

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت عنوان:

فعالية ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الشمول
المالي في الجزائر
ابتكار ساعة مصرفية إلكترونية Banking Watch

إشراف الأستاذة:

▪ صليحة عماري

من إعداد الطالبتين:

▪ حياة بودراع

▪ سوسن غجاتي

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضا، ولك الحمد على كل حال، وفي كل حين، اللهم لك الحمد حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه. وانطلاقا من قوله تعالى: "ومن يشكر فإنما يشكر لنفسه"¹. [لقمان:12] وقول الرسول ﷺ: "لا يشكر الله من لا يشكر الناس"².

وعرفانا بالجميل نتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذة المشرفة "عماري صليحة" التي شرفتنا بإشرافها على هذا البحث وعلى كل ما قدمته لنا من نصائح قيمة وتوجيهات سديدة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا وعلى معاملتها الراقية طيلة فترة إعداد البحث.

كما نتقدم بجزيل الشكر والامتنان لجميع الأساتذة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

كذلك نتوجه مسبقا بالشكر والعرفان إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة الذين سننال شرف تقييمهم لبحثنا هذا، حيث سنسعى جاهدين للاستفادة من كافة نصائحهم وملاحظاتهم وتوجيهاتهم.

ونتقدم بالشكر الموصول كذلك للشريك الاقتصادي الذي شرفنا بحضوره وقبول مناقشة عملنا.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الوافر لجميع من قدم لنا يد المساعدة لإنجاز هذا البحث بالأفكار والنصائح من قريب أو بعيد أو بالكلمة الطيبة.

¹ - الآية 12، سورة لقمان.

² - أخرجه الترميذي في سننه ك/ البر والصلة، باب/ ما جاء في الشكر لمن أحسن إليك، 384/3، وقال: "حديث صحيح".

إهداء

إلى من كلله الله الهيبة والوقار.... إلى من علمني العطاء دون انتظار.... إلى أعظم رجل إلى من علمني معنى الكفاح والنضال إلى من كان قوتي في الحياة إلى من دعا لي سرا وعلانية إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريقي إلى من أحمل اسمه بكل فخر واعتزاز
أبي الغالي "مبروك" حفظه الله.

إلى من قال المصطفى الهادي في حقها الجنة تحت أقدام الأمهات
إلى التي حملتني في بطنها وهن على وهن إلى أول من تلفظ لساني باسمها ونبض قلبي لها إلى معنى الحب والحنان إلى من كانت خير معين على هموم الحياة إلى من أعطت ولم تدخر إلى من ضحت بالكثير من أجل وصولي لهذه المرتبة بعون الله وعونها أمي حبيبتي "صورية" حفظها الله.
إلى من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات إلى من بهم أكبر وعلمهم أعتد إلى من بوجودهم أكتسب قوة ومحبة إلى من بهم تحلو الحياة إلى من كانوا ملجئي في السراء والضراء
إخوتي "ابتسام" "هديل" و"عبد الرحمان" حماهم الله.

إلى من كانتا بمثابة أم لي إلى من سهرتا من أجلي إلى من غمراني بحبهما وحنانهما إلى من أشعلتا لهيب العلم والدراسة في صدري إلى من سانداني ماديا ومعنويا
عمتاي "الزازية" و"فطيمة" حفظهما الله.
إلى حبيبتي إلى من علمتني بسمة الحياة وسر الوجود إلى من لها محبة بلا حدود.... جدتي "مبروكة" حفظها الله.
إلى صاحب السيرة العطرة.... إلى خالد الذكر الذي وافته المنية منذ عام إلى من كان خير مثال للعم الحنون....
عمي "عزوز" رحمه الله.

إلى من تحلوا بالإخاء وتميزوا بالوفاء إلى صديقات الدرب "أمل" "ريان" "فاطمة" "مريم" "دلال" "حياة".
إلى زميلتي في العمل.... "حياة".
إلى أستاذتي الفاضلة "عمار صليحة".
إلى جميع من ساندني دون استثناء.

إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد ﷺ وعلى آله وأصحابه أجمعين

أولاً أحمد الله وأشكره على توفيقني في إنجاز هذا العمل المتواضع

إلى من قال فيهما الحق عز وجل:

"وَإِخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ إِزْمِمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا"¹.

[سورة الإسراء:24]

أهدي هذا العمل إلى أعز ما أملك في الوجود الشمعة التي تحترق لكي تضئ دربي إلى نور حياتي وسعادة قلبي ومنبع أمني في الوجود، إلى التي قاسمتني أفراحي وأحزاني وتحملت هموم الحياة من أجلي إليك يا منبع العطاء وبحر الأمان

أمي العزيزة.....حفظك الله

إلى روح الغالي فعلى الرغم من مغادرته هذه الحياة مبكراً، لكنه سيبقى حياً بقلبي دائماً وفي يوم كهذا أتذكره وهو يأمل في أن يراني ويقر عيناه بتخرجيودعائي له هنا طيب الله ثراك وأسكنك فسيح جنانه.

أبي العزيز.....رحمك الله

إلى كل عائلتي والأهل والأقارب وخاصة خالي سامعي إسماعيل الذي كان بمثابة الأب بالنسبة لي بحنانه وعطفه ودعمه في مشواري الدراسي وخالي محمد، خالتي يمينة.

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو بعيد خاصة الأستاذ باهي موسى له كل التقدير.

الفضل والشكر

إلى أصدقائي ورفيقاتي دربي إلى من تقاسمت معهم الأيام بخلوها ومرها: خولة، سوسن، سارة، مريم

كما أهدي تحياتي إلى من كانت عوناً لي في إنجاز هذه المذكرة أستاذتي عماري صليحة

وكل أساتذة قسم العلوم الاقتصادية

حياة

¹- الآية 24، سورة الإسراء.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	الملخص
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	ملخص الدراسة
أ-د	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار النظري للشمول المالي
02	تمهيد.
03	المبحث الأول: مدخل للشمول المالي
03	المطلب الأول: نشأة وتطور الشمول المالي
04	المطلب الثاني: مفهوم الشمول المالي
07	المطلب الثالث: أهمية الشمول المالي
08	المبحث الثاني: أساسيات حول الشمول المالي
08	المطلب الأول: أهداف الشمول المالي
10	المطلب الثاني: مبادئ الشمول المالي
11	المطلب الثالث: أبعاد ومؤشرات الشمول المالي
18	المبحث الثالث: متطلبات تعزيز الشمول المالي
18	المطلب الأول: الركائز الأساسية للشمول المالي
20	المطلب الثاني: سياسات الشمول المالي
22	المطلب الثالث: استراتيجيات الشمول المالي
26	خلاصة
	الفصل الثاني: دور ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي
28	تمهيد
29	المبحث الأول: مدخل للابتكار المالي والمصرفي
29	المطلب الأول: تعريف الابتكار المالي وأنواعه
31	المطلب الثاني: الابتكار المصرفي ودوره وأهم خطواته
34	المطلب الثالث: أشكال ومصادر الابتكار المصرفي
35	المبحث الثاني: أساسيات حول الخدمات المصرفية الإلكترونية
35	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية
39	المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية وقنوات توزيعها

فهرس المحتويات

48	المبحث الثالث: تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ودور ابتكارها في تعزيز الشمول المالي
49	المطلب الأول: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر
51	المطلب الثاني: تطور أهم مؤشرات الشمول المالي في الجزائر 2011-2021
57	المطلب الثالث: عوامل ابتكار الخدمة المصرفية الإلكترونية ومساهمتها في الشمول المالي بالجزائر
60	خلاصة
71	الخاتمة
74	قائمة المراجع

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
09	أهداف الشمول المالي	01
14	أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياسه	02
49	تطور عدد البطاقات المصرفية الصادرة في الجزائر 2016-2021	03
50	تطور عدد عمليات السحب والدفع الإلكتروني في الجزائر 2016-2022	04
50	تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر	05
52	النسبة المئوية لملكية الحسابات في المؤسسات المالية	06
53	ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين حسب الجنس	07
54	ملكية الحسابات للمؤسسات المالية للبالغين حسب المستوى المعيشي	08
65	الجدول الزمني لتحقيق المشروع	09

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مبادئ الشمول المالي	11
02	أبعاد الشمول المالي	12
03	سياسات الشمول المالي	22
04	منحى بياني يوضح تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر	51
05	ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين	52
06	ملكية الحسابات للمؤسسات المالية للبالغين حسب المستوى المعيشي	55
07	حسابات الودائع لدى البنوك التجارية لكل 1000 بالغ في الجزائر	56
08	عدد المقترضون من المصارف التجارية لكل 1000 بالغ في الجزائر 2011-2021	57

قائمة المختصرات

المختصر	معنى المختصر
G20	مجموعة العشرين
AFI	مؤسسة التحالف العالمي للشمول المالي
CGAP	المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء
OECD	منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية
INFE	الشبكة الدولية للتثقيف المالي
ATMS	الصرافات الآلية
BC	بنك الجزائر
GPFI	توصية الشركات العالمية

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مدى مساهمة ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي، فالتوسع بالعملية الابتكارية لهذا النوع من الخدمات، من شأنه أن يوفر تشكيلة متنوعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية المتطورة والحديثة، وهذا ما يدعم بالتأكيد أحد مرتكزات الشمول المالي ودعائمه.

إنّ مؤشرات الشمول المالي في الجزائر عرفت تحسنا مرفوقا بتذبذبات خلال السنوات الأخيرة، ويعود ذلك في جزء منه إلى تحول المصارف بالجزائر نحو التوسع في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية لاسيما بفعل جائحة كوفيد، وكذا في ظل توجهاتها الحديثة نحو الرقمنة.

وقد تمّ التوصل في هذه الدراسة إلى أنّ المستويات المسجلة في كل من تطور الشمول المالي والخدمات المصرفية الإلكترونية بالجزائر، تعبّر عن وجود فئات مهمة من المجتمع الجزائري لاتزال محرومة ومهمشة ولا تصلها الخدمات المصرفية والإلكترونية منها بالشكل المرغوب فيه -أكثر تنوعا وأقل تكلفة وأعلى جودة-، والسبب في ذلك يعود إلى غياب عنصر الابتكار في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية وعدم التوسع فيه.

إنّ أي استراتيجية دعم لمستويات الشمول المالي في الجزائر مرهون نجاحها بما توفره المصارف من خدمات مصرفية بما فيها الإلكترونية، وكذا لمن يتمّ توجيه هذه الخدمات، ففئة الشباب بالمجتمع الجزائري هي الأعلى نسبة والأقل دخلا، وعليه لا بد من توجيه الابتكار في الخدمات المصرفية الإلكترونية نحو تلبية احتياجات الشباب الجزائري، وهو ما تمّ الأخذ به عند طرح فكرة ابتكار ساعة مصرفية (Banking Watch) تعمل على تسهيل الوصول لعدة خدمات مصرفية وتستهدف فئة معينة من المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الشمول المالي، الابتكار المصرفي، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الساعة المصرفية (Banking Watch).

Study Summary:

This study aims to clarify the extent to which the innovation of electronic banking services contributes to enhancing Financial inclusion. The expansion of the innovative process of This type of service would provide a variety of Advanced and modern electronic banking services, and This certainly supports one of the pillars and pillars of Financial inclusion.

The indicators of Financial inclusion in Algeria have witnessed an improvement accompanied by fluctuations in récent years, and this is due in part to the shift of Banks in Algeria towards expanding the provision of services Electronic banking, especially due to the Covid pandemic, as well as in light of its récent trends towards digitization.

It was concluded in This study That the levels recorded in each of the development of Financial inclusion and electronic banking services in Algeria reflect the existence of important groups of Algerian society That are still deprived and marginalized and That banking and electronic services do not reach them in the desired way. More diversified, less expensive and higher quality, and the reason for This Is due to the absence of innovation in the Field of electronic banking services and not expand it.

Any strategy to support the levels of Financial inclusion in Algeria depends on its success with the provision of banking services, including electronic ones, as well as for whom these services are directed. The Algerian youth, which was taken into account when introducing the idea of creating a banking Watch That facilitates access to several banking services and targets a specific segment of society.

Keywords: Financial inclusion, banking innovation, electronic banking services, banking Watch.

المقدمة

شهد العالم في السنوات الأخيرة تحولات عميقة، نتيجة للتطورات المتتالية التي مست جميع جوانب الحياة المعاصرة في دول العالم على اختلاف تقدمها، إذ أدت إلى إنشاء عالم جديد لم نعشه من قبل وواقعا معاصرا لفترة جديدة تختلف عن العقود الماضية، إذ يرتكز هذا الأخير على عالم التكنولوجيا والتقنيات واقتصاد المعرفة.

حيث أدت ثورة الاتصالات والمعلومات في عصر التطورات المتلاحقة إلى ظهور تغيرات جذرية في طبيعة الصناعة المصرفية، ويمكن القول أن التطور التكنولوجي يعتبر من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أساليب العمل المصرفي في ظل التغيرات التي تمس الساحة المصرفية، حيث كان للمصارف اهتمام كبير بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصال، وهذا ما أدى بها إلى الشروع في ابتكار وتطوير بنيتها ونظمها لتبني الأشكال الإلكترونية المبتكرة في منتجاتها وتطوير أساليب تقديمها وذلك لمواكبة التطورات الحاصلة في هذا القطاع والحصول على رضا العملاء بدرجة عالية من خلال رفع مستوى تقديم أفضل الخدمات المصرفية والمالية الإلكترونية لهم، لتحسين كفاءة المصارف والتقليل من التكاليف.

ورغم التطور الحاصل في الخدمات المالية والمصرفية نتيجة استخدام التكنولوجيا والرقمنة، إلا أنها لم تستطع تغطية جميع شرائح المجتمع في العالم خاصة في البلدان الفقيرة والنامية والتي منها المنطقة العربية، ولتحسين هذا الوضع قامت المؤسسات المالية والمصرفية بتعزيز الشمول المالي وزيادة الاهتمام به، وذلك لتسهيل الوصول للخدمات المصرفية والمالية لمختلف فئات المجتمع ولاسيما الأفراد ذوي الدخل المنخفض والمحدود والفئات المهمشة والمناطق النائية الذين يجيدون صعوبة في الوصول إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية، وبذلك فالشمول المالي يعتبر أحد ركائز التنمية المستدامة من خلال دوره في تحسين الحياة الاقتصادية والاجتماعية للفرد والمجتمع، وتخفيض معدلات الفقر والبطالة، وتعزيز النمو الاقتصادي.

وبشكل عام فإن دور ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي مرتبط بمدى شمولية هذا الابتكار لميزات تمنحه القدرة على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء، وهذا ما يرفع من مستوى تحقيقه للشمول المالي. إن تعزيز الشمول المالي في الجزائر مرتبط بشكل كبير بفعالية دور المصارف في تحقيقه، فما تقدمه هذه الأخيرة من خدمات مصرفية تقليدية أو إلكترونية من شأنه أن يدعم الركائز الثلاث للشمول المالي (البنية التحتية، التثقيف المالي والخدمات المصرفية)، وباعتبار الخدمات المصرفية الإلكترونية هي أكثر الركائز التي لا تحتاج وقتا طويلا للتأثير فيها، فإن أي استراتيجية تهدف لرفع معدلات الشمول المالي ستتركز على هذه الدعامة، كما أنه وبالنظر إلى خصوصية المجتمع الجزائري فإن نجاح دعامة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الأهداف المسطرة من أي استراتيجية دعم الشمول المالي في الجزائر مرهون بعملية ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية تتلاءم والاحتياجات المالية وكذا القدرة الشرائية والمستوى المعيشي لأفراد المجتمع الجزائري، ومن هنا جاءت فكرة ضرورة ابتكار خدمة مصرفية إلكترونية ذات ميزات مقترنة بسرعة هذا العصر، ديناميكيته وكذا تقنيته، ناهيك عن استهدافها أكبر شريحة في المجتمع الجزائري.

1-الإشكالية: تأسيسا على ما سبق، وللتعرف أكثر على الجوانب المختلفة المتعلقة بالدراسة، تم طرح التساؤل التالي:

• كيف يساهم ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية جديدة في تعزيز الشمول المالي؟

ولتدعيم الإشكالية الرئيسية تم طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية والمتمثلة في:

✓ فيما تتمثل دعائم الشمول المالي؟

✓ ماهي متطلبات ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية بالمصارف؟

✓ هل يؤدي ابتكار خدمة مصرفية إلكترونية تستهدف فئة الشباب بالجزائر إلى دعم الشمول المالي؟

2-فرضيات الدراسة: على ضوء ما تم طرحه من تساؤلات حول موضوع البحث، تم وضع مجموعة من الفرضيات التي سيتم

اختبارها، وهي على النحو التالي:

✓ يرتبط تعزيز الشمول المالي في أي دولة بمدى توفرها على البيئة الملائمة والدعائم الرئيسية للشمول المالي.

✓ يحتاج ابتكار خدمة مصرفية إلكترونية إلى توفر مجموعة من المتطلبات بالمصارف.

✓ يحتاج ابتكار خدمة مصرفية إلكترونية تستهدف فئة الشباب وتدعم الشمول المالي في الجزائر إلى ضرورة اتسامها

بالسرعة في الأداء والانخفاض في التكلفة والجمالية في الشكل.

3-أهمية الدراسة:

تظهر أهمية الدراسة في إبرازها لمزايا الشمول المالي الذي أصبح من المفاهيم الأكثر تداولاً واعتماداً من طرف الدول

وذلك لما له من دور في دمج جميع شرائح وفئات المجتمع مالياً وتسهيل عملية وصولهم للخدمات المصرفية والمالية، وكذلك في

أهمية الابتكارات المصرفية الإلكترونية التي توفر للعملاء والمصارف عدة مزايا من تحسين الكفاءات وتقليل التكاليف وإجراء

المعاملات المالية والمصرفية بسهولة وأمان والتي تساهم أيضاً في تعزيز الشمول المالي وتحقيق التنمية الاقتصادية

والاجتماعية.

4-أهداف الدراسة: تظهر أهداف البحث في:

✓ التعرف على مختلف مفاهيم الشمول المالي، أهدافه وأبعاده واستراتيجياته المتبعة من طرف الدولة.

✓ التعرف على مدى مساهمة ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية في تعزيز الشمول المالي.

✓ تبيان واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية والشمول المالي في الجزائر، وتوضيح مدى فعالية ابتكار خدمات مصرفية

إلكترونية جديدة في الجزائر بتعزيز الشمول المالي.

✓ محاولة الوصول إلى شكل جديد من الخدمات المصرفية الإلكترونية يلبي احتياجات ورغبات فئة الشباب في الجزائر.

5-منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحديد الجوانب النظرية لمتغيرات الدراسة، وتبيان العناصر المكونة للموضوع

عبر تحليلها واستنباط التفسيرات والاستنتاجات ذات الدلالة، من خلال المعلومات المتعلقة بالشمول المالي والخدمات

المصرفية الإلكترونية وتحليلها بإبراز مساهمة عملية تطوير وابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة مستويات

الشمول المالي وإلقاء الضوء على واقع تطور هذه الأخيرة بالمصارف واستخدامها في تطوير الشمول المالي.

أما فيما يتعلق بأدوات جمع المعلومات، فتم الاعتماد على المسح المكتبي بهدف التعرف على الكتب والدراسات ذات العلاقة بموضوع البحث، إضافة إلى البحوث والدراسات المنشورة على شبكة الأنترنت، ومواقع الهيئات الرسمية المختصة في هذا الشأن باللغة العربية والأجنبية.

6-أسباب ودوافع اختيار الموضوع: ترجع دوافع اختيار الموضوع إلى الأسباب التالية:

- علاقة موضوع البحث بالتخصص العلمي المتبع من قبل الطالبين.
- الاهتمام بالمواضيع الحديثة وخاصة الابتكار في الخدمات المصرفية الإلكترونية والشمول المالي.
- الرغبة في طرح فكرة جديدة بالسوق المصرفي الجزائري متعلقة بابتكار خدمة مصرفية جديدة وتعمل على دعم الشمول المالي، وذلك في محاولة للانتقال من الجانب النظري إلى الجانب العملي، وهو ما أتيح للطلبة في ظل مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275.

7-الدراسات السابقة:

✓ دراسة بو لحبال سميرة، حاكمي نجيب الله (2019): أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي لخدمة التنمية الريفية مقال منشور في مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 06، العدد 01، جامعة برج بو عرييج، الجزائر، حيث هدفت هذه الدراسة إلى بيان الآليات المسخرة من طرف هيئات وطنية التي لها سلطة إشرافية على النظام المصرفي في سبيل تعميم وصول الخدمات المصرفية والمالية لمستخدميها باستخدام أدوات وابتكارات مصرفية إلكترونية خاصة في المناطق المعزولة والبعيدة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك بوادر من طرف هيئات وطنية لتطوير البنية التحتية لوصول الخدمات المصرفية والمالية لأكثر عدد ممكن من العملاء بسهولة وسلاسة.

✓ دراسة عبد السلام عوض خير السيد، عاصم حسن محمد (2022): دور الشمول المالي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف السودانية(دراسة ميدانية على بنك الخرطوم لعام 2022)، مقال منشور في مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد 06، العدد 22، المركز القومي للبحوث، فلسطين، هدفت هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين الشمول المالي وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، ومدى اهتمام المصارف السودانية بجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وأسفرت نتائج الدراسة على أن الشمول المالي يعزز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال توفير خدمات مصرفية ذات جودة عالية ومتاحة لعملاء المصارف في مناطق مختلفة والتي تتمثل في وسائل الصيرفة الإلكترونية.

✓ دراسة عمومن بلخير، عيشوش محمد الحافظ (2023): واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ودورها المرتقب في تعزيز الشمول المالي، مقال منشور في مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 04، العدد 01، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، هدفت هذه الدراسة إلى توضيح واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ودورها في تعزيز الشمول المالي، حيث توصلت الدراسة إلى أنه رغم التطوير في المجال الخدمات المصرفية الإلكترونية إلا أن الجزائر لاتزال بعيدة عن تحقيق الأهداف المرجوة من الشمول المالي، لذلك يجب أن تبذل مجهودات لتعزيز الشمول المالي بالاهتمام بالبحث والتطوير المستمر في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال ابتكار خدمات مصرفية تناسب مع الشرائح المختلفة للمجتمع مع مراعاة من خلالها احتياجاتهم ورغباتهم وكذلك تعزيزي التثقيف المالي.

ويختلف هذا البحث الذي بصدد عرضه عن الدراسات السابقة الذكر، في كونه يدرس مدى مساهمة عملية ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية في تنوع تشكيلة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالسوق المصرفي الجزائري وهو ما يعزز من أحد أهم دعائم الشمول المالي لأنّ التوسع في تقديم تشكيلة منوعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية سوف يساهم في

تحسين البنية التحتية المرتبطة بأداء هذه الخدمات، ناهيك عن أنّ استخدام هذا النوع من الخدمات سوف يتيح للعملاء التدرب على استخدامها ومنه اكتسابهم ثقافة مالية جديدة مرتبطة أساسا بالخدمات المصرفية المستحدثة.

كما أن هذا البحث كان في ظل مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275، ومنه فهو مدعوم بفكرة ابتكارية جديدة تم تجسيدها بنموذج أولي تجريبي على أمل تجسيده بالواقع لاحقا.

8- هيكل وإطار الدراسة:

للإحاطة بمختلف جوانب الموضوع وتطلعاته ودراسته بطريقة ممنهجة وللإجابة على الإشكالية المطروحة، تم تقسيم الموضوع إلى فصلين تسبقهم مقدمة وتلهم خاتمة تتضمن ملخص للدراسة بالإضافة إلى ملحق خاص بمشروع نيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275.

مقدمة تم من خلالها تقديم نظرة عامة حول الدراسة، وطرح السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية التي تندرج من خلاله، مع تبيان أهمية وأهداف هذه الدراسة، ثم المنهج المتبع ودوافع اختيار الموضوع وصعوباته.

ففي الفصل الأول الذي هو تحت عنوان الإطار النظري للشمول المالي تم تناول مدخل للشمول المالي في المبحث الأول، أما المبحث الثاني فتم التطرق فيه إلى أساسيات حول الشمول المالي، لنختم هذا الفصل بمتطلبات تعزيز الشمول المالي.

أما بالفصل الثاني الذي جاء تحت عنوان دور ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية في تعزيز الشمول المالي، قسم هو أيضا إلى ثلاث مباحث، تضمن المبحث الأول مدخل للابتكار المالي والمصرفي، أما المبحث الثاني فخصص لدراسة أساسيات حول الخدمات المصرفية الإلكترونية وأخيرا بالمبحث الثالث تم إلقاء الضوء حول تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ودور ابتكارها في تعزيز الشمول المالي.

في حين أن الملحق تم اعتماد النموذج الوزاري في إعدادة حيث يشمل فكرة عن المشروع، توضيح القيم المقترحة، أهداف المشروع وجدول تنفيذه مع عرض القطاع السوقي وتحديد شدة المنافسة وغيرها من المكونات المطلوبة في إعدادة.

أما الخاتمة فتم من خلالها استخلاص النتائج النهائية للدراسة بعد اختبار الفرضيات، مع تقديم اقتراحات للإفادة.

9- صعوبات الدراسة:

من خلال البحث حول الموضوع واجهتنا الكثير من الصعوبات منها:

- قلة المعلومات والمراجع المتخصصة في هذا الموضوع وخاصة الكتب أثناء جمع المعلومات حول المتغيرات.
- حداثة الموضوع.

