفا لأسباب عديدة منها: كثرة الأعطاب والأخطاء والبيمول للحرية والإحجام عن إظهار أيّ معلومات، إضافة إلى التوزيع غير الجيد للموزعات الآلية، ورغم هذا تبقى النقود العادية أكثر استعمالا في المعاملات بين الجزائريين لانعدام الثقة في الوسائل الأخرى.

النشاط الثالث: المشاركة في نظام ACTI ويختصّ هذا النظام بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام، صكوك تحويل، اقتطاع عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية؛ وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل الماسحات المتطورة "Scanners"، والبرمجيات المختلفة، ويمثّل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة ووفق المعايير الدولية بهذا الهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدّمة للزبائن.

دخل هذا النظام حيز التنفيذ في ماي 2006 باشتراك: بنك الجزائر، كل البنوك، اتصالات الجزائر، بريد الجزائر، "SATIM"، جمعية البنوك والمؤسسات المالية "ABEF" مع فروعها ومكاتبها كافة عبر التراب الوطني، ويعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصّور.

يهدف هذا النظام بصفة عامة إلى: تقليص آجال المعالجة، تأمين أنظمة الدفع العام، إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك ومواجهة عملية تبييض الأموال في الجزائر. و في 2006 تم البدء الفعلي لاستخدام نظام المقاصبة الإلكترونية، الهادف إلى منح الشيك الأولوية كوسيلة ذات استعمال واسع لدى الجمهور، تخفيض من آجال إتمام العمليات المصرفية كأقصى حد ستة أيام. ورافق إطلاق هذا المشروع العمل بنظام جديد للمدفوعات للمبالغ الكبيرة، وخلال الفترة ماي، ديسمبر 2006، تم معالجة مبلغ 2164 مليار دينار عن طريق المقاصبة الإلكترونية للشيك، وتم طرح حوالي 460000 بطاقة بنكية من طرف البنوك وبريد الجزائر، و 400 نهائي للدفع ركبت لدى التجار، وتم إحصاء 886 موزع أوتوماتيكي للأوراق النقدية نهاية 2006 مقابل 325 عام 2005، و تم تسجيل وصول عدد البطاقات المغناطيسية للتقاعد 4.5 مليون بطاقة عام 2008 [7].

النشاط الرابع: إرساء شبكة النقد الآلي البنكي RMI حيث أطلقت شركة SATIM مشروع وضع نظام نقدي مشترك ما بين البنوك سنة 1996، نتج عنه إرساء الشبكة النقدية الإلكترونية البنكية المشتركة، والتي تتضمن حظيرة الموزعات الآلية الموزعة عبر كامل الوكالات البنكية والبريدية المستعملة لشبكة نقل المعلومات من خلال "DZ-PAC" حيث تقوم هذه الموزعات الآلية بمعالجة عمليات السحب المرتبطة، بالبنوك الأعضاء وكذا التحويلات المالية المرتبطة بعمليات المقاصبة الناتجة عن السحب، فالهدف من هذا المشروع هو تحقيق القبول التام لجميع البطاقات المصدرة في جميع البنوك الموجودة بالجزائر. وإن انضمام المؤسسات المالية إلى الشبكة يتم عن طريق إمضاء اتفاقية بين البنوك و شركة SATIM وهو عقد تعاون يتعلق بالخدمة المقدمة التي تصدرها الشبكة فيما يخص الإشراف على السجلات الخاصة بالحاملين وتواريخ تسجيل العمليات [8].

## 11 تعريف البطاقة البنكية CIB

البطاقات الحاملة لرمز CIB هي البطاقات المتوافقة مع خدمة الدفع الإلكتروني في الجزائر ، و البنوك التي تصدر هذه البطاقات هي: [9]

- بنك المؤسسة العربية المصرفية ABC
- بنك الخليج الجزائر
- مصرف السلام
- بنك البركة
- بنك الفلاحة و التنمية الريفية BAD
- بنك التنمية المحلية BDL
- البنك الوطني الجزائري BNA
- بنك BNP Paribas
- الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط CNEP
- بنك FRANSA
- بنك HSBC
- بنك NATIXIS
- بنك HOUSING
- بنك القرض الشعبي الجزائري CPA
- بنك SOCIETE GENERALE
- بنك TRUST.

## 12 تسويق بطاقة CIB

تعتبر البطاقة البنكية ما بين البنوك للبنك الوطني الجزائري أداة سحب ودفع، وينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة الزبائن لهذا فإن تطوير البطاقة يتوقف على عنصرين هامين هما: التجار الذين يقبلون الدفع عن طريق البطاقة البنكية و الأفراد الحاملين للبطاقة. كما أنها تعتبر بطاقة وطنية صالحة في الجزائر فقط تسمح لحاملها:

- تسديد المشتريات من السلع والخدمات من مختلف المحلات التجارية، ودفع فواتير المطاعم والفنادق المشتركين فقط مع بعض البنوك
- القيام بسحوبات نقدية من الوكالات البنكية والصرافات الآلية.