الفصل الأول:

الإطار النظري للشمول المالي.

تمهيد:

يعد الشمول المالي من المفاهيم الأكثر تداولاً في الفترة الأخيرة، فهو يعتبر من الأهداف الأساسية التي تسعى إليها الدول ويتطلع إليها الأفراد، حيث من خلاله يتم تمكين كافة فئات وشرائح المجتمع من الوصول إلى الخدمات والمنتجات المالية التي تلبى احتياجاتهم ودمج كافة هذه الفئات والشرائح في النظام المالي وذلك لتحسين المستوى المعيشي للأفراد، ولقد ازداد اهتمام واضعي السياسات والحكومات ومؤسسات القطاع الخاص وخاصة المؤسسات المالية والمصارف بمفهوم الشمول المالي، وذلك لما يؤديه من دور كبير في تحقيق النمو الاقتصادي وتشجيع الاستثمار وتحسين التوزيع العادل للدخل وتحسين المستوى المعيشي للأفراد، تعزيز التنمية المستدامة في المجتمعات.

وللوقوف على حيثيات هذا الموضوع سيتم تناول الفصل من خلال التطرق إلى:

- ✓ مدخل للشمول المالي.
- ✓ أساسيات حول الشمول المالي.
- ✓ متطلبات تعزيز الشمول المالي.

المبحث الأول: مدخل للشمول المالي

يمثل الشمول المالي في الوقت الراهن أداة أساسية للنهوض باقتصاديات الدول وتدعيم مؤسساتها المالية، فقد ازداد الاهتمام بالشمول المالي في السنوات الأخيرة وأصبحت العديد من الدول والمؤسسات المالية الدولية تسعى إلى تدعيمه وتعزيزه، في ظل الأهمية الكبيرة التي يعود بها على الفرد والمجتمع والاقتصاد ككل، وتحسين المستويات المعيشية للأفراد.

المطلب الأول: نشأة وتطور الشمول المالي

ظهر الشمول المالي لأول مرة عام 1993 في دراسة ليشون وثرقت عن الخدمات المالية في جنوب شرق إنجلترا تناول فيها أثر إغلاق فرع أحد المصارف على وصول سكان المنطقة للخدمات المصرفية، وفي تسعينات القرن الماضي ظهرت العديد من الدراسات المتعلقة بالصعوبات التي تواجهها بعض فئات المجتمع في الوصول إلى الخدمات المصرفية وغير المصرفية وفي عام 1999 استخدم مصطلح الشمول المالي لأول مرة بشكل أوسع لوصف محددات وصول الأفراد إلى الخدمات المالية المتوفرة، وينحصر اهتمام المعنيين بالشمول المالي إلى استهداف من جرى إقصائهم بشكل قصري من الشمول المالي وإيجاد السبل الكفيلة للتغلب على أسباب وعوامل الإقصاء، ولا يهتم بمن اختاروا إقصاء أنفسهم (أسباب ثقافية / أو أسباب عقائدية) عن استخدام المنتجات والخدمات المالية¹.

حيث ازداد الاهتمام الدولي بالشمول المالي في أعقاب الأزمة العالمية المالية عام 2008، وتمثل ذلك بالتزام الحكومات المختلفة بتحقيق الشمول المالي من خلال تنفيذ سياسات تهدف إلى تعزيز وتسهيل وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات المالية وتمكينهم من استخدامها بالشكل الصحيح، ذلك بالإضافة إلى حث مزودي الخدمات المالية على توفير خدمات متنوعة ومبتكرة بتكلفة منخفضة، وتبنت مجموعة العشرين هدف الشمول المالي كأحد المحاور الرئيسية في أجندة التنمية الاقتصادية والمالية، وأعتبر البنك الدولي تعميم الخدمات المالية وتسهيل وصول جميع فئات المجتمع إليها ركيزة أساسية من أجل محاربة الفقر المدقع وتعزيز الرخاء المشترك. وفي عام 2013 أطلقت مجموعة البنك الدولي البرنامج العالمي للاستفادة من روح الابتكار من خلال تعميم الخدمات المالية، مع تركيز إضافي على أنظمة الدفع ومدفوعات التجزئة المبتكرة².

عملت العديد من الحكومات على إصدار سياسات وتشريعات تتناسب مع المخاطر المتعلقة بالخدمات المالية المبتكرة بحيث تكون مبنية على أسس سد الفجوة والشمولية في التشريعات الحالية وإتباع نهج شامل مبني على تشريعات عادلة وشفافة لحماية حقوق عملاء الخدمات المالية ويشمل ذلك ضمان الشفافية في تسعير الخدمات المالية وتطوير آلية معالجة شكاوي العملاء وتحديد الجهة الاشرافية المسؤولة عن حماية حقوق عملاء الخدمات المالية، وكانت المملكة المتحدة وماليزيا من أوائل الدول التي قامت بتطوير وتنفيذ استراتيجيات الشمول المالي في العالم سنة 2003، وتسعى العديد من الدول النامية والمتقدمة حاليا لتطوير استراتيجيات وطنية للشمول المالي³.

¹ فضيل البشير ضيف، واقع وتحديات الشمول المالي في الجزائر، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة زياني عاشور، الجلفة، الجزائر، 2020، ص 474.

² محمد بوطلاعة، ساعد بخوش حسينة، بوقرة كريمة، واقع الشمول المالي وتحدياته -الأردن والجزائر نموذجاً-، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 02، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، الجزائر، 2020، ص ص 145، 146.

³ جازية حسيني، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 16، العدد 23، جامعة حسية بن بوعلی الشلف، الجزائر، 2020، ص 99.

المطلب الثاني: مفهوم الشمول المالي

تعدد التعريفات التي وجهت للشمول المالي ما بين تعريفات قَدَمها كتاب ومفكرين اقتصاديين، وتعريفات حددتها هيئات ومؤسسات مالية دولية، ولكن قبل الخوض في هذه التعريفات لا بد أن نوضح التعريف اللغوي لهذا المصطلح. فالتعريف اللغوي للشمول المالي مستنبط من فعل شَمَلَ، شَمَلًا وشُمُولًا، فهو شامل، والمفعول مَشْمُولٌ، نقول شَمَلَ الأمر القومَ: عَمَّهم وشَمِلَ الأمرَ برعايته: رعاها وتبناه، وأشمل القوم خيرًا: عَمَّهم واشتمل الأمرُ على كذا: تَضَمَّنَه واحتواه.¹

أما التعريف الاصطلاحي للشمول المالي فيمكن توضيحه من وجهتين:

أولاً- من وجهة نظر الكتاب والمفكرين الاقتصاديين

يقصد بالشمول المالي: "إتاحة وتوسيع قاعدة الخدمات والمنتجات المالية الرسمية لمختلف فئات المجتمع بما في ذلك كافة المعاملات المصرفية بأسعار مقبولة وبطريقة عادلة تتميز بالشفافية"². كما يقصد به أيضا: "أن يجد كل فرد أو مؤسسة في المجتمع منتجات مالية مناسبة لاحتياجاتها منها مثل: حسابات التوفير والحسابات الجارية، وخدمات الدفع والتحويل والتأمين والائتمان، وغيرها من المنتجات والخدمات المالية المختلفة"³. في حين اعتبره البعض بأنه: "فكرة أن تتوسع خدمة المصارف لتشمل كل الأشخاص الذين لا يتعاملون مع المصارف، وهذا يعني اشتغال مالي لخدمة الجميع كما يعد أيضا تشجيعا للذين لا يضعون أموالهم في المصارف كي تشمل الخدمات المصرفية الفقراء ذوي الدخل المحدود، بحيث يعمل على تعزيز وصول واستخدام فئات المجتمع كافة"⁴. كما يوجد من عرفه بأنه "ضمان الوصول إلى الخدمات المالية والائتمان الكافي في الوقت المناسب عند الحاجة، للفئات الضعيفة مثل القطاعات الأضعف والفئات ذات الدخل المنخفض، بتكلفة معقولة"⁵. ويمكن القول أيضا بأنه: "العملية التي تضمن سهولة الوصول، وتوافر واستخدام النظام المالي الرسمي لجميع الأعضاء في الاقتصاد"⁶.

ثانيا- من وجهة الهيئات والمؤسسات المالية الدولية نجد:

➤ عرفت مجموعة العشرين (G20) ومؤسسة التحالف العالمي للشمول المالي (AFI) الشمول المالي بأنه:

¹- رشيد نعيبي، عبد الحفيظ بن الساسي، تقييم الشمول المالي في الجزائر من منظور العدالة في التوزيع وفقا لمؤشر الشمول المالي لسنة 2017 مع الإشارة إلى الدول العربية، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد 03، جامعة أحمد درارية، أدرار، الجزائر، 2021، ص 372.

²- محمود محمد خير الدين، الشمول المالي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية، دار التعليم الجامعي، دون طبعة، الإسكندرية، 2019، ص 26.

³- عمار فوزي المياحي، ليلى فوزي أحمد جعفر، السياسات المصرفية الدولية الشمول المالي الاستدامة المصرفية 2030، المركز العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2020، ص 163.

⁴- صلاح الدين محمد أمين الإمام، صادق راشد الشمري، إحسان صادق راشد، الشمول المالي والميزة التنافسية. دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2022، ص 26.

⁵- Firdous Ahmad Malik , d.k. yadav, financial inclusion schemes in India, amp any springer nature Singapore pte ,Uttar Pradesh, India, 2022 ,p 3

https://books.google.com/books?id=8VxuEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=financial+inclusion&hl=fr&sa=X&ved=2ahUKewi0_bSVrqf9AhVfY6QEHywcD9M4MhDoAXoECAIQAg

⁶- Mohamed Abdelafateh Abbes, Khadidja Sadi, construction Dun Indice D'inclusion Financière Pour Les pays Membres De l'organisation De La Coopération Islamique(OCI), Revue d'économie Et de Statistique Appliquée, école Nationale Supérieure En Statistique Et En Économie, Algérie, Volume 15, Numéro 01, 2018, p 9.

"تعزيز وصول واستخدام كافة فئات المجتمع وبما يشمل الفئات المهمشة والميسورة للخدمات والمنتجات المالية التي تناسب مع احتياجاتهم، بحيث تقدم لهم بشكل عادل وشفاف وبتكاليف معقولة"¹.

➤ عرفته المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء (CGAP) بأنه:

"الحالة التي يتاح فيها لجميع البالغين في سن العمل الوصول إلى خدمات الإقراض والمدخرات والمدفوعات والتأمين مقدمة من مؤسسات مالية رسمية، من ثم ينطوي النفاذ المالي الفعال على تقديم الخدمات المالية إلى العملاء على نحو مريح ومسؤول بكلفة ميسورة مع استدامة عمل المؤسسات التي تقدم الخدمات المالية بما يساعد على إتاحة خدمات مالية للعملاء المستبعدين والمحرومين من تلك الخدمات بدلا من الخيارات غير الرسمية المتاحة أمامهم"².

➤ عرف البنك الدولي الشمول المالي بأن:

"الأفراد والمؤسسات لديهم إمكانية الوصول إلى منتجات وخدمات مالية مفيدة وبأسعار معقولة تلي احتياجاتهم، معاملات ومدفوعات ومنتجات ادخار وتسهيلات ائتمانية وقروض وخدمات تأمين، ويتم تقديمها على نحو مسؤول ومستدام"³.

➤ عرف صندوق النقد العربي الشمول المالي بأنه:

"أن يتاح لكل فرد من أفراد المجتمع إمكانية الحصول على جميع الخدمات المالية التي تلي احتياجاته بسهولة ويسر وبأسعار ميسورة من خلال قنوات رسمية تتسم بالمسؤولية والاستدامة"⁴.

وكذا "إتاحة الخدمات المالية لمختلف فئات المجتمع سواء كانت مؤسسات أو أفراد (جانبا العرض)، ومن ثم العمل على تمكين فئات المجتمع من استخدام تلك الخدمات (جانبا الطلب) وذلك من خلال تقديم تلك الخدمات المالية بجودة مناسبة وبأسعار معقولة عن طريق القنوات الرسمية للنظام المالي الرسمي"⁵.

➤ عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) والشبكة الدولية للتثقيف المالي (INFE) الشمول المالي بأنه:

"العملية التي يتم من خلالها تعزيز الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية الرسمية والخاضعة للرقابة في الوقت وبالسر المناسبين وبالشكل الكافي، وتوسيع نطاق باستخدام هذه الخدمات والمنتجات من قبل شرائح المجتمع

¹ - حضرية بلكل، واقع استراتيجية الشمول المالي في المنطقة العربية: جهود ومبادرات، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 04، العدد 01، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، 2023، ص 545.

² - يسر برنية، رامي عبيد، حبيب أعطية، الشمول المالي في الدول العربية الجهود والسياسات والتجارب، العدد 109، صندوق النقد العربي، الموقع الإلكتروني: <https://www.amf.org.ae/ar/publications/awraq-bhthyt/alshmwil-almaly-fy-aldwl->

alrbyt-aljhw-d-walsyasat-waltjarb، تاريخ الاطلاع: 2023/02/11، على الساعة: 17:00.

³ - الشمول المالي، البنك الدولي، الموقع الإلكتروني:

<https://www.albankaldawli.org/ar/topic/financialinclusion/overview>، تاريخ الاطلاع: 2023 / 02 / 12، على الساعة: 20:10.

⁴ - حنان الطيب، الشمول المالي، سلسلة كتب تعريفية، العدد 1، صندوق النقد العربي، 2020، ص 5، الموقع الإلكتروني: <https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2021-12/financial-inclusion.pdf>، تاريخ الاطلاع: 2023/02/24، على

الساعة: 15:30.

⁵ - شريف القاضي، الائتمان المصرفي (الطريق إلى الشمول المالي)، دار النشر The Writer Opération، الطبعة الأولى، دون بلد نشر، 2021، ص 89.

المختلفة من خلال تطبيق مناهج مبتكرة تشمل التوعية والتثقيف المالي وذلك بهدف تعزيز الرفاهية المالية والاندماج الاجتماعي والاقتصادي¹.

➤ عرف بنك التنمية الآسيوي الشمول المالي بأنه:

"يقدم مجموعة واسعة من الخدمات المالية مثل الودائع والقروض وخدمات الدفع وتحويل الأموال والتأمين للأسر الفقيرة وذات الدخل المنخفض ومشروعاتها الصغيرة"².

➤ عرف بنك الجزائر (BC) الشمول المالي:

"إتاحة واستخدام كافة الخدمات المالية لمختلف فئات المجتمع بمؤسساته وأموالهم ومدخراتهم بشكل سليم لتفادي لجوء البعض إلى القنوات والوسائل غير الرسمية التي لا تخضع لأي من جهات الرقابة والإشراف والتي تفرض أسعارا مرتفعة نسبيا مما يؤدي إلى سوء استغلال احتياجات تلك القنوات للخدمات المالية والمصرفية"³.

وفي سياق ما تقدم يمكن تعريف الشمول المالي بأنه:

العملية التي من خلالها يتم تقديم وإيصال الخدمات المالية، وجعلها متاحة لفئة كبيرة من المجتمع واستخدامها لهم في الوقت المناسب وبشروط ميسرة وبتكاليف معقولة لا تتعدى قدراتهم، وهذا من شأنه أن يساهم في مواجهة تحديات الفقر والبطالة وإرساء العدالة الاجتماعية.

تأسيسا على ما سبق يمكن القول أنّ الشمول المالي يتسم بعدة خصائص نذكرها في:

- ✓ الاهتمام الأكبر بالفقراء ومحدودي الدخل؛
- ✓ الوصول إلى الأفراد والمشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر؛
- ✓ توفير خدمات مالية متعددة مثل الادخار والائتمان والتوفير؛
- ✓ الاهتمام بتحقيق المصلحة الكبرى والتي تتعلق بخلق فرص العمل، تحقيق النمو الاقتصادي، مجابهة الفقر وتحسين توزيع الدخل مع إيلاء اهتمام أكبر لحقوق المرأة⁴.

المطلب الثالث: أهمية الشمول المالي

أصبح الشمول المالي محور اهتمام العديد من الحكومات والسلطات الإشرافية وفي مقدمتها المصارف المركزية، فقد ثبت أن هناك علاقة وثيقة بين الشمول المالي من جهة والاستقرار المالي والنمو الاقتصادي من جهة أخرى، فمن الصعب تصور استدامة الاستقرار المالي بينما لا تزال هناك نسبة كبيرة من السكان أو المؤسسات مستبعدة ماليا من النظام

¹ - مهديّة سردون، أثر الشمول المالي على البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة في الدول العربية، مجلة الإبداع، المجلد 11، العدد 02، جامعة البليدة 2، البليدة، الجزائر، 2021، ص ص 8، 9.

² - S.v.shinde, **Financial Inclusion In India**, Ixmi Book Publication, First Edition, Solapure, Maharashtra, India 2014, p9

<https://books.google.dz/books?id=QYEBwAAQBAJ&pg=PT1&dq=S.v.shinde,+financial+inclusion+in+India&hl=f&sa=X&ved=2ahUKewj65JLXyqb9AhW7wAIHHUVZB7sQ6AF6BAgIEAI>.

³ - أحمد بقور، نصيرة موسى، محمد رضا بوشغي، التمويل الإسلامي الأصغر كآلية لتمويل المؤسسات المصغرة في ظل تعزيز الشمول المالي (دراسة حالة الادخار والتنمية الاجتماعية السوداني للفترة 2013-2017)، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 03، العدد 02، المركز الجامعي أفلو، الجزائر، 2021، ص 37.

⁴ - عزاوي أسامة، توفيق رفاع، تعزيز الشمول المالي كآلية في تحقيق الاستقرار المالي (دراسة حالة دول العالم العربي)، مجلة العلوم التجارية والتسيير، المجلد 17، العدد 01، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2021، ص ص 108، 109.

الاقتصادي، كذلك فإن الشمول المالي يعزز فرص التنافس بين المؤسسات المالية من خلال العمل على تنوع منتجاتها والاهتمام بجودتها لجذب أكبر عدد من العملاء والمعاملات بالتالي تقنين القنوات غير الرسمية؛

كما يؤثر الشمول المالي من ناحية أخرى على الجانب الاجتماعي من حيث الاهتمام بمحدودي الدخل من جهة، وبفئات محددة من جهة أخرى مثل المرأة والشباب إلى جانب التركيز على الوصول إلى المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر ودمجها بالقطاع المالي الرسمي عن طريق تقديم الخدمات المالية المناسبة لها، يضاف إلى ما تقدم الانعكاسات الإيجابية لتحسين مؤشرات الشمول المالي على قضايا خلق فرص عمل جديدة، الأمر الذي يخدم تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي المستدامين وبالتالي خفض معدلات البطالة والفقر وتحسين توزيع الدخل ورفع مستوى المعيشة¹.

حيث تكمن أهمية الشمول المالي فيمايلي:

➤ تعزيز جهود التنمية الاقتصادية: حيث يرتبط عمق انتشار واستخدام الخدمات المالية بمستويات العدالة الاجتماعية في المجتمعات، بالإضافة إلى الأثر الإيجابي على أسواق العمل، كما يساهم توسيع انتشار الخدمات المالية والوصول إليها في انتقال المزيد من المؤسسات الصغيرة من القطاع غير الرسمي إلى القطاع الرسمي².

➤ تعزيز استقرار النظام المالي: إن زيادة استخدام السكان للخدمات المالية سيساهم بالتأكيد في تعزيز استقرار النظام المالي، لأن زيادة الاستخدام للنظام المالي الرسمي سينوع من محفظة الودائع لدى المصارف والمؤسسات المالية مع تخفيف مستويات التركيز فيها وبما يقلل من مخاطر هذه المؤسسات كما يعزز هذا التنوع من استقرار النظام الاقتصادي للدول³.

➤ تعزيز وصول كافة الأفراد في المجتمع إلى الخدمات والمنتجات المالية: لغرض تعريف المواطنين بأهمية الخدمات المالية وكيفية الحصول عليها والاستفادة منها لتحسين ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية⁴.

➤ الشمول المالي يعزز من المنافسة بين المؤسسات المالية: يساهم الشمول المالي في تعزيز المنافسة بين المؤسسات المالية، ويتحقق ذلك من خلال العمل على تنوع منتجاتها والاهتمام بجودتها لجذب أكبر عدد من العملاء والمعاملات وتقنين بعض القنوات غير الرسمية⁵.

➤ تحقيق أهداف التنمية المستدامة: الشمول المالي يمثل عاملا أساسيا في لتحقيق أهداف التنمية المستدامة فتعميم الخدمات المالية يساهم في تحسين مستوى المعيشة، تمكين المرأة، الحد من الفقر وعدم المساواة، توفير فرص

¹- نشرة تعريفية حول مفهوم الشمول المالي، أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، صندوق النقد العربي، العدد 77، 2017، ص 06.

²- محمود محمد خير الدين، مرجع سبق ذكره، ص ص 28، 29.

³- أحمد خروبي لقواس، الشمول المالي كآلية لتحقيق الاستقرار المالي (تجربة المملكة العربية السعودية)، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 04، العدد 01، المركز الجامعي بمغنية، الجزائر، 2023، ص 243.

⁴- محمد بوطلاعة، حسينة ساعد بخوش، بوقرة كريمة، مرجع سبق ذكره، ص 147.

⁵- صليحة فلاق، سامية شارفي، دور صناعة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي بالعالم العربي (تجربة مملكة البحرين)، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 21، العدد 01، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2020، ص 307.

العمل، ودمج الاقتصاد غير الرسمي في الرسمي، عن طريق إضفاء السمة الرسمية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وبالتالي رفع معدلات النمو الاقتصادي¹.

➤ أتمتة النظام المالي: إذ يتطلب توسيع انتشار الخدمات المالية وزيادة معدلات استخدامها المزيد من أتمتة هذه الخدمات، وبما يجذب المزيد من مستخدمي التكنولوجيا في مجال الإلكترونيات والاتصالات، وإن زيادة الاعتماد على مثل هكذا خدمات خصوصاً فيما يتعلق بالمدفوعات يحقق فوائد إذ تصل المدفوعات بسرعة أكبر وبتكلفة أقل وإن أتمتة هذه المدفوعات ستخلق فرصة لدخول المزيد من الأفراد في عداد مستخدمي النظام المالي الرسمي².

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن الشمول المالي هو عامل أساسي في تحسين حياة الأفراد وتطوير الاقتصاديات، لأنه يساهم في الوصول إلى الخدمات المالية بطريقة ميسرة خاصة للفئات المهمشة وذوي الدخل المحدود من خلال قنوات رسمية بتكاليف ميسرة لتفادي لجوء تلك الفئات إلى قنوات ووسائل غير رسمية مرتفعة التكاليف، وأيضاً خلق فرص عمل وبالتالي التخفيف من مشكلة البطالة وهذا سيؤدي إلى خفض معدلات الفقر وتحسين مستويات الدخل وتحسين المستوى المعيشي وتحقيق الرفاه الاجتماعي والنمو الاقتصادي بالإضافة إلى تعزيز الاستقرار المالي وتقليل المخاطر المالية من خلال توفير الخدمات المالية للجميع وتشجيع الادخار والاستثمار.

المبحث الثاني: أساسيات حول الشمول المالي

مع تزايد اهتمام العالم بتوسيع نطاق الشمول المالي وخلق التحالفات بين الهيئات والمؤسسات المالية العالمية للتنسيق والعمل ضمن آليات مشتركة وموحدة، تسعى المصارف إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال اتباع الشمول المالي.

المطلب الأول: أهداف الشمول المالي

هناك جملة من الأهداف التي يسعى صانعو السياسات لتحقيقها من خلال تعزيز الشمول المالي، ويمكن عرضها كالتالي:

➤ تحقيق حالة من الارتباط بين الأهداف وفق نظرية I_SIP (الشمول المالي والاستقرار المالي والنزاهة المالية والحماية المالية للعميل) بما يضمن التحقيق الأفضل لكل هدف من تلك الأهداف للوصول إلى ما هو أفضل للجميع وكذلك الارتباط الأمثل بين الأهداف³.

➤ تعزيز وصول كافة فئات وشرائح المجتمع إلى الخدمات والمنتجات المالية، وتعريف العملاء بأهمية تلك الخدمات وكيفية الحصول عليها ومميزاتها وتكاليفها وكيفية تحسين ظروفهم وواقعهم الاجتماعي والاقتصادي⁴.

¹ - محمد أمين زاويخ، محمد بونسي، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي (تجربة المملكة العربية السعودية)، مجلة دفاتر البحوث العلمية، المجلد 10، العدد 01، المركز الجامعي عبد الله مرسل، تيبازة، الجزائر، 2022، ص 755.

² - سيف علي حسين، وفاء حسين الحيدري، دور التمويل الرقمي في تحسين وتعزيز الشمول المالي / بحث تطبيقي في الجهاز المصرفي العراقي، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 16، العدد 57، جامعة بغداد، العراق، 2021، ص 109.

³ - محمد طرشي، رضوان أنساعد، عمر عبو، متطلبات تعزيز الشمول المالي في الجزائر، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 01، العدد 01، جامعة حسية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2019، ص 122.

⁴ - سيف الإسلام خميس، عبد الخالق قفيشة، واقع الشمول المالي في المصارف الإسلامية في فلسطين، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، فلسطين، 2020، ص 14.

- تقليص الفجوة في الوعي أو التثقيف المالي لدى فئات المجتمع المختلفة بالطرق المثلى عبر تعاون كافة الأطراف المشاركة بالاستراتيجية¹.
 - حماية حقوق عملاء الخدمات المالية من خلال إعداد السياسات والتعليمات بهذا الخصوص وتعريف المتعاملين مع المؤسسات المالية الحاليين والمحتملين بحقوقهم وواجباتهم².
 - الرفع من فعالية النقدية، حيث أن النفوذ إلى الخدمات المالية يعزز الطلب الكلي والاستثمار ويصبح إجمالي الطلب والاستثمار أكثر حساسية للسياسة النقدية من خلال زيادة مرونة معدل الإقراض³.
- ومن خلال ما سبق يمكننا إدراج أهداف الشمول المالي في الجدول التالي:

الجدول رقم(01): أهداف الشمول المالي

أهداف الشمول المالي		
<ul style="list-style-type: none"> • الحماية المالية للعملاء <p>من خلال:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. التثقيف المالي للعملاء الأكثر فقرا. 2. تنظيم صياغة العقود والبنود والشروط ومعدلات الفائدة السنوية والغرامات. 3. حصول العميل على معاملة عادلة وشفافة وبسهولة ويسر. 	<ul style="list-style-type: none"> • النزاهة والسلامة <p>من خلال:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. مكافحة غسل الأموال. 2. مكافحة تمويل الإرهاب. 3. السيطرة على إساءة استخدام النظام المالي. 	<ul style="list-style-type: none"> • الاستقرار المالي <p>من خلال:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. قاعدة بيانات متنوعة ومستقرة. 2. الحد من مخاطر عدم الاستقرار السياسي والاجتماعي. 3. تعزيز الاستقرار الاجتماعي. 4. تحمل الصدمات والاختلالات المالية.

المصدر: أسامة فراح، رحمة عبد العزيز، الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طنبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 02، المركز الجامعي الشهيد سي الحواس بركة، الجزائر، 2021، ص 650.

المطلب الثاني: مبادئ الشمول المالي

اتخذت مجموعة العشرين (G20) مجموعة من المبادئ لتعزيز الشمول المالي بهدف تكوين سياسات واستراتيجيات وطنية لتحقيق بيئة ملائمة تساعد على وصول الخدمات المصرفية لكافة أفراد المجتمع خاصة الفئة المهمشة والفقراء والنساء بأيسر الطرق وأقل تكاليف وأكثر جودة، وتتمثل هذه المبادئ فيما يلي:

- القيادة: وتهدف إلى إيجاد التزام واسع لدى الجهات الحكومية المختلفة والأطراف المشاركة لتحقيق الشمول المالي للمساعدة في تخفيض حدة الفقر، حيث أثبتت التجارب الدولية بأن قيادة الشمول المالي يجب أن تكون على المستويات العليا الحكومية لتعزيز وزيادة نسب الاشتغال المالي؛

¹ سيف علي حسين، وفاء حسين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 110.

² ياسمينة إبراهيم سالم، هاجر يحي، متطلبات تعزيز الشمول المالي دراسة حالة بعض الدول العربية، المجلد 21، العدد 01، مركز البصيرة للدراسات والاستشارات وخدمات التعليم، الجزائر، 2021، ص 128.

³ نور الدين كروش، جمال دقيش، ليلي أولاد إبراهيم، واقع الشمول المالي في الوطن العربي: دراسة بعض الدول العربية، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، المجلد 05، العدد 01، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2022، ص 519.

- التنوع: تنفيذ سياسات تعزز المنافسة وتقديم محفزات تشجيعية للوصول إلى الخدمات المالية واستخدامها بالشكل الصحيح، وكذلك توفير خدمات مالية متنوعة مثل (التوفير، الاقتراض، التحويل، التأمين والاستثمارات المالية...) بحيث يكون هناك تنوع في مزودي الخدمات المالية وطرق تقديمها¹.
 - التطوير: استخدام التكنولوجيا والأدوات المؤسسية المتطورة اللازمة لتوسيع النفوذ للنظام المالي مع الإشارة إلى مواطن الضعف المتواجدة في البنية التحتية؛
 - الحماية: وجود مفهوم شامل لحماية العميل في إطار القواعد المتعارف عليها للحكومة ومقدمي الخدمة والعملاء².
 - التمكين: زيادة التثقيف المالي وتنمية المعرفة المالية للعملاء؛
 - التعاون: إيجاد بنية مؤسسية تشاركية بمسؤوليات والتنسيق مع مختلف الجهات الحكومية³.
 - التناسب: بناء سياسة وإطار تنظيمي يقوم بتقليل المخاطر وتعظيم مزايا المنتجات المالية المتطورة على أساس استيعاب الثغرات والعوائق الموجودة في القواعد التنظيمية القائمة ومحاولة تجاوزها؛
 - إطار العمل: الأخذ في الاعتبار عند وضع إطار تنظيمي للنفوذ الشامل المعايير الدولية والظروف المحلية اللازمة لضمان بيئة تنافسية، وإطار تنظيمي يتصف بالمرونة على أساس مواجهة المخاطر المتعلقة بغسيل الأموال ومكافحة تمويل الإرهاب⁴.
- والشكل الموالي يلخص مبادئ الشمول المالي:

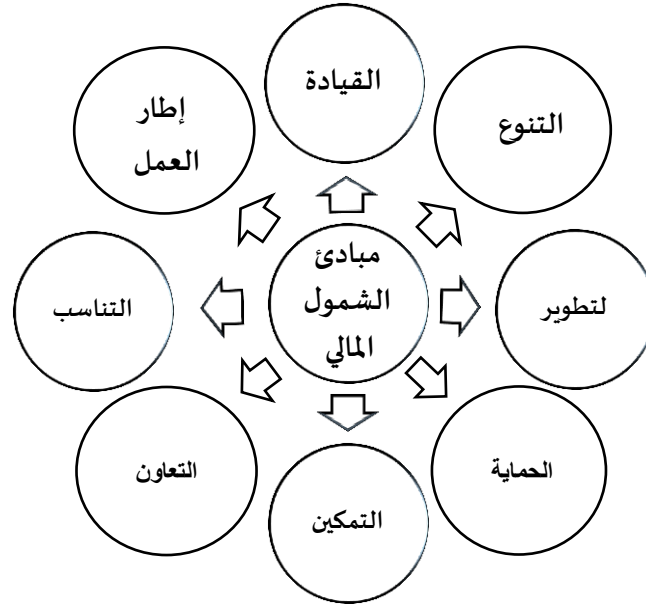
¹ - نبيل بهوري، الشمول المالي كأداة تحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي ومتطلبات تحقيقه دراسة حالة الدول العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد 03، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2019، ص 164.

² - أسماء سفاري، آسيا بن داية، تأثير تطبيق سياسة الشمول المالي على استقرار القطاع المصرفي: دراسة حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 11، العدد 01، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2021، ص 73.

³ - عديلة مريم، صونيا جواني، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي تجربة البحرين، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 04، العدد 02، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، 2021، ص 277، 278.

⁴ - ماجد محمود محمد أبو دية، دور الانتشار المصرفي والاشتمال المالي في النشاط الاقتصادي الفلسطيني، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص اقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2016، ص 32، 33.

الشكل رقم (01): مبادئ الشمول المالي.



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات السابقة.

المطلب الثالث: أبعاد ومؤشرات الشمول المالي

ذكر في وثيقة قمة لوس كابوس في يونيو 2012 لمجموعة العشرين (G20) مع توصية الشراكة العالمية (GPII) مجموعة من المؤشرات التي تستخدم لقياس مستويات الشمول المالي في جميع دول العالم للمقارنة بينها وتحديد معدلات التفاوت بينها، وتناولت هذه المؤشرات قياس عدة أبعاد رئيسية للشمول المالي.

أولاً: أبعاد الشمول المالي

تطور مفهوم الشمول المالي ليشمل الأبعاد الرئيسية الثلاثة الآتية: سهولة الوصول إلى الخدمات المالية، استخدام الخدمات المالية، وتعزيز جودة الخدمات المالية ويمكن توضيحها كما يلي:

1. الوصول (ACCESS): عبارة عن الفترة التي تتمتع بها المؤسسات المالية لتوفير السلع والخدمات المالية والتي ترتبط بالبيئة التنظيمية والتسويق والتكنولوجيا، إذ أن تفحص الوصول يستلزم تحديد العوائق المحتملة التي تواجهها المؤسسات عند توفير السلع والخدمات والتي يواجهها العملاء عند استخدامها، مضافاً إلى ذلك فإن مؤشرات الوصول تعكس عمق انتشار الخدمات المالية كمستوى نفاذ فروع المصرف والأجهزة في المناطق الريفية أو عوائق جانب الطلب التي يواجهها العملاء الوصول إلى المؤسسات المالية كالكلفة والمعلومات¹.

2. الاستخدام (USAGE): والذي يمكن قياسه من خلال مجموع حجم الإيداع والائتمان معاً كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي، ويستخدم لإعطاء صورة عن الأشخاص الذين لا يستخدمون الخدمات المصرفية أو المبعدين عن استخدام هذه الخدمات بالرغم من امتلاكهم لحسابات مصرفية، حيث لوحظ في بعض البلدان ذات القطاع المصرفي المتقدم بأنه يوجد نسبة من السكان لا يستخدمون الخدمات المصرفية المتاحة بها وقد أطلق عليهم

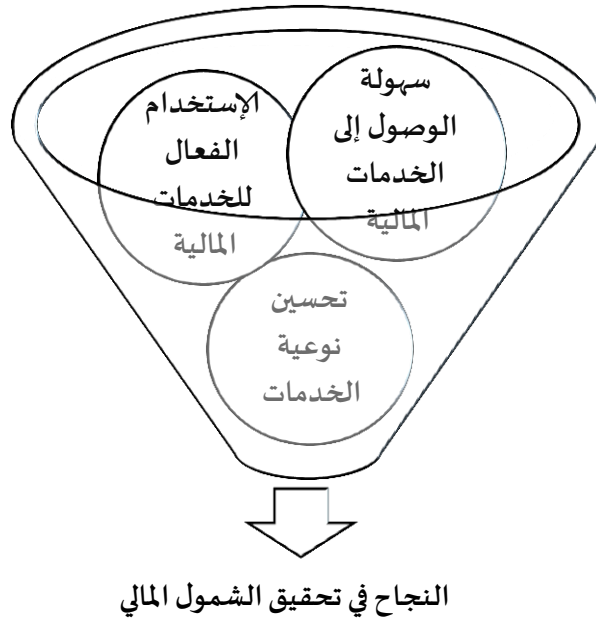
¹ - سليمة بوعونية، ياسمينه قاسي، فعالية المصارف الإسلامية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، مجلة الإبداع، المجلد 12، العدد 02، جامعة البليدة 2، البليدة، الجزائر، 2022، ص 202.

المهمشون مصرفياً لذلك فإن عدد الحسابات المصرفية أو المصارف المتاحة لا يعتبر كافياً لإحداث تطور في نظام الشمول المالي ولا بد من الأخذ بعين الاعتبار معلومات تغطي نسبة استخدام النظام المصرفي¹.

3. الجودة (Qualité): ويقصد بها قدرة السلعة أو الخدمة المالية على تلبية احتياجات العميل، إذا تعكس مقاييس الجودة الدرجة التي تطابق فيها السلع والخدمات المالية احتياجات العملاء ومدى الخيارات المتاحة للعملاء ووعي وفهم العملاء للمنتجات المالية².

ولتلخيص أبعاد الشمول المالي يتم إدراج الشكل التالي:

الشكل رقم (02): أبعاد الشمول المالي.



المصدر: سليمة بوعوينة، ياسمين قاسي، فعالية المصارف الإسلامية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، مجلة الإبداع، المجلد 12، العدد 02، جامعة البليدة 2، البليدة، الجزائر، 2022، ص 202.

ثانياً: مؤشرات الشمول المالي

يقصد بمؤشرات الشمول المالي تلك التي تشخص حالة القطاع المالي والمصرفي من حيث إتاحة الفرص المتكافئة لجميع الفئات في المجتمع، ويمكن تصنيفها كالتالي:

1- مؤشرات الشمول المالي من منظور العدالة في التوزيع:

✓ حسب النوع: نسبة المستفيدين من الخدمات المالية من الذكور مقارنة بنسبة المستفيدات من الخدمات المالية من الإناث؛

¹ - خالد محمد الشerman، الشمول المالي والأداء الاقتصادي في الأردن، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص الاقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 2019، ص ص 16، 17.

² - عابد بشكير، ياسمين قاسي، واقع الشمول المالي في المصارف الإسلامية دراسة تحليلية لمجموعة من الدول العربية، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 04، العدد 01، المركز الجامعي مغنية، مغنية، الجزائر، 2023، ص 615.

- ✓ حسب الفئات العمرية: نسبة المستفيدين من الخدمات المالية من الفئة العمرية من 15 إلى 24 سنة مقارنة بنسبة المستفيدين من الفئة العمرية من 25 إلى 64 سنة؛
- ✓ حسب مستوى الدخل: نسبة المستفيدين من الخدمات المالية من شريحة الأعلى دخلا (60% من السكان البالغين) مقارنة بنسبة المستفيدين من شريحة الأقل دخلا (40% من السكان البالغين)؛
- ✓ حسب موقع أو مكان الإقامة: نسبة المستفيدين من الخدمات المالية من سكان الريف مقارنة بنسبة المستفيدين من سكان المدن وتمتد سلسلة هذه المجموعة من المؤشرات متى ما سمح توافر البيانات والمعلومات بإمكانية استخدامها¹.

2- مؤشرات الشمول المالي الأساسية لمجموعة العشرين: تتبنى مجموعة العشرين مجموعة من المؤشرات من بينها:

- نسبة الأفراد البالغين الذين يتوافر لديهم حسابات مصرفية إلى إجمالي الأفراد البالغين (ويمكن توزيعهم وفقا للفئات العمرية أو نوع المؤسسات المالية أو الجنس)؛
- نسبة الأفراد البالغين الحاصلين على تمويلات مصرفية إلى إجمالي الأفراد البالغين (يمكن توزيعهم وفقا للفئات العمرية أو نوع المؤسسات المالية أو الجنس)؛
- نسبة الشركات أو مؤسسات الأعمال التي يتوافر لديها حسابات مصرفية إلى إجمالي مؤسسات الأعمال (ويمكن توزيعها وفقا لنوع هذه المؤسسات)؛
- نسبة الشركات أو مؤسسات الأعمال الحاصلة على تمويلات مصرفية وخاصة فيما يتعلق بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر إلى إجمالي مؤسسات ومؤسسات الأعمال (ويمكن توزيعها وفقا لنوع مؤسسات الأعمال أو نوع المؤسسات المالية)؛
- عدد تمويلات المؤسسات المالية لكل 100.000 نسمة من السكان؛
- عدد نقاط الوصول (فروع ومكاتب المصارف، مؤسسات التمويل، الصرافين، الصرافات الآلية، نقاط البيع، فروع ومكاتب مؤسسات التأمين، مؤسسات الوساطة المالية، مؤسسات التأجير التمويلي، المؤسسات المالية الأخرى...)
- عدد المواطنين البالغين من حملة وثائق التأمين لكل 1.000 مواطن بالغ مقسمة إلى تأمين على الحياة وتأمينات أخرى؛
- عدد المنتفعين من خدمات التأجير التمويلي بشقيه التشغيلي والمنتهي بالتمليك؛
- عدد المتعاملين في السوق المالية على مستوى الجنس خلال فترة زمنية محددة التعامل².

3- مؤشرات الشمول المالي حسب البنك الدولي:

- استخدام الحسابات المصرفية: نسبة البالغين الذين لهم حساب مالي في المؤسسة الرسمية مثل المصارف، مكاتب البريد، مؤسسات التمويل الصغرى؛

¹ - رشيد نعيبي، عبد الحفيظ بن ساسي، مرجع سبق ذكره، ص 374، 375.

² - عبد الحليم عمار غربي، نحو إطار مفاهيمي للشمول المالي والمصرفي الإسلامي دراسة تحليلية لأبعاده ومؤثراته وتأثيراته، المجلة

الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد 06، العدد 01، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2020، ص 24، 25.

- الادخار: النسبة المئوية للبالغين الذي قاموا بالادخار خلال 12 شهرا الماضية باستخدام المؤسسات المالية الرسمية (المصارف ومكاتب البريد وغيرها) وغير رسمية أو شخص خارج الأسرة؛
 - الاقتراض: النسبة المئوية للبالغين الذين اقتترضوا في 12 شهرا الماضية من مؤسسة مالية رسمية ومن مصادر تقليدية غير رسمية (بما في ذلك الاقتراض من الأسرة والأصدقاء)؛
 - المدفوعات: النسبة المئوية للبالغين الذين استخدموا حساب رسمي لتلقي أو إرسال الأجور أو المدفوعات الحكومية خلال 12 شهرا الماضية؛
 - التأمين: النسبة المئوية للبالغين الذين يقومون بالتأمين على أنفسهم أو ممتلكاتهم؛
- 4- مؤشرات الشمول المالي حسب صندوق النقد العربي:
- حسابات الاقتراض: وتتمثل في نسبة عدد المقترضين من المصارف التجارية أو أي مؤسسة مالية بهدف إنشاء مشاريع تجارية أو توسيع مشاريع قائمة إلى إجمالي عدد السكان البالغين؛
 - حسابات الإيداع: يمثل نسبة عدد الحائزين على حسابات ادخار بالنسبة لإجمالي السكان البالغين¹. وللتوضيح أكثر تم إدراج الجدول التالي والذي يصنف المؤشرات وفقا لأبعاد الشمول المالي.

الجدول رقم (02): أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياسه.

الأبعاد	مؤشرات قياس كل بعد
▪ الوصول إلى الخدمات المالية	<ul style="list-style-type: none"> ✓ عدد الفروع مصارف لكل 100 ألف بالغ. ✓ عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 100 ألف بالغ. ✓ عدد وكلاء مقدمي خدمات الدفع الإلكتروني لكل 100 ألف بالغ. ✓ عدد منافذ أو وكلاء الهاتف النقال لكل 100 ألف بالغ. ✓ عدد نقاط الخدمة أو البيع (POS) لكل 100 ألف بالغ. ✓ عدد بطاقة السحب الآلي لكل 1000 بالغ. ✓ عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كيلو متر مربع.
▪ استخدام الخدمات المالية	<ul style="list-style-type: none"> ✓ عدد حسابات الإيداع لكل 1000 من البالغين. ✓ عدد القروض لكل 1000 من البالغين. ✓ عدد القروض المستحقة لكل 1000 من البالغين.

¹ - أسماء دردور، سعيدة حركات، قياس أثر الشمول المالي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1980 2017 باستعمال نموذج **ARDL**، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 10، العدد 04، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2020، ص ص 75-77.

<p>✓ عدد حاملي بويصلة تأمين لكل 1000 من البالغين مصنفة حسب التأمين على الحياة وغير الحياة.</p> <p>✓ عدد المعاملات غير النقدية (شيكات إلكترونية، بطاقات ائتمانية، النقود الإلكترونية) لكل 1000 من البالغين.</p> <p>✓ نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب وديعة منتظم.</p> <p>✓ نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب ائتمان منقطع.</p> <p>✓ عدد حملة سياسة التأمين لكل 1000 من البالغين.</p> <p>✓ عدد معاملات التجزئة غير النقدية للفرد الواحد.</p> <p>✓ عدد معاملات الدفع الواحد.</p> <p>✓ نسبة البالغين الذين يستخدمون حساب مصرفي بشكل دائم ومتواتر.</p> <p>✓ نسبة المحتفظين بحساب مصرفي خلال سنة مضت.</p> <p>✓ نسبة البالغين الذين يتلقون تحويلات مالية محلية أو دولية.</p> <p>✓ نسبة الشركات المتوسطة أو الصغيرة التي لديها حسابات رسمية مالية.</p> <p>✓ عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها حسابات ودائع.</p> <p>✓ عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها قروض قائمة.</p>	
<p>القدرة على تحمل التكاليف:</p> <p>✓ معرفة متوسط التكلفة الشهرية للحصول على حساب أسامي بناء على الحد الأدنى الرسمي</p>	<p>■ جودة الخدمات المالية</p>

<p>للأجور.</p> <p>✓ متوسط الرسوم السنوية للاحتفاظ بحساب جاري أساسي.</p> <p>✓ متوسط تكلفة تحويلات الائتمان.</p> <p>✓ نسبة العملاء الذين أفادوا بأن رسوم المعاملات المالية غالية الثمن.</p> <p>الشفافية:</p> <p>✓ نسبة العملاء الذين أفادوا أنهم يتلقون معلومات واضحة وكافية حول الخدمات المالية في بداية انعقاد القرض المالي.</p> <p>✓ وجود نموذج وصف محدد للخدمات المالية المقدمة.</p> <p>حماية العميل:</p> <p>✓ مدى وجود قانون أو لائحة معايير للشكاوى والتعامل بين المستخدمين والمؤسسة المالية.</p> <p>✓ مدى وجود إمكانية للجوء إلى العدالة مثل وجود أمين مظالم مالية لحل المشاكل المتعلقة بالخدمات المالية من 3 إلى 6 شهور الأخيرة وتم حلها في غضون شهرين على الأقل.</p> <p>✓ نسبة العملاء الذين لديهم ودائع تم تغطيتها بواسطة صندوق تأمين الودائع.</p> <p>الراحة والسهولة:</p> <p>✓ نسبة الأفراد الذين لا يشعرون بالراحة بمتوسط الوقت الذين يقضونه في الانتظار في الطابور في فروع المؤسسات المالية.</p>	
<p>✓ متوسط الوقت الذي يقضيه العملاء في الاصطفاف في فروع المؤسسات المالية والبنوك.</p>	

<p>التثقيف المالي:</p> <p>✓ حساب النسبة المئوية للبالغين الذين يعرفون المصطلحات المالية الأساسية مثل المعدل، المخاطرة</p> <p>✓ النسبة المئوية للبالغين الذين يستطيعوا إعداد ميزانية لهم كل شهر.</p> <p>المديونية (السلوك المالي):</p> <p>✓ نسبة المقترضين الذين يتأخرون أكثر من 31 يوم عن سداد القرض.</p> <p>✓ كيفية حل الأزمات المالية من قبل الزبائن إما بالاقتراض من الأصدقاء الأقارب، بيع الأصول، استخدام وفورات أو قرض بنكي.</p> <p>العوائق الائتمانية:</p> <p>✓ نسبة الوحدات الإدارية في المناطق الحضرية على الأقل بثلاثة فروع مالية رسمية للمؤسسات.</p> <p>✓ نسبة الشركات الصغيرة والمتوسطة المطلوب منها توفير ضمانات على آخر قرض بنكي.</p> <p>✓ مدى وجود عوائق أو نقص في المعلومات حول أسواق الائتمان.</p>	
---	--

المصدر: نغم حسين نعمة، أحمد نوري حسن مطر، الشمول المالي متطلبات التطبيق ومؤشرات القياس، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2020، ص ص 105، 106.

وبالتالي تعد مؤشرات وأبعاد الشمول المالي مهمة لتقييم وتحديد مدى التقدم والنجاح في تحقيق الشمول المالي، ومنه لقد تم وضع مجموعة هذه الأبعاد والمؤشرات لحساب نسبة وعدد نقاط الوصول الى الخدمات المصرفية وتركز على مدى تغطية الاحتياجات الخاصة بالأفراد ذات الدخل المنخفض أو المهمشين ماليا منهم في كل بلد وتسمح مؤشرات الشمول المالي هذه بإجراء المقارنة والقياس بين البلدان.

المبحث الثالث: متطلبات تعزيز الشمول المالي

يعتمد تعزيز الشمول المالي وجود استراتيجية وطنية واضحة تعد من العناصر الأساسية التي يجب الإلتزام بها حتى تسير عملية الشمول المالي في إطارها الصحيح والفعال والإيجابي.

المطلب الأول: الركائز الأساسية للشمول المالي

يتطلب تعزيز الشمول المالي جملة من الركائز تتمثل فيما يلي:

أولاً-دعم البنية التحتية المالية

يعد توفير بنية مالية تحتية قوية لتلبية متطلبات الشمول المالي أحد أهم الركائز الأساسية لتحقيق بيئة ملائمة له وتتضمن ما يلي:

✓ بيئة تنظيمية: توفير بيئة قانونية ملائمة بما يدعم مبدأ الشمول المالي من خلال إصدار وتعديل الأنظمة والتعليمات واللوائح؛

✓ الانتشار: تعزيز الانتشار الجغرافي من خلال التوسع في شبكة فروع مقدمي الخدمات المالية والاهتمام بإنشاء فروع أو مكاتب صغيرة لمقدمي الخدمات بالأخص التمويل المتناهي الصغر، بالإضافة إلى إنشاء نقاط وصول للخدمات المالية مثل وكلاء المصارف، خدمات الهاتف المصرفي، نقاط البيع، الصرافات الآلية، خدمات التأمين والأوراق المالية وغيرها وفقاً لقوانين الدولة؛

✓ تطوير نظم الدفع والتسوية: تطوير نظم الدفع والتسوية الوطنية لتسهيل تنفيذ العمليات المالية وتسويتها بين المتعاملين في الموعد المناسب بما يضمن استمرار تقديم الخدمات المالية؛

✓ الاستفادة من التطورات التكنولوجية: العمل على تطوير وتحسين الاتصال وتبادل المعلومات من خلال التوسع في تقديم الخدمات المالية الرقمية، وكذلك الدفع عبر الهاتف المحمول وذلك لتيسير الوصول إلى الخدمات المالية بتكلفة أقل وفعالية أعلى؛

✓ توفير قواعد بيانات شاملة: العمل على تفعيل دور مكاتب الاستعلام الائتماني وإنشاء قواعد بيانات شاملة تتضمن سجلات البيانات الائتمانية التاريخية للأفراد والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، إضافة إلى قاعدة بيانات تسجيل الأصول المنقولة واتخاذ ما يلزم من إجراءات للتأكد من حصول مقدمي الخدمات والعملاء على المعلومات التي يحتاجونها لضمان الشفافية وحماية حقوق كل منهم¹.