كما أن البطاقة البنكية توفر الوقت والجهد، وتتميز بالسرعة والتوفر في كل المناطق الإقليمية، كما أن السحب يتم حسب الدخل الشهري المنصوص عليه في العقد بين الزبون والبنك، أي يمكنه سحب %80 من هذا الدخل، كما يمكنه سحب هذه النسبة على عدة مرات، على شرط أن يكون بين العملية والأخرى مدة يومين، وهذا حتى يتم اقتطاعه من الحساب الخاص بالزبون من قبل المالية في الجزائر حتى لا يصبح الحساب دائن وإلا تعرض الحساب للغلق من قبل البنك .

## 13 معوقات تسويق CIB في الجزائر

تشمل معوقات تسويق بطاقة CIB في الجزائر النقاط التالية :

- عزوف الزبائن عن طلب بطاقات الدفع الآلي كون عدد كبير من الزبائن ضعفاء في التعامل مع لغة التكنولوجيا، فكيف يمكنهم استعمال بطاقات الدفع أو السحب الآلي الحديثة وحفاظهم على الرقم السري، وبالتالي اكتفائهم باستعمال الصك البريدي؛
- عدم استخدام البطاقة البنكية خوفا من الخطأ التقني الذي قد يحدث خلال عملية السحب أو الدفع، مع ظهور عدة مشاكل على مستوى الموزعات الآلية لعدم تمكن البعض من سحب الرواتب أو أموال أرصدهم كاملة فقد سجلت حالات شهدت فيها حسابات العملاء سحبا فعليا دون استلامهم للمال في الواقع نتيجة بعض الأخطاء التقنية؛
- تفضيل المواطن الجزائري التعامل بالصك المكتوب، وابتعاده عن التعامل الإلكتروني الافتراضي خاصة عندما يتعلق الأمر بالنقود دفعا واستلاما؛
- عدم توفر السيولة على مستوى الموزعات الآلية، إضافة إلى الانقطاع المتكرر في شبكة الاتصال كون هذه الأجهزة متاحة للخدمة باستمرار وعدم ديمومة جاهزيتها وما يعنيه ذلك من إهمال و ضعف صيانة؛
- محدودية ثقافة التجار الجزائريين الذين يتخوفون من الحصول على مستحقاتهم من خلال البطاقات البنكية للزبائن ظنا منهم أنه أثناء عملية الدفع هناك أطراف أخرى غير بنك الزبون على إطلاع بحساب التاجر وما يعنيه ذلك من التزامات تقع على عاتق التجار خاصة أولئك اللذين لا يصرحون بأرباحهم وبالتالي التهرب من الضرائب.

## 14 الخاتمة

ما تم استنتاجه من هذه الدراسة هو كما يلي:

- على المستوى الوطني : اعتماد الصيرفة الإلكترونية في مناطق خاصة بالجزائر وفقا لاقترابها من الهيئات الحكومية الهامة أو من المواقع الصناعية الكبرى مما يستبعد بعض المناطق الأخرى و يهملها كالمناطق الجنوبية منها . مع وجود غياب تام للثقافة النقدية خاصة المتعلقة بالمعاملات النقدية التكنولوجية لدى جل الزبائن مما ينقص من عزيمة الجهات المعنية من تبني تكنولوجيات حديثة و عرضها على الجمهور مع شمول التخوف القائم لدى الزبائن من انعدام الحماية و الامن من المعاملات الإلكترونية .
- على المستوى الدولي : إن تأخر البنوك الجزائرية في تبني التكنولوجيا الحديثة الخاصة بالبطاقات الإلكترونية يعطل سير الخدمات البنكية الدولية من خلال صعوبة انتقال المعلومات ، و كذا صعوبة سير المعاملات عن طريق البطاقات البنكية.

## REFERENCES

## المصادر

- [1] بختي ابراهيم ، التجارة الإلكترونية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008 ، ص 06 .
- [2] عامر بشير (2005) ، تحديث البنوك التجارية ، مذكرة ماجستير (غير منشورة) ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة سعد دحلب البليدة، ص 167.
- [3] Lazreg, M. (2015). Développement de la Monétique en Algérie Réalité et Perspectives (Doctoral dissertation).
- [4] LAZREG Mohammed ; GOUDIH Djamel torqui [2016], "Un essai d'analyse sur l'utilisation de la carte électronique de retrait et de paiement interbancaire (CIB) en Algérie", Journal of Economic & Financial Research, issue 6, (december), pp. 19-42.
- [5] بن قشوة جلول ، آليات الدفع الحديثة في المؤسسات المالية الجزائرية ومساهماتها في انتشار استعمال التسويق الإلكتروني -دراسة تحليلية لأراء موظفي المؤسسات المالية الجزائرية الناشطة بولاية الأغواط- مجلة دراسات العدد: 92 مارس 2017 .
- [6] Yaici Farid, " La mise à jour des systèmes d'information dans le domaine bancaire et financier", Communication faite sur le site du Cerist, <http://www.dst.cerist.dz/seminaire/Communications/yaici.pdf>.
- [7] ايت زيان كمال، ايت زيان حورية، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مداخلة مقدمة الى المؤتمر - العلمي الخامس " نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية الكترونية"، جامعة فيلادلفيا ، عمان ، 4/5/2007 .
- [8] بلعائش ميادة، بن اسماعين حياة، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السادس عشر، ديسمبر، 2014،
- [9] شايب محمد، البطاقة البنكية في القطاع المصرفي الجزائري بين الواقع والمتطلعات – دراسة تقييمية ، لشبكة النقد الآلي بين البنوك -، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، العدد 2 / 2014