ثانياً-الحماية المالية للعميل

يقصد بحماية عملاء المصارف ما يتم تطبيقه من إجراءات تستهدف الحد من المخاطر التي يتعرض لها هؤلاء العملاء في مجال تعاملهم مع المصارف، من خلال وضع الأطر التنظيمية من سياسات وإجراءات تكفل حصولهم على مختلف الخدمات المالية في إطار متكامل من الشفافية والإفصاح في التعامل المالي بما يضمن حصول هؤلاء العملاء على حقوقهم دون انتقاص وعدم الإضرار بمصالحهم، ومساءلة من يتجاوز تلك الأطر وترتكز حماية العميل على عدة نقاط أهمها:

• المعاملة بالعدل والمساواة: يتعين على المصارف ومن خلال جميع تعاملاتها مراعاة التعامل بالعدل والمساواة والإنصاف والأمانة وأن تحرص على جعل هذا المنهج جزءاً من قواعد الحوكمة لديها، كما يتعين عليها أن تعطي مزيداً من الاهتمام والعناية والرعاية الخاصة بالعملاء محدودي الدخل، والتعليم وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة دون تمييز بين الجنسين؛

¹ آسيا سعدان، نصيرة محاجبية، و أقع الشمول المالي في المغرب العربي دراسة مقارنة: الجزائر، تونس والمغرب، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 10، العدد 03، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2018، ص ص 748، 749.

- الإفصاح والشفافية: يتعين على المصارف أن توفر لعملائها جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات والمنتجات التي تقدمها لهم، وعلى أن تتسم هذه المعلومات بالوضوح وسهولة الفهم والبساطة والدقة، وبما يكفل إطلاع العملاء على المزايا والمخاطر بشفافية ووضوح وعلى ألا يتحمل العملاء العناء في سبيل الحصول على تلك المعلومات؛
- السلوك المهني: يتعين على المصارف أن تحرص على ممارسة وأداء عملها بأسلوب مهني مسؤول يأخذ بعين الاعتبار تحقيق أفضل مصلحة للعملاء في كافة مراحل تعاملهم مع المصارف باعتباره مسؤول عن حماية العميل فيما قدم إليه من خدمات أو منتجات مصرفية؛
- حماية العملاء ضد الاحتيال المالي: يتعين على المصارف حماية ودائع العملاء ومدخراتهم وغيرها من الأصول المالية التي تقع في دائرة معاملاتهم مع المصرف وذلك من خلال وضع أنظمة الرقابة الداخلية الفعالة، والتي تتسم بالكفاءة والمستوى العالي من الرقابة الدقيقة بهدف الحد من عمليات الاحتيال والاختلاس أو إساءة استخدام الخدمات المالية، والتأكد بشكل مستمر من كفاءة الأنظمة المستخدمة لمواكبة التغيرات في الأساليب الاحتيالية؛
- معالجة الشكاوى وتظلمات العملاء: يتعين على المصارف إعطاء العناية الكافية لمعالجة تظلمات وشكاوى العملاء بطريقة عادلة وسريعة¹.

ثالثا- تطوير خدمات ومنتجات مالية تلي احتياجات كافة المجتمع

يعتبر ذلك أحد أهم ركائز تحقيق الشمول المالي من خلال تيسير الحصول على الخدمات المالية والوصول إليها وتقديمها للأفراد والمؤسسات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، بالتالي تقع على عاتق مقدمي الخدمات المالية مهمة تطوير الخدمات والمنتجات المالية أخذا في الاعتبار بما يلي:

- مراعاة احتياجات ومتطلبات العملاء المستهدفين عند تصميم الخدمات والمنتجات التي تستهدفهم قبل طرحها والتسويق لها، إضافة إلى ابتكار منتجات مالية جديدة تعتمد على الادخار والتأمين ووسائل الدفع وليس فقط الإقراض والتمويل؛
- التشجيع على المنافسة بين مقدمي المنتجات والخدمات المالية بما يمكن العملاء من الوصول إلى منتجات وخدمات متنوعة عالية الجودة بسهولة، وبتكاليف معقولة وبشفافية؛
- تخفيض الرسوم والعمولات غير المبررة المفروضة على الخدمات المالية؛
- دراسة ظروف واحتياجات العملاء عند التعامل معهم بما يمكن مقدمي الخدمات أو المقرضين بتقديم الخدمات المناسبة لاحتياجاتهم وقدراتهم؛
- قيام الجهات الرقابية بمراجعة التعليمات القائمة للنظر في متطلبات التمويل ومدى مناسبتها لكافة المجتمع؛
- إتاحة التدريب لموظفي مقدمي الخدمات المالية المتخصصين في هذا المجال².

¹ - يسمينة قاسي، محمد بولصنام، دور صناعة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الدول العربية، مجلة المعيار، المجلد 12، العدد 02، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، 2021، ص ص 682، 683.

² - رشيد نعيمي، عبد الحفيظ بن ساسي، تقييم الشمول المالي والمصرفي في الجزائر وفق مؤشرات الوصول المالي خلال الفترة: 2015-2020، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 05، العدد 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2021، ص 234.

رابعا-التثقيف المالي: ويكون من خلال إعداد استراتيجيات وطنية لتعزيز مستويات التعليم والتثقيف المالي والعمل على تقييم وقياس مدى نجاحه مع التأكد من إشراك الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأطراف ذات العلاقة بالتثقيف المالي¹.

المطلب الثاني: سياسات الشمول المالي

وضعت المؤسسة الألمانية ست سياسات فعالة للشمول المالي، أربعة منها قد تحسن وصول الفقراء للخدمات المالية عبر قنوات مختلفة وتشمل كل من: الوكيل المصرفي، الدفع عبر وسائل الإتصال المحمول، تنوع مقدمي الخدمات، إصلاح المصارف الحكومية، حماية العميل، سياسة الهوية المالية، والتي تلعب دورا رئيسيا في تمكين الشمول المالي، وفيما يلي شرح لمضمون هذه السياسات:

أولا-الوكيل المصرفي

أثبتت سياسات تعاقد المصارف مع نقاط البيع بالتجزئة غير المصرفية كوكلاء للخدمات المالية نجاحا كبيرا في تحسين عجلة الشمول المالي، حيث أن فروع المصارف وحدها ليست مجدية اقتصاديا، مثل هذه السياسات تعتبر نفوذا لقنوات البيع بالتجزئة الموجودة حاليا، ولا تحول الصيدليات ومكاتب البريد ومحلات السوبر ماركت إلى وكلاء للمصارف فحسب بل وكلاء للشمول المالي، إن التعاون بين المصارف ومحلات السوبر ماركت إلى وكلاء للمصارف فحسب بل وكلاء للشمول المالي، إن التعاون بين المصارف والوكلاء أصبح ممكنا حيث أن التكنولوجيا خفضت تكاليف ومخاطر معلومات الصرف عن بعد لإجراء التحويلات المالية إلى جانب إجراءات فتح حسابات بسيطة وغيرها من الحوافز لاستخدام هذه القناة مثل التحويلات النقدية، والتوعية بالنظام المالي بالإضافة إلى زيادة أعداد العملاء بشكل كبير كما لوحظ مؤخرا في البرازيل حيث أنها كانت الرائدة في وقت مبكر في وكلاء المصارف بواسطة المراسلات المصرفية بنطاق واسع لتوزيع المنح الاجتماعية للبرازيليين غير المتعاملين مع المصارف؛

ثانيا-سياسة الهوية المالية

في معظم البلدان، يتم تقديم المعلومات الائتمانية فقط لبعض القروض ويتم إعفاء العملاء الفقراء من معلومات تقليل فوائد خفض التكاليف المقدمة من سجلات الائتمان، والأهم من ذلك أن بعض العملاء لا يوجد لديهم الوثيقة الشخصية المطلوبة لفتح حساب، بدأ صانع القرار في معالجة العوائق التي تحول دون وصول العملاء للخدمات المالية بواسطة تضييق الفجوة بين الوثائق المرتبطة بحسابات المصارف وبين جودة الوثائق المنتشرة بين العملاء ذوي الدخل المنخفض، ونتيجة لذلك هذه السياسات تزود العملاء ذوي التاريخ المالي وتقوم بتحويل تاريخ معاملاتهم المالية إلى الأصول المالية التي يمكن استخدامها للاستفادة من الحصول على الخدمات المصرفية الائتمانية الأخرى².

ثالثا-الدفع عبر وسائل الاتصال المحمول

انتشار الهواتف النقالة يفتح قناة أخرى لتوصيل الخدمات المالية للفقراء، هذه التكنولوجيا الجديدة قللت بشكل كبير المعاملات المالية بالإضافة إلى أنه أصبحت التحويلات المالية أكثر سهولة حيث يتم وصولها بنفس الوقت وأيضا عملت على

¹ - نارجس معمري، حميدة أوكيل، الشمول المالي في الجزائر واقع وتحديات، مجلة القسطاس للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية، المجلد 01، العدد01، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019، ص34.

² - صورية شني، السعيد بن لخضر، أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية)، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد04، العدد01، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2019، صص111-113.

توسيع نطاق نقاط الوصول وقللت الحاجة لحمل النقود بسبب وجود النقود الإلكترونية وأيضاً عملت على جذب العملاء غير المتعاملين مع المصارف سابقاً، أظهرت عدة دول نجاحاً باستخدام آلية الدفع عبر الهاتف المحمول للشمول المالي حيث أن الفلبين سجلت أول نجاح لخدمة الدفع بواسطة الهاتف النقال في البلاد النامية في 2004¹.

رابعاً-تنوع مقدمي الخدمات

أعتمد صناع القرار استراتيجيات تنظيمية ورقابية مختلفة لإدارة مخاطر تراخيص مجموعة واسعة من المؤسسات لتقديم خدمات تأمينية وإيداعية، تدعى باستراتيجيات التكيف مع الأنظمة المصرفية الخاصة بالتمويل الأصغر وتشمل: تراخيص متخصصة للمؤسسات العاملة في مجال الإيداع الصغير، تراخيص مصرفية للتحويلات المصرفية للمؤسسات غير الحكومية بالإضافة إلى تراخيص المؤسسات المالية غير المصرفية².

خامساً-إصلاح المصارف الحكومية

في العديد من البلدان تلعب المصارف الحكومية دوراً مهماً في القطاع المصرفي وفي تحسين تقديم الخدمات المالية للفقراء، إذ أن المصارف العامة هي المؤسسات المالية الوحيدة المتواجدة في المناطق الريفية³.

سادساً-حماية العميل

إن تباين المعلومات بين العملاء والمصارف فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات المالية يضع العملاء في دائرة سلبية لاسيما في ظل قلة الخبرة وتعقد الخدمات المقدمة، لذلك فإن التقدم بالشمول المالي يؤدي لزيادة العملاء الضعفاء مما يوجب صياغة قوانين وأنظمة ملائمة لضمان حقوق العميل وحمايتها⁴.

ومن خلال ما سبق تهدف هذه السياسات إلى توفير الخدمات المالية وتعزيز وصول هذه الخدمات لجميع أفراد وفئات المجتمع بسهولة ويسر وبأقل التكاليف، فهي أداة هامة لمكافحة الفقر وتحسين المستوى المعيشي للفرد والمجتمع، وتحقيق التنمية الاقتصادية وتعزيز مستويات الادخار.

وحتى يتم تلخيص السياسات السابقة للشمول يدرج الشكل الموالي.

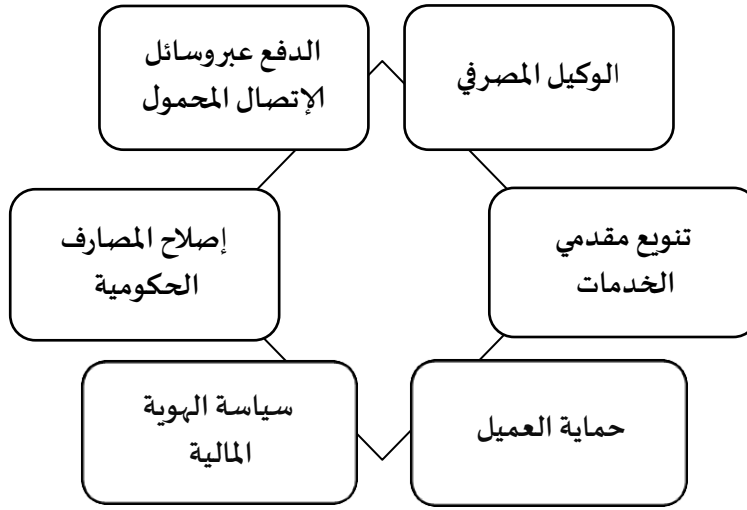
¹ - حنين محمد بدر عجور، دور الاشتغال المالي لدى المصارف الوطنية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء (دراسة حالة - البنوك الإسلامية العاملة في قطاع غزة)، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص: إدارة أعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2017، ص 23.

² - صورية شني، السعيد بن لخضر، مرجع سبق ذكره، ص 112.

³ - سيف علي حسن، وفاء حسين الحيدري، مرجع سبق ذكره، ص 110.

⁴ أسماء سفاري، آسيا بن داية، مرجع سبق ذكره، ص 76.

الشكل رقم (03): سياسات الشمول المالي:



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات السابقة.

المطلب الثالث: استراتيجية الشمول المالي

تعتبر عملية وضع استراتيجية وطنية للشمول المالي الخطوة الأولى لتحقيقه في أي دولة، والتي تساهم في تعزيز وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات والمنتجات المالية، من خلال توحيد جهود كافة الجهات المشاركة في الاستراتيجية وذلك للتعريف بأهمية هذه الخدمات المالية للمواطنين وكيفية الحصول عليها والاستفادة منها، لتحقيق الاستقرار المالي والاجتماعي.

أولاً-تعريف استراتيجية الشمول المالي

تعتبر استراتيجية الشمول المالي " خريطة طريق للأعمال، حيث يتم الاتفاق عليها وتحديدها على المستوى الوطني أو دون الوطني، والتي يتبعها أصحاب المصلحة لتحقيق أهداف الشمول المالي، تنسق الاستراتيجيات الناجحة الجهود مع أصحاب المصلحة الرئيسيين وتحدد المسؤوليات فيما بينهم، وتحدد تخطيطاً واضحاً للموارد من خلال تحديد أولويات الأهداف، ويمكن للاستراتيجية أن تعزز عملية أكثر فعالية وكفاءة لتحقيق تحسينات كبيرة في الشمول المالي"¹.

ثانياً-أهمية وضع استراتيجية وطنية للشمول المالي

تكمن أهمية وضع استراتيجية وطنية للشمول المالي، في تحديد الرؤيا والأهداف المستقبلية المأمول تحقيقها والمتمثلة في الشمول المالي لكافة فئات المجتمع، كما أنها تعمل على توحيد تآطير مبادرات وجهود تعزيز الشمول المالي تحت مظلة واحدة وتجنب الازدواجية في الجهود والموارد المبذولة، وتحقيق الأهداف المرجوة للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال وجودة قيادة قوية وفاعلة، ذات صلاحيات موسعة تعمل على تطوير وبناء استراتيجية وطنية للشمول

¹ -**Financial Inclusion Strategies Reference Framework**, The World Bank, 2012, p06, view date: 20/03/2023, <https://documents1.worldbank.org/curated/en/801151468152092070/pdf/787610WP0P144500use0only0900A9RD899.pdf> .

المالي، تضم كافة الجهود ذات العلاقة بتحقيق الشمول المالي، وتعد عملية بناء استراتيجية وطنية للشمول المالي الخطوة الأولى في تحقيق الشمول المالي لدى أي دولة¹.

وتبرز أهمية وضع استراتيجية وطنية للشمول المالي في عدة نقاط أهمها:

- ❖ تحديد الأهداف المستقبلية لتعزيز الشمول المالي في الدولة؛
- ❖ تحديد نقاط الضعف والقوة في المواضيع ذات العلاقة بالشمول المالي؛
- ❖ تحديد المعوقات التي ستواجه عملية التطبيق؛
- ❖ تحديد سبل وآليات تجاوز المعوقات والتحديات؛
- ❖ ضمان التنسيق الفاعل بين الأطراف ذوي العلاقة وتوزيع الأدوار والمهام بينهم؛
- ❖ ضمان التزام الأطراف الرسمية (الحكومية) بالمهام والمسؤوليات المناطة بهم ومتابعتهم؛
- ❖ تنظيم وإدارة العلاقة مع الأطراف المشاركة في بناء الاستراتيجية بشكل يسهل عملية إنجاز بناء الاستراتيجية؛
- ❖ تحديد آليات متابعة وقياس الأداء لعملية بناء الاستراتيجية².

ثالثاً- الهدف من بناء استراتيجية وطنية للشمول المالي

هناك العديد من الأهداف الواجب تحقيقها من وضع وتنفيذ استراتيجية وطنية للشمول المالي، وتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

- ❖ تشجيع المواطنين على الادخار واستثمار الأموال بالطرق المثلى وذلك من خلال إعداد برامج موجهة لفئات المجتمع المختلفة لتعزيز ثقافة الادخار والاستثمار لديهم، وكذلك تحفيز التنافس بين مزودي الخدمات المالية لتقديم منتجات ادخارية واستثمارية تتناسب مع فئات المجتمع المختلفة؛
- ❖ تعزيز إجراءات حماية حقوق عملاء الخدمات المالية من خلال إعداد السياسات والتعليمات ذات العلاقة لضمان الشفافية والإفصاح التام عن المنتجات والخدمات وشروطها وأحكامها لضمان العدالة في التعامل، كما يجب تعريف المتعاملين مع المؤسسات المالية الحاليين والمحتملين بحقوقهم وواجباتهم³.
- ❖ التوسع في نشر الثقافة المالية وزيادة القدرات المالية للمواطنين المؤسسات/المشروعات وبناء قدرات موظفي المصارف، وواضعي السياسات حول مفاهيم الشمول المالي؛
- ❖ تشجيع ريادة الأعمال والمشروعات الناشئة من خلال توفير الخدمات غير المالية وتوفير بنية تحتية شاملة وفعالة؛

¹ - نوارى لعلاوي، عبد القادر خليل، مساهمة تحويل الأموال عن طريق الهاتف المحمول في ارساء الشمول المالي-تجربة كينيا ومحاولة الاستفادة منها في الجزائر،- مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 11، العدد 02، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2021، ص 811.

² - متطلبات تبني استراتيجية وطنية لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية، أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، صندوق النقد العربي، 2015، ص 4، الموقع الإلكتروني: <https://www.amf.org.ae/ar/publications/fryq-alshmw1>

العربية، صندوق النقد العربي، 2015، ص 4، الموقع الإلكتروني: <https://www.amf.org.ae/ar/publications/fryq-alshmw1> تاريخ الاطلاع: 2023/03/20، على الساعة: 17:00.

³ - العباس بهناس، حميد رسول، عز الدين بسيسة بلعباس، أسس ومتطلبات تعزيز الشمول المالي مع الإشارة إلى التجربة الأردنية، مجلة معارف، المجلد 14، العدد 02، جامعة اكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر، 2019، ص ص 229، 230.

- ❖ توفير وتسيير حصول المؤسسات/المشروعات على الخدمات المالية والتشجيع على التحول إلى القطاع الرسمي؛
- ❖ التوسع في استخدام الخدمات المالية الرقمية؛
- ❖ الاستمرار في تهيئة البنية التحتية المالية الرقمية والتكنولوجيا المالية؛
- ❖ إتاحة واستخدام الخدمات المالية المصرفية وغير المصرفية لكافة فئات المجتمع طبقاً لاحتياجات العملاء؛
- ❖ توفير بيئة داعمة لتحقيق النمو المستدام في القطاع المالي¹.

رابعاً-العناصر الرئيسية لبناء استراتيجية وطنية للشمول المالي

توجد العديد من العناصر التي من خلالها يتم بناء استراتيجية وطنية للشمول المالي أهمها:

1-المسوحات الميدانية التشخيصية: تساهم نتائج المسوحات الميدانية التشخيصية بتشخيص وتحديد الفجوة في الوصول إلى واستخدام الخدمات والمنتجات المالية من قبل المواطنين، وكذلك المعوقات أمام تعزيز الشمول المالي وطرق التغلب عليها بالموارد والقدرات المحدودة المتوفرة؛

2-تحديد الأهداف: لطالما أن الاستراتيجية توضع على مستوى الدولة يجب أن تكون الأهداف شاملة وموجهة لكافة فئات المجتمع، حيث تساهم المسوحات الميدانية التشخيصية في تحديد نوع الأدوات والآليات المطلوبة لمعالجة الفجوة والمعوقات للوصول إلى واستخدام الخدمات والمنتجات المالية؛

أ. إعداد وثيقة الاستراتيجية الوطنية: إن عملية بناء الاستراتيجية قد يستغرق فترة زمنية ليست قصيرة، إلا أنه يجب مراعاة أن تكون الاستراتيجية قابلة للتعديل والتطوير بما يوائم مع متطلبات المرحلة، حيث تحدد الاستراتيجية الأنشطة و الأدوار للأطراف المشاركة بعملية البناء، كما أنها يجب أن توفر آلية للتنسيق بين هذه الأطراف، مع ضرورة إيجاد التزام واسع لدى الجهات الحكومية والسلطات الرقابية بتبني الاستراتيجية الوطنية حتى تحفز القطاعات الأخرى على الالتزام بتطبيق توصيات الاستراتيجية وذلك لدورهم في تعزيز الشمول المالي؛

ب. دور القطاع العام: يلعب القطاع العام دور بالتعاون مع السلطات الرقابية دوراً في تشجيع قطاع الخدمات المالية على موائمة نشاطاته وابتكاراته بما يوائم مع أهداف الاستراتيجية، وكذلك تطوير البنية التحتية للقطاع المالي والتي تساهم في تعزيز الشمول المالي في الدولة².

ت. دور القطاع الخاص: يعتبر القطاع الخاص الأكثر حيوية من بين القطاعات الأخرى، حيث يتولى القطاع الخاص مسؤولية تقديم وتطوير المنتجات والخدمات المالية لكافة فئات المجتمع ونشرها خاصة في المناطق النائية، وبما يضمن وصول واستخدام كافة فئات المجتمع المهمشة التي لم تندمج بعد في النظام المالي الرسمي ولم تحقق أية منافع من استخدام المنتجات والخدمات المالية. ويتوجب على القطاع الخاص أن يراعي تقديم خدمات ومنتجات واحتياجات فئات المجتمع وأن تكون أسعارها معقولة ومناسبة؛

¹ - استراتيجية الشمول المالي (2022-2025)، البنك المركزي المصري، ص2، الموقع الإلكتروني:

<https://www.cbe.org.eg/ar/financial-inclusion>، تاريخ الاطلاع: 20/03/2023، على الساعة: 15:00.

² - سيناء أحمد جارالله، استراتيجية الشمول المالي في المصارف الأهلية وآلية تفعيلها، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 21، العدد 45، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العراق، 2015، ص 391.

ث. متابعة ومراقبة التطور: يجب توفير متابعة حثيثة للأطراف المشاركة ببناء الاستراتيجية، إذ تشمل المتابعة لأدوار الأطراف المشاركة ومدى تحقيقهم وإنجازهم للمهام الموكلة إليهم على وفق جدول زمني، وذلك يؤثر على مدى التقدم بإنجاز الاستراتيجية في موعدها المحدد، إذ تتيح المتابعة القدرة على تعديل خطة تنفيذ الاستراتيجية إن وجد حاجة لذلك، كما إن رصد ومتابعة بناء الاستراتيجية في ضوء المؤشرات أو الإحصاءات أو المسوحات الميدانية يوفر تغذية عكسية عن عملية التطور والتقدم في بناء الاستراتيجية الوطنية¹.

¹-ريام فاضل شاكر الفتلاوي، تحليل العلاقة بين الشمول المالي والاستقرار المصرفي (العراق حالة دراسية)، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص علوم مالية ومصرفية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، 2019، ص ص 42، 43.

خلاصة

يساهم الشمول المالي في توفير كافة الخدمات المالية والمصرفية لجميع أفراد المجتمع خاصة في الأماكن النائية منها، وذلك بتكلفة جد معقولة وجودة أكبر بالإضافة إلى الحد من البطالة والفقر وتعزيز الاستقرار المالي للأفراد والنمو الاقتصادي للدول وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة بكل كفاءة وفعالية.

كما أنّ الشمول المالي يساعد في تعزيز المساواة والعدالة الاجتماعية، حيث يتمكن الجميع من الوصول إلى الخدمات المالية والاستفادة منها بشكل متساوٍ، كما يساهم أيضا في تحقيق الحكم الرشيد والمساءلة، حيث يتمكن الجميع من المشاركة في النظام المالي والحصول على الخدمات والمنتجات المالية بشكل متساوٍ.

**الفصل الثاني: دور ابتكار
الخدمات المصرفية الإلكترونية
في تعزيز الشمول المالي.**

تمهيد:

أصبحت الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوقت الحالي أحد الدعائم أو الركيزة الأساسية في نشاط المصارف، وذلك لقدرتها على سد النقائص التي كانت موجودة بالخدمة المصرفية التقليدية، فهي تمتلك قدرة أكبر من هذه الأخيرة على تلبية احتياجات العملاء وإشباعها، ومنه الحفاظ عليهم، لاتباعها بالتنوع، الكفاءة، والسرعة في التنفيذ عن طريق قنوات التوزيع المستحدثة التي تقدم من خلالها.

وتساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية والعمل على التوسع باستعمالها في تعزيز الشمول المالي، فابتكار خدمة مصرفية إلكترونية من شأنه أن يدعم أحد أهم ركائز الشمول المالي بشكل مباشر، حيث سيخلق ذلك تنوعا في تشكيلة الخدمات المقدمة من قبل المصارف، ومنه تحسين جودة الخدمات المصرفية والمالية المقدمة وتسهيل الوصول إليها وجعلها بأقل التكاليف، كما أن التعامل بهذا النوع من الخدمات وتهافت العملاء على استخدامها سيؤد لهم وعيا وثقافة مالية بكيفية استخدام هذه الخدمات في المؤسسات المالية والمصرفية، ناهيك عن أنّ خلق خدمات مصرفية حديثة وإلكترونية سوف يفرض على المصارف استحداث بنية تحتية تتماشى ومتطلبات هذا النوع من الخدمات، لاسيما ما تعلق منها بتوفير عنصر الأمان والحماية لكل عميل، وهذا ما ينجر عنه تعزيز الثقة بالنظام المصرفي، المساهمة في تحقيق جودة الأداء المالي والمصرفي وتطوير الميزة التنافسية لدى المصارف التي تسمح لها بتحديث وتطوير نشاطها وتعظيم أرباحها، وعليه جاء هذا الفصل لإبراز العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والشمول المالي، ولذلك تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث كالآتي:

- ✓ مدخل للابتكار المالي والمصرفي.
- ✓ أساسيات حول الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ✓ تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ودور ابتكارها في تعزيز الشمول المالي.

المبحث الأول: مدخل للابتكار المالي والمصرفي

يعد الابتكار المالي والمصرفي من العوامل الرئيسية التي تساعد في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية وتحسين جودة الحياة للمجتمعات، فالابتكار المالي والمصرفي يساعد في تطوير منتجات وخدمات مالية ومصرفية جديدة ومبتكرة تلبي احتياجات المستهلكين والعملاء، ويساهم في تحسين الكفاءة والفعالية في عمليات المؤسسات المالية والمصرفية.

المطلب الأول: تعريف الابتكار المالي وأنواعه

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى التعريف بالابتكار المالي الذي يعتبر عملية تحسين أو تطوير أو إنشاء أدوات وخدمات مالية جديدة لتلبية احتياجات العملاء والمؤسسات، وكذا أنواعه التي تساهم في تحسين وتطوير هذه الخدمات وتحسين تجربة العملاء ودفع عجلة النمو الاقتصادي.

أولاً: تعريف الابتكار المالي

يعتبر الابتكار بشكل عام تعريف واسع ويشمل كل ما هو جديد ومختلف يميز المؤسسة عن الآخرين، ويمنحها دعماً في المركز التنافسي وتحسيناً للأداء سواء كان الابتكار في مجال المنتج أم طرق الأداء الإداري أو المالي أو التسويقي أو الإنتاجي، فاستخدام طريقة معالجة للمواد المستخدمة في تصنيع المنتج هو ابتكار أو استخدام طريقة جديدة في تقديم الخدمة للعميل هو ابتكار، أو القيام بنشاط تنظيمي جديد هو ابتكار، وعليه فإن الابتكار مرتبط بأي فعل أو شيء جديد من قبل المؤسسة وقد يكون على شكل حل جديد لمشكلة قائمة¹.

أمّا الابتكار المالي باعتباره نوعاً من الابتكار فيعرف بأنه: "إنشاء أدوات مالية أو تكنولوجيات وأسواقاً جديدة، والابتكار في مجال التمويل كما هو الحال في غيره من الابتكارات يشمل وظيفتي البحث والتطوير، فضلاً عن إظهار محاسن المنتجات للعمليات ونشرها واعتماد هذه المنتجات أو الخدمات الجديدة"².

كما يعرف بأنه: "تصميم وتطوير أدوات وآليات تمويلية متميزة عن تلك الأدوات والآليات السائدة من حيث المصدقية والكفاءة الاقتصادية والمثالية والميزة التنافسية، وصياغة حلول إبداعية معقولة للمشاكل والتحديات"³. في حين هناك من يعتبره: "عملية فكرية منفردة تساهم في إحداث نقلة نوعية في المجالات المالية على المستويين الكلي والجزئي، تجمع بين المعرفة المتألفة والعمل الخلاق القادر على تطبيق الأفكار الجديدة يقودها أشخاص متميزون، بحيث تحقق النفع للمجتمع ككل أو المؤسسة التي يعملون فيها من خلال إيجاد الحلول لمختلف المشكلات المالية أو المشكلات التي تعرقل التطور في المجالات المالية من خلال تلبية وإشباع الحاجات القائمة أو استغلال الفرص أو الموارد المعطلة"⁴.

¹ طارق نبيل محمد الدسوقي، إدارة الابتكار والتطوير، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2019، ص 34.
² لزهاري زواويد، نفيسة حجاج، التنافسية وبنية الأعمال الجديدة كعامل لتنمية الابتكار المالي في المؤسسات المالية، مجلة آفاق للدراسات والبحوث، المجلد 01، العدد 01، المركز الجامعي بيليزي، الجزائر، 2018، ص 123، 124.
³ لخضر أوصيف، فتحة قشرو، أهمية الابتكار الملتقي في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية، الملتقى العلمي الدولي: دور منتجات الابتكار المالي الإسلامي في تطوير الصناعة المالية الإسلامية ومتطلبات تطبيقها، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة لونيسى علي، البليدة، الجزائر، 15/14 أكتوبر 2019، ص 12.
⁴ عبد الصمد سعودي، مسعودة بن لخضر، أهمية الابتكار المالي ومنتجات الهندسة المالية في تنشيط الأسواق المالية دراسة التجربة الكويتية لعقود خيار فرصة، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 02، العدد 02، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، سنة 2017، ص 120.

ومنه هناك عدة عوامل يعزى لها ظهور الابتكار المالي ونذكر من بينها ما يلي:

- ✓ انهيار اتفاقية برين وودز، وهو الأمر الذي ترتب عليه حدوث تقلبات عنيفة في أسعار الصرف فكانت سبب لتطور عقود الصرف الآجل؛
- ✓ زيادة حدة التضخم في بداية الثمانيات وما صاحبها من زيادة سريعة في معدلات أسعار الفائدة قصيرة الأجل؛
- ✓ انهيار أسواق الأوراق المالية العالمية المتتالية، والمنافسة الشرسة فيما بين المؤسسات المالية والمصرفية التي دفعت بهذه المؤسسات إلى استنفار دوائر البحث والابتكار لخلق أدوات مالية جديدة¹.
- ✓ زيادة التكامل العالمي وبشكل خاص زيادة التدفقات النقدية بين الدول؛
- ✓ التوجهات التنظيمية والإدارية المستحدثة للمؤسسات؛
- ✓ الديناميكية الجديدة للنظام المصرفي العالمي من خلال إعادة تعريف كل من دور المصارف وعلاقتها مع قطاع الأعمال وكذا قوائمها المالية؛
- ✓ الحاجة لتحسين الربحية وتقليل تكاليف المصارف².

ثانياً: أنواع الابتكار المالي

هناك تصنيفات عديدة للابتكار المالي أهمها ما يلي:

- الابتكارات المؤسسية (ابتكار النظام المالي): يؤثر هذا النوع من الابتكارات في القطاع المالي ككل، ومن ذلك في هيكل المؤسسة وتسعى إلى إيجاد أنواع جديدة من مؤسسات الوساطة المالية أو تغييرات في الإطار الإشرافي والقانوني؛
- الابتكارات العملية: ويشمل هذا النوع من الابتكارات إدراج عمليات تجارية جديدة تؤدي إلى المزيد من الكفاءة، وتوسع في السوق ومن أمثلتها استخدام برامج الحاسب في المعاملات المالية وقواعد البيانات للعملاء وغيرها؛
- الابتكارات في المنتجات المالية: ويتضمن هذا النوع من الابتكارات إدراج أدوات مالية جديدة قد تكون أدوات تؤدي إلى استقطاب المزيد من الأموال للمؤسسة، أو تساعد على حسن توزيع الموارد المالية أو منتج تأميني أو إيجاري أو غير ذلك³.

ومنه يعد الابتكار المالي كل ما هو تجديد وتطوير وإنشاء أدوات مالية جديدة وابتكار وتقديم حلول مالية واقتصادية تلبية للاحتياجات التمويلية، حيث تكمن أهمية الابتكار المالي في إكمال السوق المالية التي بطبيعتها غير مكتملة ويقلل من تكاليف المعاملات ويعمل على توفير الوقت وتقليل الأخطاء، يساعد على الابتكار والتطور والإبداع المستمر وهو وسيلة لزيادة الثقة بالنفس ورفع المعنويات وتوليد قيمة مضافة، ويحرز الابتكار المالي أهمية كبيرة في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومواكبة التطورات التكنولوجية.

¹ - موسى بن منصور، الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية بين الأصالة والتقليد، المؤتمر الدولي منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 6/5 ماي 2014، ص 5.

² - عبد الكريم قندوز، الابتكار المالي ومقدمة إلى الهندسة المالية، E-kutub Ltd للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، لندن، إنجلترا، 2017، ص 87.

³ - أمال بوسواك، هشام بوريش، واقع الابتكارات المالية في البنوك العمومية الجزائرية أنموذجاً، مجلة رؤى اقتصادية، المجلد 07، العدد 02، جامعة الوادي، الجزائر، سنة 2017، ص 90.

المطلب الثاني: الابتكار المصرفي، دوافعه وأهم خطواته

يعتبر الابتكار المصرفي أمراً ضرورياً في عصرنا الحالي وذلك لما له من دور في تلبية احتياجات العملاء في القطاع المصرفي من خلال توفير خدمات مصرفية جديدة عملية وفعالة وأيضاً تعزيز النمو الاقتصادي.

أولاً: ماهية الابتكار المصرفي وأهميته

يعد الابتكار المصرفي عملية تطوير وتبني الأفكار والتقنيات الجديدة في مجال الخدمات المصرفية لتطويرها وجعلها أكثر كفاءة.

1- تعريف الابتكار المصرفي:

يشير الابتكار المصرفي (Innovation Bancaire) إلى عملية ترجمة الأفكار الجديدة إلى تطبيقات عملية في البنوك¹.

ويعرف بأنه: "ترجمة الأفكار الجديدة إلى ممارسات عملية تطبيقية، ويتحقق التفوق الابتكاري لمصرف ما دون الآخر وفق نمط الإدارة المصرفية التي تشجع على الابتكار أو تتجنبه"².

كما يعرف بأنه: "عملية عقلية يقوم بها متخصصون وتمثل في خلق أو تقديم فكرة جديدة أو طريقة عمل تتعلق بحل مشكلات مستجدة لغرض تطوير أو تحسين الأعمال المصرفية والمالية"³.

ويقصد به كذلك بأنه: "وجود الإبداع في أي نشاط أو عملية تتعلق بالخدمات، سواء من حيث إعداد وتقديم الخدمات المقدمة، أو تطوير العمليات والأنشطة التي يتم تنفيذ الخدمات فيها، ويشير إلى الإبداع في الخدمات المصرفية من خلال السلع والخدمات الجديدة التي يتم توفيرها وتقديمها من خلال نفقات الأعمال من وقت إلى آخر لزيادة تلبية احتياجات ورغبات العملاء المشبعين"⁴.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تقديم تعريف للابتكار المصرفي بأنه: تقديم خدمات مصرفية جديدة ومبتكرة، أو التطوير في منتجات وخدمات المصارف الموجودة، وذلك قصد إشباع الرغبات والحاجات للعملاء، من خلال استخدام التكنولوجيا والأفكار الإبداعية لتحسين الكفاءة والفعالية والميزة التنافسية للمصارف.

2- أهداف الابتكار المصرفي: تهدف عملية ابتكار الخدمات والمنتجات المصرفية أو الابتكار المصرفي إلى تحقيق الغايات التالية للمصرف:

تحسين الوضع التنافسي للمصرف من خلال زيادة حصته في السوق المصرفي واكتساب قدرة على الاستمرار والتواصل؛

¹ فاطمة الزهراء مولفوعة، الإبداع البنكي-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص 80.

² علي شاكر محمود، فائزة عبد الكريم محمد، واقع صيرفة التأمين ودوره في تطوير خدمة التأمين، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 09، العدد 27، جامعة بغداد، العراق، 2014، ص 14.

³ محمد لخضر بوساحة، إبراهيم بلحيمر، تفعيل دور الرقابة الشرعية في الابتكار المصرفي الإسلامي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 10، العدد 19، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016، ص 103.

⁴ Marwan al-Salaymeh, **Creativity And Interactive Innovation In The Banking Sector And Its Impact On The Degree Of Customers' Acceptance Of The Services Provided**, International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences, Faculty Of Economics And Business, Faculty Of Economics And Business, Jadara University Of Excellence, Jordan, Vol03, No05, 2013, P 142.

- تخفيض تكلفة تقديم المنتجات المصرفية المشابهة لمنتجات تقدمها مصارف أخرى منافسة؛
- تلبية حاجات ورغبات الزبائن المتطورة باستمرار وبحثم المستمر عن الجديد، في المنتجات المصرفية الجديدة قادرة دوماً على جذب عملاء جدد وزيادة ولاء العملاء الحاليين؛
- المنافسة الحادة بين المصارف والتي تؤدي إلى انخفاض حصة المصرف في السوق ومنه نسبة الربحية التي يحققها¹. من خلال ما سبق نستنتج أن الهدف الأساسي من الابتكار في الخدمات المصرفية هو تحسين خدمات المصارف وتلبية رغبات واحتياجات العملاء، ويتحقق هذا من خلال التطوير في جودة الخدمات المصرفية وتحسينها وتقديم منتجات جديدة تلبي رغبات العملاء بشكل أفضل.

3- أهمية الابتكار المصرفي:

يعتبر الابتكار المصرفي عنصراً حاسماً في نجاح العمل المصرفي، فهو يعتبر من العوامل الرئيسية التي تساهم في تحسين خدمات المصارف وتلبية رغبات ومتطلبات العملاء، وذلك بتوفير خدمات مصرفية متطورة وأكثر كفاءة وفعالية وهذا ما يجعل العملاء يشعرون بالرضا اتجاه المصارف، وكذلك تحسين كفاءة هذه المؤسسات المصرفية وتقليل التكاليف وتوفير الوقت والجهد وزيادة الإنتاجية لجذب العملاء المتعاملين مع المصرف وكذلك غير المتعاملين مع المصارف، وهذا يؤدي إلى تحقيق الأرباح لهم وتحقيق تحقيق التميز التنافسي، فهو يساعد على الاستفادة من المصادر المتاحة لتطوير وتحسين الخدمات، وكذلك يساهم في التحكم بالمخاطر المصرفية وتعزيز الأمان والثقة للعملاء بالإضافة إلى أنه من خلاله يتم الوصول إلى المناطق النائية أو غير المتاحة للخدمات المصرفية أو الفئات المهمشة، ويشجع على تطوير الاقتصاد وتنوع مصادر الإيرادات وتحسين المستوى المعيشي في المجتمع.

وعليه يمكن حصر أهمية الابتكار المصرفي في النقاط التالية:

- ✓ يساعد على مواجهة الفعالة لتحديات العولمة والمنافسة، حيث أصبحت المنافسة اليوم تبنى على أساس القدرة على الابتكار والإبداع المستمر، فالدول أو المؤسسات التي لها القدرة على تحقيق ذلك هي التي تستطيع المنافسة والبقاء في السوق؛

- ✓ يؤدي الابتكار والإبداع إلى إيجاد أساليب وطرق إنتاج أو منتجات جديدة تجعل المصارف متميزة في طرح منتجاتها².

ثانياً: دوافع الابتكار المصرفي:

هناك عدة دوافع رئيسية أدت إلى ظهور وتطوير الابتكار المصرفي وتبني المصارف لابتكار خدمات مصرفية نذكر أهمها في: **زيادة حجم التعامل مع العملاء الحاليين:** يمكن زيادة حجم التعامل بخدمة مصرفية ما مع العملاء الحاليين عن طريق: **زيادة حجم التعامل مع المصرف:** فالمصارف تمتلك عادة شبكة من الفروع التي تنفذ من خلالها الخدمات المصرفية إلى العملاء، كما أن العملاء يتصفون بدرجة من الانتشار الجغرافي، ففروع المصرف يجب أن تكون قادرة

¹ إيمان نور الدين، عمليات إدارة المعرفة وعلاقتها بتحقيق الإبداع والابتكار في البنوك-دراسة ميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، مجلة إضافات اقتصادية، المجلد 06، العدد 02، جامعة غرداية، الجزائر، 2022، ص ص 55، 56.

² منية خليفة، عيسى دراجي، دور الإبداع والابتكار في عصرنة المصارف وزيادة قدرتها التنافسية، مجلة المعيار، مجلد 07، العدد 16، جامعة أحمد بن يحيى الوئشريسبي، تيسمسيلت، الجزائر، 2016، ص 201.

على جذب هؤلاء العملاء في الأماكن التي يتواجدون فيها، ولهذا فإن وصول الخدمة المصرفية إلى حيث يتواجد العملاء، من شأنه أن يوفر عنصر الملائمة لهم، ويجذبهم للتعامل مع هذه الفروع؛

✓ تحويل عملاء المصارف المنافسة للتعامل مع المصرف: إن استراتيجية تطوير الخدمة المصرفية التي يتبناها المصرف يجب أن تستهدف اقتناع عملاء المصارف المنافسة بالتحويل إلى المصرف؛

✓ جذب عملاء المصارف المنافسة نحو خدمات مصرفية أخرى غير تلك المقدمة من قبل تلك المصارف:

إن تطوير سوق المصرف يمكن أن يتم من خلال تقديم خدمات مصرفية لعملاء المصارف الأخرى والذين لا تقوم مصارفهم بتقديمها، ولهذا فإن تطوير الخدمة المصرفية يجب أن يركز على أن تكون الخدمة المصرفية بديلة أو جديدة؛

ب- تخفيض تكلفة تقديم الخدمة المصرفية: دخول الكثير من الوسائل التكنولوجية إلى العمليات المصرفية يمثل عاملاً هاماً في تخفيض تكلفة تأدية هذه العمليات، ومع ذلك فإن قرار إدخال مستحدثات التقدم العلمي إلى العمليات المصرفية يجب أن يتخذ تحت أعلى درجات الإدراك الطبيعية العلاقة الشخصية بين المصرف والعميل، ونظراً لأن الخدمة المصرفية تنطوي على كثير من الجوانب غير المحسوسة فإنه لا يمكن إشباعها إلا من خلال الاتصال المباشر بين العميل والمصرف، فلا بد من عملية التطوير أن تتضمن قدرًا من التوازن بين المضمون المادي والمعنوي للخدمة المصرفية¹.

ثالثاً: خطوات الابتكار المصرفي:

تمر عملية الابتكار المصرفي بعدة خطوات ومراحل تقترن بابتكار الخدمات الجديدة، والتي بشكل عام يمكن إيجازها في الآتي:

- ❖ توليد الأفكار الجديدة، سواء كانت هذه من مصادر داخلية أو خارجية؛
- ❖ غربلة الأفكار واستخلاص أفضلها في ضوء إمكانيات المصرف؛
- ❖ التقييم الاقتصادي للأفكار من نواحي كلفتها والطلب المتوقع والقدرات الإنتاجية والتوزيعية والخدمات المنافسة؛
- ❖ اختيار الخدمة ويتم ذلك من خلال طرحه في السوق من أجل تجربته في نطاق محدود ومحاولة الحصول على ردود أفعال المستهلكين إزاءه؛
- ❖ التقييم النهائي ويتم ذلك بعد نجاح الخدمة الجديدة في الاختيار ويطرح بكميات كبيرة تنافسية في السوق².

وبالتالي فإن خطوات ومراحل الابتكار المصرفي تساعد المصارف على تحديد الأهداف والحصول على النتائج المطلوبة وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة وتلبية الاحتياجات المستمرة للعملاء.

المطلب الثالث: أشكال ومصادر الابتكار المصرفي

تعتبر مصادر الابتكار المصرفي من أهم العوامل التي تساعد على تطوير وابتكار الخدمات المصرفية، كما تعتبر أشكال الابتكار المصرفي من الطرق التي من خلالها يستطيع المصرف تحسين الخدمات المالية والمصرفية وجعلها أكثر كفاءة وفعالية

¹- خالد أحمد علي محمود، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2019، ص ص 152، 153.

²- نسيم شرطي، التأمين المصرفي كنموذج للابتكار في الخدمات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، المجلد 02، العدد 04، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2015، ص ص 75، 76.

لتسهيل وصول العملاء إليها لتلبية رغباتهم ومتطلباتهم، وهذا يؤدي إلى تحقيق النجاح للمؤسسات المالية والمصارف والتميز عن منافسيها.

أولاً: أشكال الابتكار المصرفي

هناك العديد من الأشكال لتطوير وابتكار الخدمات المصرفية من أبرزها ما يلي:

1- إضافة خدمات جديدة إلى المنتجات المصرفية: المنتجات الجديدة هي تلك المنتجات التي لم يسبق للمصارف تقديمها من قبل، أو هي المنتجات التي تقوم المصارف بإضافتها إلى مزيج منتجاتها بشكل تختلف تماماً عن منتجاتها القائمة أو له علاقة بخط المنتج الحالي إلا أنها لم تقم بإنتاجه من قبل وذلك للأسباب التالية:

✓ الطلب الحقيقي من قبل عملاء المصرف؛

✓ محاولة استغلال الكفاءة الإنتاجية العالية التي قد تتوفر لدى المصرف مما يساعد ويسهل عملية إضافة

المنتج الجديد؛

2- إعادة دمج الخدمات المصرفية للحصول على منتجات مصرفية جديدة: حيث تم دمج مزايا ومنافع خدمتين أو أكثر في خدمة مصرفية واحدة وتقديمها على أنها خدمة مصرفية واحدة جديدة فعلى سبيل المثال دمج مزايا منافع خدمة الحساب الجاري وخدمة دفاتر التوفير والبطاقات الائتمانية في خدمة واحدة؛

3- تحسين المنتجات القائمة: حيث يمكن تطوير المنتجات الحالية من خلال تحسين وتعديل هذه المنتجات باكتسابها صفات جديدة أو التغيير من نوعيتها وسماتها الأساسية أو من خلال اكتشاف استخدامات جديدة لها قد تختلف عن استخداماتها الأصلية؛

4- حذف المنتجات الرديئة: وهذا يمس تلك الخدمات أو المنتجات التي لا تحقق المستوى المطلوب من الإشباع للعملاء، كما تعد منتجات غير مربحة¹.

ثانياً: مصادر الابتكار المصرفي

توجد عدة مصادر للابتكار المصرفي التي بإمكانها أن توفر للمصارف فرصة الابتكار لكل ما هو جديد، وتتمثل أبرز هذه المصادر فيما يلي:

1- مصادر الابتكار في البيئة الخاصة: إن سوق الصناعة وما يحيط بالمصرف من ظروف وأحداث وما يواجهه من فرص وتهديدات توفر فرصة للمصرف لأن يكون ابتكاري، وهناك عدد من مصادر الابتكار بهذا الخصوص:

- مصادر الابتكار غير المتوقعة: وبموجبها يجد المصرف نفسه أمام حالة غير متوقعة تدفعه إلى المبادرة في ابتكار طريقة جديدة لتسويق خدماته، ولكنه غير متأكد من نجاح أو فشل ما أقدم عليه من تغيير مما يجعل فرص النجاح أو الفشل متساوية لديه؛
- عدم الكفاية: يشير هذا المصدر إلى التناقض ما بين الحقيقة والواقع وما يجب أن يكون، أي ما بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، وما بين هذه وتلك يمكن خلق فرصة للابتكار؛

¹ - أحلام سوداني، سامية خرخاش، دور ابتكار الخدمات المصرفية في تحقيق التفوق التسويقي من وجهة نظر عينة من موظفي البنوك التجارية، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 16، العدد 01، جامعة الجليلي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2021، ص ص 40، 41.

- التغيرات في الصناعة وهيكل السوق: وبموجبها يكون المصرف مستعد لابتكار الخدمة، أو المدخل للأعمال عندما تفرز الصناعة أو السوق مخرجات تجعل فرصة الابتكار متاحة؛
 - 2-مصادر الابتكار في البيئة العامة: التغيرات والعوامل التي تتصل بالبيئة العامة تعد مصادر تدفع المصرف إلى الابتكار والتجديد ومن بينها:
 - التغيرات السكانية: إن التغيرات الخاصة في حجم وتركيبه السكان تشجع المصرف على التفكير الإبداعي، فالتغيرات في الفئات العمرية ومستوى التعليم والدخل يمكن أن تخلق فرص للابتكار بسبب التغير الحاصل في الحاجات والعادات السكانية؛
 - التغيرات في الإدراك، الأنماط، والمعاني المتداولة للمجتمع: إن فرص الابتكار يمكن تطويرها عندما تتغير الافتراضات العامة للمجتمع، فالمواقف والمعتقدات وغيرها يمكن أن تكون مصدرا للابتكار؛
 - المعرفة الجديدة: التقدم في المعرفة العلمية وغير العلمية خلقت خدمات جديدة وأسواق جديدة فالتقدم الحاصل في مجالين مختلفين يدفع أحيانا إلى التكامل باتجاه تكوين قاعدة لخدمة جديدة¹.
- وبالتالي فإنّ مصادر الابتكار المصرفي تعتبر من العوامل الأساسية لنجاح المصارف والمؤسسات المالية فهي تؤدي إلى تحسين العمليات المالية والمصرفية وزيادة الكفاءة والفعالية في هذه العمليات، وتطوير منتجات وخدمات مالية جديدة ومبتكرة تلبي احتياجات ورغبات العملاء وتحسين تجربتهم، وتساعد على تحقيق التميز التنافسي والنجاح والاستمرارية وتحسين تجربة العملاء ومنه تحقيق النمو الاقتصادي.

المبحث الثاني: أساسيات حول الخدمة المصرفية الإلكترونية

لقد ساهم التطور الهائل والسريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور تغيرات جذرية في طبيعة القطاع المصرفي والمالي، من خلال إمداده بأليات حديثة وجعله أكثر مرونة، ديناميكية وسرعة في تقديم خدماته، وبالتالي فقد ظهرت الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي سعت إلى الاستفادة القصوى من التكنولوجيا الحديثة لتطوير نظم تقديم الخدمات المصرفية لتتسم بالكفاءة والفعالية فهي تمكن العملاء من إدارة حساباتهم بسهولة أكثر بالإضافة إلى توفير لهم الوقت، الجهد والتكلفة المنخفضة مع تحقيق مستوى عال من الأمان والحماية، وقد برزت هذه الخدمات في ظل هذه التطورات من خلال العديد من القنوات الإلكترونية التي ساهمت في تسهيل إنجاز المعاملات المصرفية وتحسين تجربة العملاء.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن تغيير الاتجاه من الخدمات المصرفية التقليدية نحو نوع وشكل جديد من الخدمات وهو الخدمات المصرفية الإلكترونية كان نتيجة التماشي مع التطور التكنولوجي السريع خاصة في مجال العمل المصرفي، إذ تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية ضرورية لتلبية احتياجات العملاء من تسهيل وتسريع العمليات المصرفية وتوفير الوقت والجهد لهم وتحقيق الكفاءة والاستدامة في القطاع المصرفي.

¹ - خيري علي أوسو، دور الابتكار الخدمة المصرفية في تحقيق التفوق التسويقي-دراسة استطلاعية في عدد من المنظمات المصرفية في مدينة دهوك-، مجلة تنمية الرافيدين، المجلد33، العدد103، جامعة الموصل، العراق، 2011، ص ص 159، 160.

أولاً: تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية سنحاول التعرف على أهم المصطلحات ذات الصلة بالموضوع، وعليه سنتطرق إلى مفهومي الخدمة، الخدمة المصرفية ثم الخدمة الإلكترونية.

1- تعريف الخدمة الإلكترونية:

قبل الغوص في تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية لابد من تحديد تعريف كل من الخدمة بشكل عام والإلكترونية منها بشكل خاص، حيث عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"¹،

كما يمكن تعريف الخدمة أيضاً على أنها: "الأعمال، العمليات، الفعاليات والأداء، وأنها كل ما يدرك أو يحس العملاء بأنهم اشتروه من أفعال وردود أفعال، ويرافق ذلك تغير واضح في العوامل وعلى إنتاج الخدمة ذاتها ولا يترتب على ذلك تقديم منتج مادي ملموس"².

أما عندما تكتسي الخدمة صبغة الإلكترونية فإنّ الخدمة الإلكترونية تنطوي على تقديم خدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية مثل الأنترنت ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وإنما أيضاً تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد نجاحهم على جودة هذه الخدمات، ومنه فإن تعريف الخدمة الإلكترونية يركز بدرجة الأساس على العميل أو أنه بعبارة أخرى مفهوم موجه للعميل أساساً³.

2 - تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية:

تعتبر الخدمات المصرفية عن الأعمال التي تؤدّى للمتعاملين بناءً على طلبهم أو لزوماً لمعاملاتهم مع المصرف، وتعد الخدمات المصرفية في المصارف بصفة عامة الواجهة الرئيسية للمتعاملين مع المصرف، ووسيلة هامة لجذب المتعاملين الجدد والمحافظ على المتعاملين الحاليين، فهي بوابة العبور للتعامل في أنشطة المصرف المختلفة⁴،

أما الخدمات المصرفية الإلكترونية فيمكن اعتبار أنها: " تقديم المصارف الخدمات المصرفية من خلال شبكات اتصال إلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها أي المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها المصارف وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها"⁵،

كما يمكن اعتبارها: " قيام عملاء المصرف بإدارة معاملاتهم وأعمالهم المصرفية، من المكتب أو المنزل أو في أي مكان آخر وفي أي وقت يريدونه عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية أو الأنترنت"⁶، ويقصد بها أيضاً: " إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو

¹ - بشير العلاق، حميد الطائي، تسويق الخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2019، ص 33، 34.

² - تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2005، ص 21.

³ - محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص 89.

⁴ - محمد البلتاجي، المصارف الإسلامية النظرية. التطبيق. التحديات، مكتبة الشروق الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2012، ص 63.

⁵ - خالد أحمد علي محمود، اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2019، ص 349.

⁶ - عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016، ص 20.

الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى المصرف إذ أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من مصرفه من أي مكان وفي أي زمان¹.

كما يوجد من اعتبرها بأنها: "مجموعة العمليات المصرفية التقليدية والمبتكرة التي يؤديها المصرف للعميل بواسطة وسائل الاتصال الإلكتروني، كشبكات الاتصال (الأنترنت والهواتف الذكية) وغيرها من الوسائل المتطورة، وتقتصر الاستفادة من هذه الخدمات على العملاء المشاركين والمؤسسات الحكومية وفق شروط تضعها المصارف"².

والجدير بالذكر أن التحول نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية أي التوسع في إمكانية أداء جميع العمليات المتعلقة بالحسابات المصرفية من خلال الأنترنت، قد ساهم في بروز أشكال جديدة للمصارف كالمصارف الإلكترونية، أو العمليات المصرفية من المنزل أو المصارف الافتراضية³، أي أنّ إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني وباستخدام الأنترنت ساهم في بروز مصارف افتراضية تنشئ من خلال مواقع إلكترونية على الأنترنت فقط لتقديم نفس الخدمات التي يقدمها أي مصرف له موقع حقيقي وملموس، ولكن دون أي تعامل مباشر مع العميل ودونما أي انتقال لها⁴.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن: الخدمات المصرفية الإلكترونية تنطوي على تقديم خدمات مصرفية سواء كانت تقليدية أو حديثة من خلال شبكات اتصال إلكترونية، حيث تشمل هذه الخدمات العديد من المزايا التي تسهل على العملاء الوصول إلى حساباتهم المصرفية وإجراء المعاملات المالية بسرعة وسهولة.

ثانياً: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

تتمثل خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية فيما يلي:

- أنها خدمات تتم عن بعد، دون وجود شخصي مباشر بين أطراف العلاقة المصرفية، فهي خدمات عبر الحدود لا تعرف قيوداً جغرافية؛
- تؤمن للمصارف وسائل جديدة للإعلان عن خدماتها المصرفية وإمداد العملاء بالمعلومات عن أرصدهم، وتوفير الخدمات الممكنة، كدفع الكمبيالات وإدارة الأرصدة المصرفية وتحويل الأموال إلكترونياً⁵.
- الخدمات المصرفية الإلكترونية تتم إلكترونياً، يحتاج أداؤها عدد أقل من الموظفين ويمكن القيام بها على مدار ساعات اليوم ليلاً أو نهاراً، ومن ثم فإن تكلفتها أقل بكثير من تكلفة الخدمات المصرفية العادية؛
- تتصف الخدمات المصرفية الإلكترونية بالتنوع، التجدد، والمرونة بحيث يمكن القيام بمعظم العمليات التقليدية بطريقة إلكترونية، إضافة إلى العمليات المصرفية الحديثة التي لا يمكن القيام بها إلا بطريقة إلكترونية، مثل سحب الأموال من الصرافات الآلية¹.

¹ - حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003، ص213.

² - إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2019، ص24.

³ - راكز الزعاير، غسان الطالب، الإدارة الإلكترونية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2022، ص82.

⁴ - وائل رفعت خليل، أساسيات الإدارة المالية، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018، ص125.

⁵ - نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2007، ص107.

- خدمات تقوم على التعاقد دون مستندات ورقية وهذا ما يطرح عدد من المسائل القانونية المتعلقة بأدلة الإثبات؛
- يتم التعامل وفق نظام التبادل الإلكتروني للبيانات، لإيجاد ميزات تناسبية من إجراء تقليل الوقت والتكلفة، كما أدى إلى إيجاد بديل للمستندات الورقية وهو المستندات الإلكترونية، حيث يسمح هذا النظام من نقل رسائل كمبيوتر إلى آخر بغرض التراسل مع الإطارات المشاركة في العملية التجارية ويتم ذلك من خلال شبكات عامة أو شبكات خاصة².

المطلب الثاني: طبيعة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميتها

تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية أداة حيوية للمصارف، فهي تساعد في تطوير القطاع المصرفي ودعم التنمية الاقتصادية والمالية، لذلك سيتم توضيح طبيعة هذه الخدمات وأهميتها في هذا المطلب.

أولاً: طبيعة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تصنّف الخدمات الإلكترونية التي يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية إلى:

- ❖ خدمات معلوماتية: تتنوع المعلومات التي يمكن للمصرف تقديمها من معلومات دعائية عامة عن خدمات المصرف ومنتجاته، إلى معلومات متخصصة في مجال محدد أو متعلقة بسوق مالي، ويمكن أن يتلقى هذه المعلومة عن طريق اتصال في اتجاه واحد أو أن تكون عن طريق وسيلة اتصال متبادل بين العميل والمصرف؛
- ❖ خدمات قيود بيانات: وتشمل كل الخدمات التي تحتاج إلى قيود محاسبية، كإيداع أو سحب مبالغ مالية، وهي خدمات تؤثر مباشرة على قاعدة بيانات المصرف والتي عادة ما تكون مؤمنة تأميناً كاملاً، وبالتالي تحتاج إلى تأمين خاص بطبيعة بيئة وسائل الاتصالات كالأنترنيت وخلافها، وتحتاج البيئة التي تعمل فيها وسيلة الاتصالات إلى تأمين خاص؛
- ❖ خدمات اتصالات: وهي خدمات اتصالات تتيح الاتصال بالعميل وتتيح لهذا الأخير الاتصال بالغير وتلقي معلومات هو في حاجة إليها، وتهدف كلها لبناء علاقات مع الزبائن بغرض توثيق العلاقة بين المصرف والعميل وتلبية رغباته، وتحديد مدى رضائه عن مستوى الخدمات المقدمة للعملاء تمهيداً لتحسينها باستمرار³

❖ ثانياً: أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن تسوية المصارف لمختلف معاملاتها وخدماتها المالية إلكترونياً له أهمية كبيرة وتعود بفوائد اقتصادية هامة على المصارف والعملاء على حد سواء، ويمكن إيجاز أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في النقاط التالية:

- ✓ تخفيض النفقات التي يتحملها المصرف لإجراء بعض المعاملات المصرفية المختلفة دون الحاجة للانتقال إلى المصرف، وهذا ما يؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للمصرف في المناطق البعيدة لأن تكلفة إنشاء موقع للمصرف عبر الأنترنيت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات

¹ صليح بونفلة، النظام القانوني للعمليات المصرفية الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2020، ص ص 34.35.

² عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك -دراسة حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2012، ص 230.

³ أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2006، ص ص 178، 179.

وصيانته، فممارسة المصرف عبر موقعه عبر الأنترنت، وتسويق خدماته المصرفية وبعض المعاملات المالية تساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم علاقاته مع عملائه مما يؤدي لزيادة ارتباطهم به والارتقاء على مستوى المعاملات التجارية¹.

✓ الصمود بوجه المؤسسات المصرفية الأخرى حيث إن تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية يمكن من الحفاظ على الحصة السوقية والقيام أيضا بزيادتها وذلك من خلال الأساليب المختلفة التسويقية التي تساعد في مواكبة تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية المختلفة عن طريق تكنولوجيا الاتصالات؛

✓ زيادة ارتباط العملاء بالمصرف من خلال تقديم هذا الأخير لمعاملاته المصرفية عن طريق الخدمات الإلكترونية مما يساعده في امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم علاقاته مع عملائه وهذا ما يؤدي إلى ارتباطهم بهذا المصرف والولاء له دون غيره².

✓ استخدام الأنترنت في الخدمات المصرفية ساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال المصارف؛

✓ تساهم الأنترنت في التعريف بالمصرف والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي هو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة؛

✓ تؤدي إلى بناء علاقات مباشرة وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهذا ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية³.

✓ زيادة كفاءة أداء المصارف حيث أن طبيعة عملها إلكترونيا توفر لها السرعة في إنجاز الأعمال عن المصارف التقليدية فدخل العميل على موقع المصارف الإلكترونية أسهل كثيرا من انتقاله جسديا إلى موقع المصرف وطلب مقابلة أحد الموظفين الذين غالبا ما يكونوا مشغولين ليطلب منه إنجاز ما يريد من عمليات مصرفية بينما الحال على العكس بالنسبة للمصارف الإلكترونية التي لا أسهل من أن يدخل العميل إلى الموقع الخاص على شبكة الأنترنت وطلب ما يريد من إجراءات، التي سرعان ما تتم وتنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة، وعليه يجد العميل أن الإجراء الذي يستغرق في المصارف التقليدية عدة ساعات ناهيك عن انتقاله شخصيا إلى مقر المصرف لا يستغرق أكثر من دقائق معدودة فقط⁴.

¹ - أحمد بوراس، العمليات المصرفية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 07، العدد 11، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2007، ص 203.

² - ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك الأردنية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2012، ص 17.

³ - يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2012، ص 21.

⁴ - منير الجنبيني، ممدوح الجنبيني، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 17.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية وقنوات توزيعها

تشمل الخدمات المصرفية الإلكترونية عددا من الخدمات المصرفية التي توفرها المصارف إلكترونيا لعملائها، لذلك فإن هذا النوع من الخدمات يعزّز من تجربة العملاء ويوفر الكثير من الوقت والجهد والتكاليف لهم، والجدير بالذكر أنّ هذه الخدمات ترتبط عميلة توزيعها وإيصالها للعميل بكل يسر وسهولة بعدة قنوات إلكترونية.

أولا: أدوات الدفع الإلكتروني

نتيجة للتطورات تعددت أدوات الدفع الإلكتروني واتخذت أشكالا مختلفة تتلاءم مع طبيعة المعاملات وتسوية المدفوعات عبر شبكة الأنترنت، حيث كان أول ظهور في شكل البطاقات البلاستيكية ومع التطور في مجال التكنولوجيا والاتصالات أخذت أشكالا جد متطورة ومتنوعة، وتمثل مختلف هذه الأدوات فيما يلي:

1- البطاقات البلاستيكية: تعتبر البطاقات البلاستيكية من أهم الأدوات التي تستخدم في المعاملات المالية والمصرفية الإلكترونية، فهي تساعد على تسهيل العمليات المصرفية وتوفير الوقت والجهد للعملاء.

أ- تعريف البطاقة البلاستيكية: هي عبارة عن: "بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف"¹.

ب- أنواع البطاقات البلاستيكية: تنقسم البطاقات البلاستيكية إلى بطاقات ائتمانية وغير ائتمانية كما يلي:

✓ البطاقات الائتمانية: هي: "بطاقة خاصة يصدرها المصرف لعميله تمكنه من الحصول على السلع والخدمات من

محلات معينة عند تقديمه لهذه البطاقة ويقوم البائع بتقديم الفاتورة الموقعة من العميل إلى المصرف مصدر

البطاقة فيسدد قيمتها له ويقدم المصرف للعميل كشفا شهريا بإجمالي القيمة لتسديدها أو لخصمها من حسابه

الجاري"².

وتتخذ البطاقات الائتمانية الأشكال التالية:

- بطاقة الخصم أو القيد المباشر أو الفوري (Débit Card): وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى المصرف في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الوقت والجهد للعملاء، وكذلك زيادة إيرادات المصرف المصدر لها³.

- بطاقة الخصم الشهري أو القيد لأجل أو بطاقة الدين (Charge Card): ففي هذا النوع من بطاقات الائتمان قد تستخدم البطاقة كأداة وفاء وائتمان في الوقت نفسه، فيقوم المصرف بإصدار مثل هذا النوع من البطاقات ولا يشترط على العميل صاحب الحساب الجاري أن يكون قد دفع في حسابه مبلغا في حده الأدنى مساويا للحد الأعلى للقيمة المسموح استخدام البطاقة بها، أو بصورة حساب جاري كما هو الحال في النوع السابق وإنما قد تحدث المحاسبة بشكل شهري عن طريق إرسال

¹ - عصام مهدي محمد العابدين، موسوعة البنوك، دار محمود للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2022، ص 874.

² - أسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2019، ص 253.

³ - عبد المطلب عبد الحميد، إقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2014،

كشفت من المصرف مصدر البطاقة لحاملها ويحتوي على تفاصيل المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته وحصوله على السلع والخدمات من التجار، أو من صاحب الخدمة¹.

- بطاقة الائتمان القرضية أو التسديد بالأقساط (Crédit Card): وهذا النوع من البطاقات يقوم على عدم الدفع المسبق لمصدر البطاقة كما في النوع الثاني إلا أن الاختلاف قد يكون في وقت دفع المستحقات كون حامل هذه البطاقة لا يدفع كل المستحقات في نهاية الشهر وإنما بشكل دوري يتناسب مع دخله².

✓ البطاقات غير الائتمانية: هذا النوع من البطاقات يعتبر أوسع البطاقات انتشاراً في العالم لأنه يقلل من مخاطر الديون المعدومة لدى المصارف المصدرة للبطاقات ويتميز هذا النوع بأنه لا يعطي العميل أي ائتمان. وتتخذ هذه البطاقات الأشكال التالية:

- البطاقة المدينة: تعتمد هذه البطاقات على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى المصرف في حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة؛

- البطاقة المدفوعة مسبقاً: تقوم هذه البطاقة على أساس تثبيت مبلغ محدد، ويتم استخدامها بمعاملات لدى المحلات المختلفة وذلك بإدخالها في آلة قارئة لهذه البطاقات ويتم خصم قيمة المعاملة من القيمة المخزنة عليها³.

- بطاقة الشيك: يتعهد فيها المصرف بسداد الشيكات التي يحررها العميل بشروط معينة، وهذه البطاقة تصدر خصيصاً لمهمة ضمان الوفاء بشيك ويطلق عليها بطاقات ضمان الشيكات (Cartes de Garantie de Chèque)، يضمن فيها المصرف المصدر لبطاقة الوفاء بقيمة الشيكات التي يصدرها العميل حامل البطاقة، فهي نوع من أنواع الضمان الصادر في ورقة مستقلة.

- بطاقة السحب الآلي: يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، وهي بطاقات وظيفتها الوحيدة السحب النقدي من الموزعات الآلية للنقود والشبايك الأوتوماتيكية التابعة للمصرف المصدر لها ويمكن أن تتضمن خدمات أخرى مثل: الاطلاع على الرصيد، إجراء تحويلات، طلب كشف الحساب، طلب دفتر الشيكات واستلامه، الخ⁴.

2- النقود الإلكترونية: تعتبر النقود الإلكترونية من الأدوات المهمة في العصر الحديث، فهي تساعد على تسهيل العمليات المالية وتحسين الكفاءة والفعالية في عمليات الدفع بالإضافة إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

¹ - جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008، ص 30.

² - حسين محمد الشبلي، مهند فايز الدويكات، التزوير والاحتيال بالبطاقات الائتمانية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص 20.

³ - زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2011، ص ص 28-31.

⁴ - عمار لوصيف، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص تحليل والاستشراف الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص ص 31، 32.

أ-تعريف النقود الإلكترونية: هي عبارة عن: "قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة الكمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة"¹.

ب-أنواع النقود الإلكترونية: يوجد نوعان من النقود الإلكترونية تتمثل فيما يلي:

❖ النقود الإلكترونية الاسمية: تحتوي وحدة النقد الإلكتروني على معلومات تتعلق بهوية كل الأشخاص الذين تداولوها وهي في هذا تشبه بطاقات الائتمان حيث يستطيع المصرف أن يقضي أثر وحدة النقد التي أصدرها أثناء تداولها؛

❖ النقود الإلكترونية غير الاسمية: يتم تداول وحدة النقد دون الإفصاح عن حاملها إلا إذا حاول شخص ما أن ينفقها أكثر من مرة واحدة².

3-المحفظة الإلكترونية: تعد المحفظة الإلكترونية أداة مهمة وضرورية فهي جد آمنة، تتيح للعملاء إجراء العمليات المالية بسرعة وفعالية.

أ-تعريف المحفظة الإلكترونية: وهي عبارة عن: " برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على جهاز الحاسب الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقات الائتمانية في هذا البرنامج وعندما يقوم المستخدم بعملية الشراء يضغط على كبسة واحدة ليتم تعبئة المعلومات المطلوبة ألياً، ظهرت هذه الطريقة بدلا من قيام العميل بتعبئة نموذج الشراء عند كل عملية، ومن أهم الشركات المصدرة لها (Master Card) و(Visa Card)³.

ب-أنواع المحفظة الإلكترونية: تنقسم المحافظ الإلكترونية إلى خمسة أنواع تتمثل في:

- المحافظ الإلكترونية المكتبية: يتم قبول التعامل بهذه المحفظة الإلكترونية فقط عبر الحاسب الذي تم تنصيب المحفظة عليه، وتؤمن حماية وافية للبيانات، لكن أكبر مخاطرها هو تعرض الحاسب للاختراق أو دخول فيروس على المحفظة، والذي قد يؤدي لخسارة كل شيء فيها؛
- المحافظ معدات/أجهزة: تشبه النوع السابق لحد كبير، لكن الفرق أنها تعتمد على وجودها بشكل محمي ومغلق داخل جهاز التخزين مثل أجهزة (USB) أو جهاز مشابه؛
- المحافظ الأنترنت الرقمية: تعتمد على تقنية تخزين سحابية، ومن أكبر فوائدها القدرة على الولوج إليها واستخدامها من أي جهاز أو في أي مكان طالما يوجد الحساب الخاص بها، ولكن بنفس الوقت أكبر عيوبها هو افتقادها للأمان كون مالكيها يعيش في قلق تعرض الخدمة السحابية للهجوم أو الاختراق؛
- المحافظ الهواتف الرقمية: يعمل هذا النوع من المحفظة الإلكترونية كتطبيق في الهواتف الذكية، وهناك فوائد عديدة لهذا النوع أبرزها وجود دعم لها من قبل متاجر عديدة؛

¹ مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للنشر والتوزيع، دون طبعة، دمشق، سوريا، 2011، ص 3.

² محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص 64.

³ إيمان بن عبدة، أسسنة الخدمات البنكية الإلكترونية كمدخل لبناء صورة ذهنية لدى العملاء، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص تسويق بنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2022، ص 58.

■ المحافظ الورقية: من المعروف أنّ هذا النوع يقدم نسبة عالية من الأمان والحماية، لكن إمكانية استخدامه تبقى أصعب من الأنواع الأخرى¹.

-الشيكات الإلكترونية: الشيكات الإلكترونية هي نوع من الشيكات التي تم إصدارها وتداولها عبر الأنترنت بدلا من الورق، تتميز بالتكلفة المنخفضة حيث توفر المزيد من الراحة والأمان للعملاء.

أ- تعريف الشيك الإلكتروني: وهو عبارة عن: "شيك مكافئ للشيكات الورقية التقليدية، فهو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) وقد يكون بائعا أو أي مستفيد آخر يعمل عبر الأنترنت ويحتفظ بحساب مصرفي ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الأنترنت ليقوم المصرف بتحويل قيمة الشيك إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى متسلم الشيك (حامله) ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمسلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه"².

ب- مزايا الشيك الإلكتروني: من أهم المزايا التي تتميز بها الشيكات الإلكترونية ما يلي:

- تصرف الشيكات الإلكترونية في دفع الصفقات الإلكترونية بجميع أنواعها سواء كانت إدارية أو تجارية وبطريقة آمنة عبر البريد الإلكتروني؛
- دفتر الشيكات الإلكتروني دفتر آمن مقارنة بدفتر الشيكات العادي ولا يختلف كل منهما عن الآخر إذ أنهما يحققان الهدف والوظيفة نفسها؛
- تحدد الشيكات الإلكترونية من تكلفة إدارة الآليات الخاصة بالدفع وتحل المشاكل المتعلقة بالشيكات العادية كالتزوير أو الضياع أو التأخير؛
- يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالي 50% من رسوم التشغيل بالمقارنة ببطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات؛
- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية والتي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرفة المقاصة³.

5-التحويلات المالية الإلكترونية: تعد التحويلات الإلكترونية وسيلة آمنة وسريعة في نقل الأموال وتحويلها بين الحسابات المصرفية في أي وقت ومكان وبتكلفة منخفضة، بالإضافة إلى توفير الراحة والأمان والسرعة في عمليات التحويل والدفع.

أ-تعريف التحويلات المالية الإلكترونية: يقصد بنظام التحويلات المالية الإلكترونية: "عملية منح الصلاحية (Permission) لمصرف ما، للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة (Crédit or Débit) إلكترونيا من حساب

¹- يسعد عبد الرحمن، ودان بوعبد الله، قيراط فريال، دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي تجارب دولية، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021، ص ص 406، 407.

²- مصطفى أحمد عبد الرحمن المصري، إدارة التسويق، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2015، ص 298.

³- محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013، ص ص 148، 149.

مصرفي إلى حساب مصرفي آخر، أن عملية التحويل تتم إلكترونياً عبر الهواتف (Téléphones) وأجهزة الكمبيوتر (Computers) وأجهزة المودام (Modems) عوضاً عن استخدام الأوراق¹.

ب- مزايا التحويلات المالية الإلكترونية: تحقق التحويلات المالية الإلكترونية للمصرف العديد من المزايا نذكر أهمها في: 4الدعاية والإعلان للمصرف: يعتمد المصرف في تقديمه لهذه الخدمات على قاعدة عريضة من المتعاملين معه، ولا شك في أن تداول اسم المصرف بين عدد كبير من الناس سواء كانوا من المتعاملين معه أو من غير المتعاملين معه، يحمل إعلاناً غير مباشر عن المصرف خاصة إذا ما ارتبط هذا الاسم بتقديم خدمة نافعة، وكثيراً ما تكون النتيجة اجتذاب متعاملين جدد يرغبون في الانتفاع من هذه الخدمات؛

➤ زيادة موارد المصرف: إن احتفاظ المتعاملين بأموالهم في المصرف معناه ثققتهم في تلبية حاجاتهم المالية عند نشوئها، وزيادة عدد المتعاملين مع المصرف يؤدي إلى زيادة موارد المصرف، لذا يجب ممارسة جميع الوسائل ليشعر الأفراد أن المصرف وجد لخدمهم لا ليسلهم أموالهم؛

➤ زيادة توظيفات المصرف: هنالك خدمات مصرفية قد تنطوي على ائتمان يمنحه المصرف للمتعاملين معه مقترناً بالخدمة المصرفية ذاتها، ويكون هذا الائتمان قصير الأجل ينتهي بانتهاء الخدمة أو بعدها بوقت قصير مما يمثل عنصر موائمة بين وقت استحقاق الدفع وبين وقت توفر الأموال لدى المتعامل؛

➤ التعامل بكفاءة مع النمو الهائل والمتسارع لعدد حسابات العملاء بالمصارف: أي تحقيق كفاءة في التعامل من الناحية المحاسبية بدون زيادة عدد الموظفين، مع تحقيق السرعة في إنجاز المعاملات المصرفية؛

➤ تمكين المصارف من تقديم خدمات لعملائها لم تكن معروفة لهم من قبل: مما أتاح لهم الاستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم؛

➤ زيادة القدرة التنافسية: حيث من خلال توسع المصارف في الصيرفة الإلكترونية يستطيع تقديم خدمات مصرفية بسعر أقل وبجودة أكبر وتكلفة أقل².

6-العملات الرقمية: تعتبر العملات الرقمية من أهم التقنيات الحديثة في المعاملات المالية، فهي تتميز بتوفير مستوى عالٍ من الأمان والحماية، وكذلك تنفيذ العمليات المالية بسرعة وفعالية مما يساعد هذا في تعزيز الاقتصاد الرقمي وتطويره.

أ-تعريف العملات الرقمية: تعرف على أنها: "عملات تتشكل على شكل وحدات نقدية غير ملموسة عبر برمجيات إلكترونية، ويتم تبادلها بواسطة الشبكة (الإنترنت)، ويمكن مبادلة المنافع والسلع بهذه الوحدات الرقمية"³.

ب- مزايا العملات الرقمية: للعملات الرقمية مزايا عديدة أهمها ما يلي:

✓ تبادل العملات الرقمية يتم برسوم معاملات ضئيلة جداً تصل إلى الصفر؛

¹ - محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الإلكترونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011، ص 89.

² - نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص نقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011، ص ص 72، 73.

³ - لطيفة كرميش، التكيف الفقهي للتعامل بالعملات الرقمية وضوابطه، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية، المجلد9، العدد1، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2018، ص 173.

✓ السماح لأي شخص في أي مكان من العالم بالولوج لمحفظته وإجراء عملية تحويل الأموال في دقائق قليلة لأي شخص في العالم؛

✓ العملات الرقمية تعتمد في عملها على تكنولوجيا "البلوك تشين" ولا يمكن اختراقها بسهولة، ومن المستحيل تزويرها أو تزيفها، الأمر الذي يجعل من التعامل بالعملات الرقمية خيارا يفضله الكثيرون¹.

✓ تستمد قيمتها من قبول الأفراد لها كوسيط للتبادل وآلية للدفع ومخزن للقيمة وأداة لإبراء الذمم؛

✓ لا تستند لأي سلطة مركزية عكس النقود الإلكترونية التي تخضع للمصارف المركزية؛

ويتحدد عرض النقود الرقمية من خلال بروتوكولات حاسوبية ولا يتم تشغيل شبكتها من طرف جهة أو مؤسسة محددة، حيث أن اللامركزية تقتضي عدم التعرف على مشغل النظام وبالمقابل يتم الاعتماد على البرامج الحاسوبية والخدمات الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين بتشغيل المحافظ الرقمية وتوفير أراضيات إلكترونية لتحويل وتخزين وتداول العملات الافتراضية وحتى تبادلها مقابل عملات ائتمانية أخرى².

ثانيا: قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعد قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية من الأدوات الحديثة والمهمة التي تساعد في تسهيل العمليات المالية وتحسين تجربة العملاء، ويمكن عرضها كالتالي:

1-الصرافات الآلية (Automatic Teller Machine ATMS): بدأ استعمال أجهزة الصرافات الآلية في العالم منذ بداية السبعينيات حيث أصبحت من الخدمات المهمة والضرورية لعملاء المصارف والمؤسسات المالية، وفي السنوات الأخيرة أصبحت المجتمعات الأوروبية والأمريكية من حملة البطاقات البلاستيكية خلافا لبعض المجتمعات الآسيوية والإفريقية التي تعتمد على حمل النقد، وبذلك أصبحت أجهزة الصراف الآلي تلعب دورا مهما في خدمة العملاء في المصرف وأصبحت تتنافس في تقديم هذه الخدمة وتطويرها من خلال شبكة أجهزة المصرف الواحد³.

والصراف الآلي جهاز يعمل أوتوماتيكيا لخدمة العملاء دون تدخل العنصر البشري ضمن برامج معدة سلفا تلي العديد من الحاجات المصرفية للعملاء على مدار الساعة، وذلك من خلال بطاقة الصراف الآلي وهي بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر عن المصرف للعميل بناء على طلبه وبموافقة الفرع، تحمل هذه البطاقة اسم العميل ورقم حسابه ورمز الفرع وعليه شريط ممغنط ذو لون بني يحمل نفس المعلومات السابقة ومعطيات محددة سلفا ولكل بطاقة رمز سري يعرفه ويحدده حاملها فقط، ومن الخدمات التي تقدمها أجهزة ال(ATMS):

✓ السحب من حسابات الطلب والتوفير نقدا (بالعملة المحلية)؛

✓ الإيداع بالحسابات نقدا ومقاصه؛

✓ التحويل من حساب لآخر؛

¹- نبيلة عبد الفتاح قشطي، العملات الرقمية: فرص أم تهديد لاستقرار السوق المالية العالمية، مجلة إنارة للدراسات الاقتصادية الإدارية والمحاسبية، المجلد 03، العدد 01، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2022، ص ص 4، 5.

²- سليم العمرابي، صراح بن حرش، العملات الرقمية-التحديات، الفرص والمخاطر، الملتقى الدولي الافتراضي: البيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كآلية لتحقيق الإقلاع الاقتصادي في الدول النامية "الفرص والتحديات والآفاق"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 18 جوان 2022، ص ص 5، 6.

³- مهدي فكري العلمي، العمليات المصرفية من منظور شمولي، الابتكار للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2018، ص 135.

✓ الاستفسار عن الرصيد؛

✓ طلب دفتر شيكات¹.

وتسهم هذه الصرافات بدور مهم في توزيع المنتجات المصرفية من خلال الموزع الآلي للأوراق الذي يسمح للمتعامل بواسطة بطاقة إلكترونية سحب مبلغ من المال دون حاجة للجوء إلى الفرع وأيضا الشباك الآلي للأوراق الذي يعد أكثر تعقيدا وتنوعا من النوع الأول، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي يقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك وعمليات التحويل من حساب لآخر².

2-الوحدات الطرفية عند نقاط البيع (Electronic Points of Sale): يتشابه هذا النظام مع المصارف المنزلية في اعتماده على شبكات اتصالات الحاسبات الآلية وعمليات التحويل وإعادة التحويل، إلا أنّ الاختلاف بينهما يكمن في أنّ عملية الاتصال تتم هنا بين الحاسب الآلي للمصرف والوحدات الطرفية الموجودة داخل المتاجر والأسواق المركزية بدلا من الحاسبات الشخصية الموجودة داخل منازل العملاء³.

وطبقا لهذا النظام يتم إدخال قيمة مشتريات العميل من خلال هذه الوحدات الطرفية لتخصم من رصيد حسابه المسجل داخل الحاسب الآلي بالمصرف ويطلق عليها عملية الخصم المدين، وفي المقابل تتم إضافة نفس القيمة لحساب المتجر بالمصرف (عملية تعبئة الرصيد)⁴.

3-العمليات المصرفية عبر الهاتف (Phone Banking): وتشمل على أسلوبين هما:

أ-الخدمات المصرفية من خلال الهاتف الثابت (Phone Bank): مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشئت المصارف خدمة "الهاتف المصرفي" لتتخاض طوابير العملاء من خلال الاتصالات التلفزيونية بالمصرف برقم سري خاص يتم من خلاله سحب مبلغ النقود من حساب العميل وتحويله لدفع بعض الالتزامات الدورية عليه مثل⁵:

✓ دفع حسابات مثل فاتورة التلفون والغاز والكهرباء؛

✓ شاشة في منزل العميل لها اتصال مباشر بالصرف وتعرض حساب العميل ويمكن من خلالها سداد المعاملات والفواتير؛

✓ خدمة صوتية مباشرة بين العميل والمصرف تتم من خلال الاتصال المباشر بين كمبيوتر العميل وكمبيوتر المصرف؛

✓ خدمات الهاتف بتقنيات عالية لتحويل الأموال ودفع الالتزامات وإجراء جميع العمليات المصرفية والتعاقد على الحصول على قرض¹.

¹ - خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2011، ص 207.

² - محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010، ص ص 232، 233.

³ - محمد مصطفى السهوري، إدارة البنوك التجارية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2013، ص 56.

⁴ - طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، دون طبعة، الأزاريطة، مصر، 2007، ص 178.

⁵ - محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 84.

ب-الخدمات المصرفية من خلال الهاتف المحمول (Mobile Bank): تسمى تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف النقال، بواسطة تطبيق معد عن طريق المصرف يتم باستخدام العميل رقما سريا يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده، وكذلك للخصم منه تنفيذًا لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة².

-خدمة المصرف المنزلي (Home Banking): أتاح انتشار شبكة الأنترنت للمصارف خدمات الصرف المنزلي (Home Banking) حيث اتجهت المصارف بدلا من التوسع في إنشاء المقر الجديد لها إلى إنشاء مواقع لها على هذه الشبكة يتم من خلالها توفير الخدمات المصرفية لكل عملائها، فضلا عن تحقيق الكفاءة والفعالية في عمليات تسويق خدماتها المالية حتى في المناطق البعيدة والنائية والتي لا تتوفر لهذه المصارف فروع فيها³.

أي هو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان، والذي يتصل بحاسوب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر (Password) أو رقم سري (Pin Number) أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة⁴.

5-مصارف الأنترنت (Internet Banks): أطلق عليها مصارف الأنترنت (Internet Banks) أو المصارف الفورية (On-Line Banks) ومع تزايد استخدام المصارف والأفراد لشبكة الأنترنت وتطور قدراتها من ناحية ثانية، فقد أصبح ينظر إليها كقناة توزيع مصرفية قائمة بذاتها حيث تمثل معالجة عصرية ومنتطورة تلي احتياجات قطاع سوقي متمم من العملاء هم مستخدمي شبكة الأنترنت⁵.

وتختلف مصارف الأنترنت عن مصارف الحاسوب الشخصي في أنها لا تحتاج إلى حزمة برمجية خاصة بها تكون مثبتة على جهاز معين، وإنما من خلال الموقع الإلكتروني للمصرف يتم توفير قناة يتم من خلالها إجراء عمليات مصرفية ككشف الحساب أو تسديد الفواتير أو شراء شيء معين ويمكن أن يقوم بها شخص دون الحاجة إلى فتح حساب لدى المصرف ولا اقتناء حاسوب شخصي كي يزود ببرامج مالية خاصة من طرف المصرف، ويعرض هذا الأخير على الأنترنت مجموعة من الخدمات أهمها:

- ✓ النشرات الإعلامية عن الخدمات المصرفية؛
- ✓ مساعدة العميل في إدارة المحفظة المالية؛
- ✓ إجراء تحويلات الأموال بين حسابات العملاء المختلفة؛
- ✓ عرض وتدقيق أرصدة حساب التوفير؛
- ✓ دفع قيم الرهون العقارية؛

¹ - عبد الحميد بسيوني، عبد الكريم عبد الحميد بسيوني، التجارة الإلكترونية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، دون طبعة، القاهرة، مصر، 2003، ص 178.

² - سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء دراسة حالة البنوك الإسلامية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2015، ص 28.

³ - أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، المنصورة، مصر، 2007، ص 97.

⁴ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008، ص 31.

⁵ - طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنت، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 286.

✓ شراء الصكوك المالية وشهادات الإيداع¹.

6- المصارف الافتراضية (Virtual Banks): تعود فكرة المصارف الافتراضية إلى بيل جيتس وقد أصبحت هذه الفكرة خطرا يهدد صناعة الخدمات المالية في بعض الدول المتقدمة، وهي مصارف تعمل بشكل كامل على الأنترنت أي أن العلاقات والمعاملات المصرفية تتم عن طريق الوسائل الإلكترونية وليس بشكل مباشر، وإن السبب الأساسي الذي يشجع إقامة مثل هذه المصارف هو أن تكلفة الإنشاء تقل كثيرا عن تكلفة إنشاء فرع مصرفي تقليدي مما لأشك فيه أن التطور في مجال العلوم لابتكار الوسائل والفنون المصرفية الأفضل يوفر شيئا من الخصوصية والسرية ويدعم الثقة بالمصارف².

7- الخدمات المصرفية عبر التلفزيون الرقمي (Digital Télévision): وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب المصرف، بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب المصرف أو شبكة الأنترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها، والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصا في المنزل³.

8- المصرف الناطق (Voice Bank): هو نظام آلي يجيب على استفسارات العملاء هاتفيا باستعمال رموز معينة ويمكن أن يقدم لهم العديد من الخدمات كالاستفسار عن حركات الحساب، وعن أرصدة الحسابات، إجراء عمليات التحويل وطلب دفتر شيكات ويقدم المصرف الناطق خدمات مالية وغير مالية تمكن العميل من الدخول للحساب بالرقم السري وخدمات عامة لأي شخص كأسعار الفوائد وأرقام الهواتف للفروع الرئيسية للمصرف والخدمات الجديدة⁴.

المبحث الثالث: تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ودور ابتكارها في تعزيز الشمول المالي

يعتبر ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية ضرورة ملحة وذلك لتلبية رغبات واحتياجات العملاء المتغيرة والمستمرة، من خلال تحسين وتطوير الخدمات المصرفية وتوفيرها بطريقة تجعلها ذات كفاءة وفعالية مناسبة ومتاحة للجميع، خاصة للذين يواجهون صعوبة في الحصول على هذه الخدمات، وبالتالي هذا سوف يساعد على تحسين مستوى الشمول المالي وتعزيزه، وتحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي، والبنوك في الجزائر انطلقا من تعزيز دورها في رفع مستويات الشمول المالي فإنه من بين الآليات الممكنة الاعتماد عليها في ذلك، هو أن تعمل على إدماج خدمات مصرفية إلكترونية حديثة تتوافق ورغبات فئة العملاء الذين يحبذون العمل المصرفي الإلكتروني، ويفضلون مواكبة كل ما هو مستحدث فيما يخص الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الأول: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر

تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية من الخدمات الحديثة التي ظهرت في القطاع المصرفي، فهي تعد أداة هامة في تحقيق التمويل الشامل وتوفير تجربة أفضل للعملاء وتحسين كفاءة العمليات المصرفية، لذلك في ظل سياسة

¹ - أحمد بوراس، السعيد بركة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2014، ص ص 105، 106.

² - رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2008، ص 158.

³ - بن صالح ماجدة، العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2021، ص ص 85، 86.

⁴ - خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 214.

العصرنة التي تتبعها المصارف الجزائرية وفي إطار استخدامها للخدمات المصرفية الإلكترونية، والتطور الملحوظ الذي شهدته في هذه الخدمات، سعت العديد من المصارف والمؤسسات المالية الجزائرية إلى توفير خدمات مصرفية متطورة، حديثة ومتنوعة للعملاء.

تعتبر البطاقات المصرفية أهم وسيلة دفع شائعة ومريحة في المعاملات المالية في الجزائر، حيث تسمح للأفراد بإجراء عمليات الشراء، السحب، الإيداع والتحويلات المالية ولها عدة أنواع، كما أنها تعتبر آمنة في الاستخدام وتتيح الحصول على النقود بسرعة وسهولة، والجدول رقم 03 يوضح تطور عدد البطاقات المصرفية في الجزائر خلال الفترة 2016 وحتى 2021.

الجدول رقم (03): تطور عدد البطاقات المصرفية الصادرة في الجزائر 2016-2021.

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد البطاقات	804674	877708	1140741	8926229	9620000	11609624
التغير (%)	/	9,07	29,96	682,49	7,77	20,68

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على:

Ibghouchene Saadia, Mokrane Ali, Adoption Et Utilisation Des Paiements électronique En Algérie :étude Empirique De La Période (2016-2022), Revue De L'économie Financière Des Affaires, Volume06, Numéro03, Université Mouloud Mammeri, Tizi ouzo, Algérie, 2022, p559 .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (03) ارتفاع تدريجي في عدد البطاقات المصرفية خلال السنوات 2016 إلى 2018 من 804674 بطاقة إلى 1140741 بطاقة صادرة وهذا راجع للتطور الحاصل في طريقة الدفع الجديدة، والتحويلات التكنولوجية في القطاع المصرفي والمالي لتتراجم سنة 2019 إلى 8926229 بطاقة ويعود ذلك للأوضاع الاقتصادية العامة، والتغيرات في اللوائح والقوانين المالية والمصرفية، والعوامل المتعلقة بالسوق المالي والمصرفي في الجزائر، ثم بعدها عاودت الارتفاع سنتي 2020 و2021 وهذا لزيادة الوعي المصرفي والتحول نحو الدفع الإلكتروني وتقنيات التحويل الآلي، بالإضافة إلى توسع شبكات المصارف والمؤسسات المالية في الجزائر.

ثانيا-تطور عدد عمليات السحب والدفع الإلكتروني في الجزائر

تعتبر الجزائر من الدول التي تسعى إلى تطوير الدفع الإلكتروني وتبني التكنولوجيا الحديثة في العمليات المالية، وتحرص على دعم هذا التطور وتشجيع الشركات والمؤسسات على تقديم خدمات الدفع الإلكتروني والتحويلات المالية، حيث تعتبر وسيلة مهمة لتحقيق العديد من المزايا، والجدول الموالي يوضح تطور عدد عمليات السحب والدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة 2016 وحتى 2022.

الجدول رقم (04): تطور عدد عمليات السحب والدفع الإلكتروني في الجزائر 2016-2022.

السنة	العدد الإجمالي لمعاملات السحب	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع
2016	6868031	7366
2017	8310170	107844
2018	8833913	176982
2019	9929652	202480
2020	58428933	4593960
2021	87722789	7821346
2022	128035361	9048125

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع الإلكتروني:

<https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm> تاريخ الاطلاع: 2023/04/25، على الساعة 19:00.

ويمكن القول من خلال الجدول رقم (04) أن عمليات السحب في الجزائر شهدت ارتفاعا تدريجيا خلال الفترة الممتدة من سنة 2016 حتى سنة 2018، في حين ارتفعت سنة 2019 لتصل إلى 9929652 عملية سحب خلال جائحة كورونا أثناء تشديد فترة الحجر الصحي، ثم بلغت 128035361 عملية سحب إلكتروني سنة 2022 وهذا راجع لتزايد عدد أجهزة السحب وزيادة الوعي المالي لدى الأفراد.

أما تطور عمليات الدفع فكان في ارتفاع تدريجي إلى أن ارتفع بقوة سنة 2020 ليصل إلى الذروة بـ 9048125 عملية دفع إلكتروني سنة 2022 لفاتورات الأنترنت والكهرباء مثلا وذلك خوفا من جائحة كورونا وإجراءات الحجر الصحي والتباعد.

ثالثا-تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر

تعد الصرافات الآلية واحدة من أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية استخداما في الجزائر، حيث تتيح للعملاء إجراء العديد من العمليات المصرفية مثل السحب والإيداع والتحويلات المصرفية والاستفسار عن الرصيد وغيرها بطريقة سهلة ومريحة وتقديم مستوى عال من الأمان، والجدول الموالي يوضح تطور عدد الصرافات الآلية بالجزائر خلال الفترة 2009 – 2019.

الجدول رقم (05): تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر

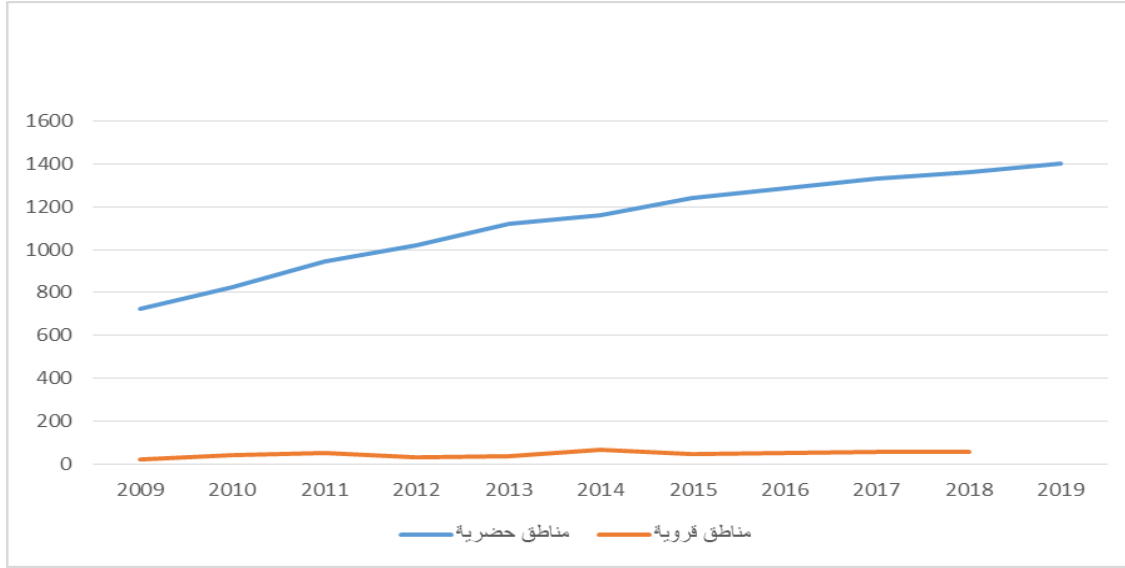
السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
مناطق حضرية	724	826	946	1020	1122	1163	1243	1289	1333	1365	1404
مناطق قروية	18	42	50	30	33	64	43	52	54	56	73

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://www.bank-of-algeria.dz> تاريخ الاطلاع: 2023/04/24، على الساعة 17:30.

يوضح الجدول رقم (05) تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر، حيث يعد تطور الصرافات الآلية مؤشراً وعاملاً أساسياً في تحديد مستوى استخدام التكنولوجيا في المؤسسات المالية والمصارف، وكذلك مستوى التطور المالي في الجزائر. ولتوضيح ما سبق ذكره يتم الاستعانة بالمنحى التالي والذي يبين تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر.

الشكل رقم (04): منحى بياني يوضح تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://www.bank-of-algeria.dz/>، تاريخ الاطلاع: 2023، 04/24، على الساعة 17:30 .

يتبين لنا من الشكل رقم (04) أن استخدام الصرافات الآلية من قبل العملاء في المناطق الحضرية ابتداءً من سنة 2009 إلى غاية 2019 في ارتفاع مستمر وسريع وهذا يدل على درجة وعي العملاء باستخدام هذه الخدمة، أما في المناطق القروية ففي السنوات الأولى من 2009 إلى غاية 2011 كان التداول عليها ملحوظاً وبكثرة إلى أن انخفض قليلاً سنويًا 2012 و2013 وهذا يعود لقلّة الطلب عليها ورجوع العملاء لاستخدام الشيك لكن سرعان ما يعود الطلب عليها واستخدام هذه الصرافات سنة 2014 إلى غاية 2019 لبداية وعي العملاء في المناطق القروية والتثقيف، وبالتالي يمكن القول أن البيانات تشير إلى التوسع في استخدام الخدمات المالية في الجزائر، لارتفاع عدد الصرافات الآلية في المصارف وإدخال خدمات دفع المستحقات والرواتب للموظفين والعملاء وأيضاً زيادة الوعي والتثقيف المالي والمصرفي، وتسهيل عملية السحب النقدي وتقليل الازدحام في المصارف وهذا أدى إلى تسهيل الوصول إلى هذه الخدمات في المناطق الريفية والحضرية.

المطلب الثاني: تطور أهم مؤشرات الشمول المالي في الجزائر 2011-2021

يؤدي الشمول المالي دوراً مهماً في تعزيز النمو الاقتصادي في الجزائر، لأنه يمثل عاملاً أساسياً في تعزيز النمو الاقتصادي وتحسين المستوى المعيشي للأفراد وتعزيز الاستقرار المالي، ويتيح التوسع في الخدمات المالية والمصرفية للفئات المحرومة والأكثر فقراً لتحسين حياتهم والتقليل من هذه الفجوات الاقتصادية، وبالتالي فتعزيز الشمول المالي في الجزائر يؤدي إلى تعزيز الشفافية في النظام المالي، ويساعد في تحقيق العديد من الأهداف التنموية المستدامة، لذلك يجب على الحكومة والقطاع المالي والمصرفي في الجزائر العمل على تعزيز الشمول المالي، وتوفير الخدمات المالية الأساسية للفئات الأقل حظاً وتعزيز الوعي بأهمية الشمول المالي في المجتمع.

أولاً- ملكية الحسابات في المؤسسات المالية الرسمية

تعد الحسابات المالية من أبرز الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات إذ أنها تساهم في تحسين إدارة الأموال وتوفير خدمات مالية ومصرفية متنوعة للعملاء لتلبية احتياجاتهم، ويوضح الجدول التالي نسبة ملكية الحسابات في المؤسسات المالية في الجزائر خلال سنوات 2011، 2014، 2017 و2021.

الجدول رقم (06): النسبة المئوية لملكية الحسابات في المؤسسات المالية

السنوات	2011	2014	2017	2021
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين (العمر +15).	33.29%	50.48%	42.78%	44.10%
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين (الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و25 سنة).	20.30%	38.45%	28.58%	26.72%
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين (العمر +25).	39.88%	57.48%	48.75%	51.28%

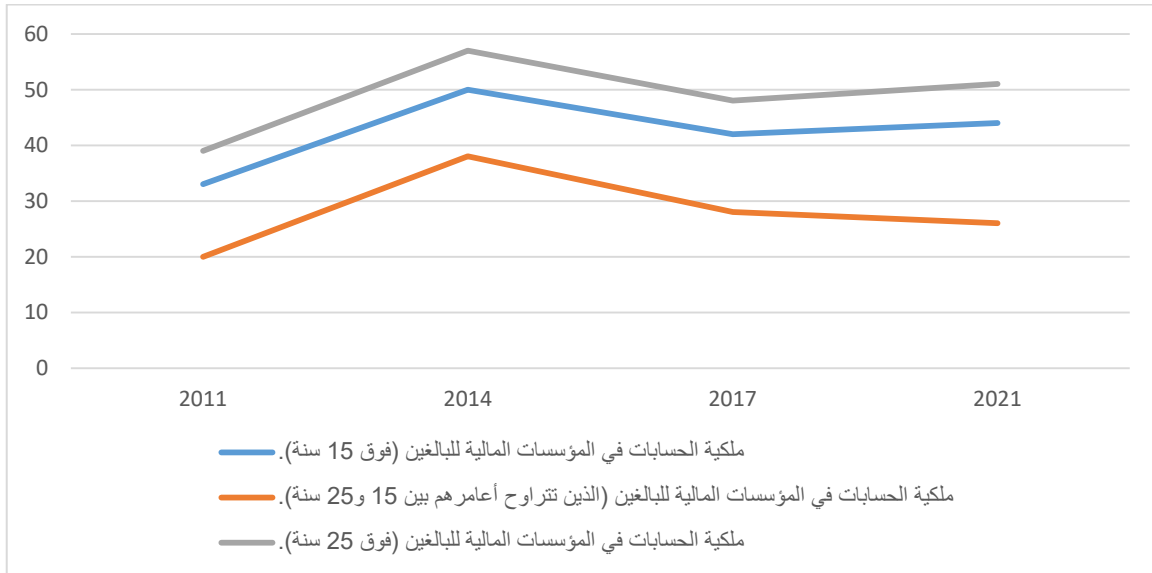
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع الإلكتروني:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/FX.OWN.TOTL.OL.ZS?locations=DZ>، تاريخ الاطلاع: 2023/05/20، على الساعة:

.12:30

لقد بين الجدول رقم (06) نسبة ملكية الحسابات في المؤسسات المالية في الجزائر للبالغين، حيث يمثل الحساب الأداة الرسمية التي تبين وجود تعاملات مالية بين الأفراد والمؤسسات المالية. والشكل الموالي يمثل تطور نسبة ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين فوق سن 15 سنة.

الشكل رقم (05): ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/FX.OWN.TOTL.OL.ZS?locations=DZ>، تاريخ الاطلاع: 2023/05/20، على الساعة:

.12:30

يتضح من خلال الشكل (رقم 05) أنه:

- بالنسبة للملكية الحسابات للبالغين فوق 15 سنة هناك تذبذب خلال السنوات الأربعة في الجزائر، ففي سنة 2011 كانت نسبة ملكية الحسابات للبالغين 33,29%، ثم ترتفع بعد ذلك سنة 2014 بنسبة 50,48% لكن هذه الزيادة لم تستمر لتتخفض بعد ذلك إلى 42,78% سنة 2017، أما في سنة 2021 ترتفع النسبة مرة أخرى لتصل إلى 44,10%.
- أما بالنسبة للملكية الحسابات للبالغين بين (15-25) سنة فقد سجلت سنة 2011 نسبة 20,30% ثم ازدادت لتصل إلى 38,45% في سنة 2014، ولكن خلال السنتين 2017 و2021 انخفضت النسبة مرة أخرى لتصل إلى 28,58% و26,72%.
- وبالنسبة للبالغين فوق 25 سنة فقد أظهر أنه هناك تذبذب خلال السنوات الأربعة، ففي سنة 2011 كانت نسبة ملكية الحسابات 39,88% ثم بعد ذلك ارتفعت إلى 57,48% سنة 2014، لكنها انخفضت بعد ذلك في سنة 2017 إلى 48,75% وتواصلت في الانخفاض لتصل في سنة 2021 إلى 51,28%.

وسبب هذا الانخفاض في ملكية الحسابات في المؤسسات المالية راجع إلى عدم وجود وعي مصرفي ومالي كافي للأفراد وكذلك عدم وجود التحفيز اللازم لهم للتعامل مع هذه المؤسسات وأيضا تغيرات في سياسات المصارف والمؤسسات المالية كتغيير الشروط المتعلقة بالحسابات المصرفية، أما سبب الارتفاع بعد هذا الانخفاض في ملكية الحسابات في المؤسسات المالية راجع إلى زيادة الثقة في المؤسسات المالية أو التوسع في تقديم الخدمات المصرفية التي تؤدي إلى جذب العملاء. لذلك يجب على المصارف والمؤسسات المالية أن تعمل على جذب المزيد من العملاء من خلال منح فوائد مصرفية مرتفعة على الودائع والتوسع في تقديم خدمات مصرفية مبتكرة وجديدة تسهل المعاملات المالية والمصرفية على العملاء. وللوقوف على الفجوة القائمة بين البالغين في ملكية الحسابات بالمؤسسات المالية في الجزائر حسب الجنس يتم إدراج الجدول التالي:

الجدول رقم (07): ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين حسب الجنس

السنوات	2011	2014	2017	2021
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين الذكور (فوق 15 سنة).	46,13%	60,91%	56,25%	56,83%
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين الإناث (فوق 15 سنة).	20,41%	40,07%	29,27%	31,19%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/FX.OWN.TOTL.OL.ZS?locations=DZ>، تاريخ الاطلاع: 2023/05/20، على الساعة:

.12:30

يتضح لنا من الجدول رقم(07) أنه خلال السنوات الأربعة المعتمدة لقياس الشمول المالي بالجزائر وفقا لمؤشر ملكية الحسابات في المؤسسات المالية حسب الجنس كانت هناك فجوة بين ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين فوق 15 سنة حسب الجنس، حيث تمّ تسجيل نسبة 46,13% للذكور مقابل 20,41% للإناث في سنة 2011، ونسبة 60,91% للذكور مقابل 40,07% للإناث وهذا خلال سنة 2014، حيث استمرت هذه الفجوة حتى سنة 2017 فقد تم تسجيل نسبة 56,25% للذكور مقابل 29,27% للإناث، أما في سنة 2021 فقد كانت نسبة الذكور 56,83% وهذا مقابل 31,19%.

وتعود هذه الفجوة أساسا بسبب الفقر والعجز المالي الذي يسبب عائق كبيرا أمام تمكين فئة الإناث فيمن فتح حسابات في المؤسسات المالية، وكذلك العاطلات عن العمل الذين لا يجدون داعي لفتح حسابات في المؤسسات المالية وأيضا صعوبة حصولهم على خدمات مالية تلائم رغباتهم واحتياجاتهم.

لذلك يجب زيادة الوعي بأهمية الحسابات وكذلك كيفية الحصول والوصول إلى المنتجات المالية، وتعزيز وجود فئة الإناث في المؤسسات المالية من خلال تبني سياسات تحفز على توفير خدمات مالية لهذه الفئة تتماشى مع حاجاتهم ورغباتهم. أما الجدول الموالي فهو يظهر ملكية الحسابات للمؤسسات المالية للبالغين حسب المستوى المعيشي:

الجدول رقم (08): ملكية الحسابات للمؤسسات المالية للبالغين حسب المستوى المعيشي.

السنوات	2011	2014	2017	2021
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية لأغنى 60% من الأسر	40,50%	59,46%	47,97%	52,17%
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية لأفقر 40% من الأسر	23,09%	36,97%	34,97%	31,91%

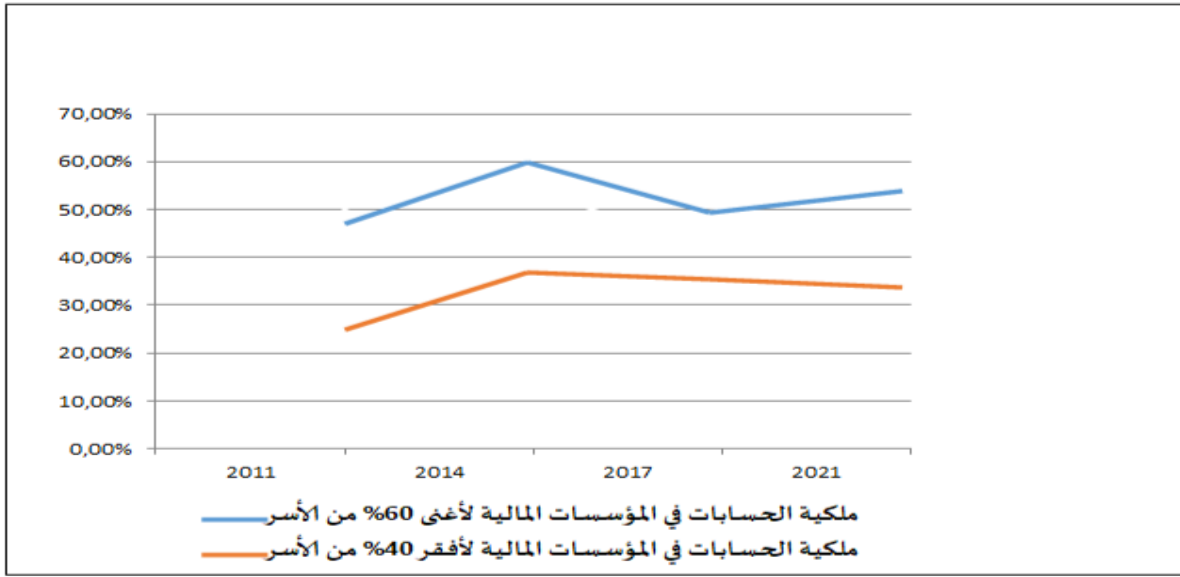
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/FX.OWN.TOTL.OL.ZS?locations=DZ>، تاريخ الاطلاع:

2023/05/20، على الساعة: 12:30.

والشكل الموالي يمثل تطور نسبة ملكية الحسابات في المؤسسات المالية للبالغين فوق سن 15 سنة حسب المستوى المعيشي (الأغنى والأفقر).

الشكل رقم (06): ملكية الحسابات للمؤسسات المالية للبالغين حسب المستوى المعيشي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/FX.OWN.TOTL.OL.ZS?locations=DZ> - تاريخ الاطلاع: 2023/05/20، على الساعة:

12:30

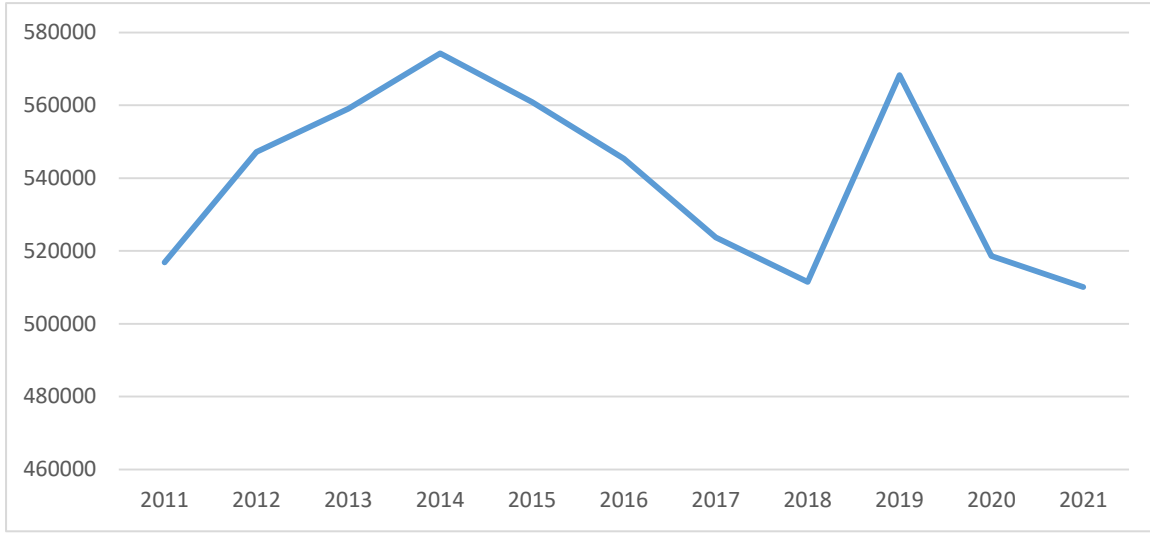
نلاحظ من الشكل رقم (06) أنه خلال السنوات الأربعة النسب المسجلة كانت لصالح الفئة الأغنى من الأسر بنسبة 60% أما الفئة الأفقر من الأسر كانت بنسبة 40%، ففي سنة 2011 كانت نسبة ملكية الحسابات للأسر الأغنى 40,50% مقابل 23,09% لفئة الأسر الأفقر وخلال سنة 2014 شهد زيادة في الفئتين وذلك بتسجيل نسبة 59,46% لفئة الأسر الأغنى مقابل 36,97% لفئة الأسر الأفقر، أما في سنة 2017 فقد تم تسجيل نسبة 47,97% لفئة الأسر الأغنى ونسبة 34,97% لفئة الأسر الأفقر، وأخيرا في سنة 2021 كانت نسبة 52,17% هي النسبة المعبرة عن الفئة الأغنى من الأسر ونسبة 31,91% النسبة المعبرة عن الفئة الأفقر من الأسر.

وهذا التفاوت في النسب للفئتين راجع إلى حجم الدخل لأن دخل الفئة الأغنى أعلى وهذا يتيح لهم فتح حسابات مصرفية والقيام بالمعاملات المالية في المقابل يكون للفئات الأفقر دخلا أقل مما يحد من قدرتهم على فتح حسابات في المؤسسات المالية وكذلك قد تواجه هذه الفئة صعوبة الوصول إلى المنتجات المالية عكس الفئات الغنية. لذلك يجب توفير خدمات مالية لتتيح للفئة الأفقر من الأسر الوصول إلى الحسابات وبشكل آمن وسهل وكذلك من الممكن توفير مساعدات مالية للأسر الأفقر ليستطيعوا فتح حسابات بالإضافة إلى التحفيز والتقليل في الرسوم التي تفرضها المؤسسات المالية لجعل مختلف المنتجات المالية متاحة لهم.

ثانيا- عدد حسابات الودائع لدى المصارف التجارية لكل 1000 بالغ في الجزائر:

تشكل الودائع المصرفية الركيزة الأساسية لعمل المصارف التجارية، فهي تعتبر وسيلة أساسية لتخزين الأموال وتحقيق العوائد المالية عليها، وتساعد الأفراد والمؤسسات على إدارة أموالهم بشكل فعال وتحفزهم على الاستثمار بالإضافة إلى توفير الأمان والحماية لأموالهم المودعة، والشكل رقم 07 يوضح حسابات الودائع لدى البنوك التجارية لكل 1000 بالغ في الجزائر من 2011 حتى 2021.

الشكل رقم (07): حسابات الودائع لدى البنوك التجارية لكل 1000 بالغ في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://fred.stlouisfed.org/series/DZAFCOADCANUM> ، تاريخ الاطلاع: 20/04/2023، على الساعة 21:30.

يتضح من خلال الشكل رقم (07) أنّ حسابات الودائع لدى البنوك التجارية في الجزائر كان متقلبا خلال الفترة من سنة 2011 إلى سنة 2021، حيث أنه زاد بشكل مستمر بدءاً من سنة 2011 حتى وصل إلى ذروته في سنة 2014 عندما بلغ 574.244 لكل 1000 بالغ في الجزائر، من ثم بدأت حسابات الودائع لدى البنوك التجارية في الانخفاض بشكل ملحوظ حتى سنة 2017 عندما وصل إلى 523.678 لكل 1000 بالغ، ثم تراجع بشكل أبطأ في السنوات التالية ليصل إلى 510.062 لكل 1000 بالغ في سنة 2021.

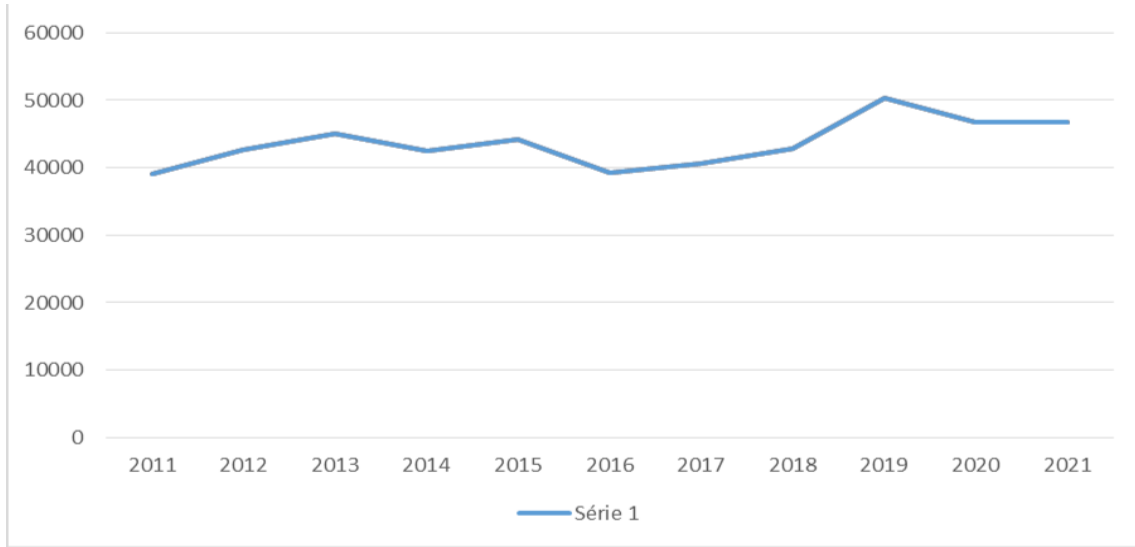
بالمجمل يمكن القول إن الاستخدام المالي في الجزائر شهد نمواً في الفترة 2011 إلى 2014، ثم انخفض بشكل ملحوظ قبل أن يبدأ في التراجع بشكل أبطأ في السنوات التالية، وهذا التراجع من الممكن أن يكون لأسباب تتمثل انخفاض أسعار الفائدة على الودائع في التغييرات في الاقتصاد العام، وتراجع الثقة في النظام المصرفي بسبب عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي.

لذلك لزيادة نسبة حسابات الودائع في الجزائر يجب العمل على تحسين الثقة في النظام المصرفي وكذلك الرفع من معدلات الفائدة لأن هذا يؤدي زيادة الودائع، بالإضافة إلى تقديم تحفيزات أخرى لجعل الأفراد يقبلون على المؤسسات المالية والتعامل معها.

ثالثاً- عدد المقترضون من المصارف التجارية لكل 1000 بالغ في الجزائر

يعد عدد المقترضون في المصارف الجزائرية مؤشراً هاماً لنشاط القطاع المصرفي ولتحقيق الشمول المالي، حيث يعتبر توفير القروض المصرفية من أهم الأدوات الرئيسية التي تستخدمها الأفراد والمؤسسات في الجزائر لتمويل أنشطتهم، مشاريعهم، خلق فرص العمل وتحسين المستوى المعيشي، فهي تساعد على توفير التمويل اللازم للمقترضين وبشروط ملائمة، والشكل الموالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (08): عدد المقترضون من المصارف التجارية لكل 1000 بالغ في الجزائر 2011-2021.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الموقع الإلكتروني:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/FB.CBK.BRCH.P5?locations=MR-LY-MA-DZ-TN> تاريخ الاطلاع: 20/04/2023.

على الساعة 21:30.

يوضح الشكل رقم (08) المقترضون من البنوك التجارية في الجزائر لكل 1000 بالغ خلال الفترة من 2011 إلى 2021. حيث تبين من الشكل أن هناك تقلبات في عدد المقترضين من البنوك التجارية في الجزائر خلال الفترة المشار إليها، ومن الملاحظ أن عدد المقترضين بدأ بالارتفاع من 2011 إلى 2013، ثم انخفض قليلا في سنة 2014، ثم ارتفع مرة أخرى في السنوات اللاحقة ولكن بصورة غير منتظمة.

وفي سنة 2019 بلغ عدد المقترضين 50.271 لكل 1000 بالغ وهو أعلى رقم في الفترة المشار إليها، ثم انخفض الرقم بقليل إلى 46.689 في سنة 2020 و46.786 في سنة 2021 وهذا الانخفاض ممكن بسبب ارتفاع أسعار الفائدة على القروض أو قلة توافر السيولة في القطاع المصرفي بسبب الديون الخارجية للدولة أو بسبب أوضاع اقتصادية أخرى.

وعموما هذا الارتفاع في عدد المقترضين بالبنوك التجارية في الجزائر راجع إلى حاجتهم الملحة للتمويل لتوسيع قطاع الأعمال ولتحسين الظروف الاقتصادية وأيضا الاستفادة من الانخفاض في أسعار الفائدة.

المطلب الثالث: عوامل ابتكار الخدمة المصرفية الإلكترونية ومساهمتها في الشمول المالي بالجزائر

تعد الصناعة المصرفية من الصناعات الحيوية في الاقتصاد، حيث يتطلب الابتكار والتطوير المستمر في خدماتها ومنتجاتها، فابتكار خدمات مصرفية إلكترونية أمرا حاسما في نجاح الصناعة المصرفية، حيث الابتكار في هذه الخدمات يتضمن تحديد احتياجات ومشاكل العملاء وتطوير حلول جديدة تلبي هذه الاحتياجات وذلك لتسهيل العمليات المصرفية والمالية المقدمة لهم، لذلك تحرص المؤسسات المالية عامة والمصارف خاصة على الابتكار في تقديم خدماتها للعملاء، ومن العوامل التي تدفعها لذلك نذكر منها ما يلي:

✓ مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي: ما يميز الصيرفة في عصر العولمة المالية هو التطور

الكبير لدور التكنولوجيا المصرفية والسعي نحو الاستفادة القصوى من فوائد الاتصال والمعلومات لمواكبة

التطورات في الصناعة المصرفية، حيث نقلت المصارف الجزائرية العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية منذ 1997 فأدخلت آلات السحب الآلي إذ بلغ عددها سنة 2002 حوالي 250 جهاز، لكن بالرغم من الجهود المبذولة للالتحاق بالركب العالمي إلا أن الفجوة بقيت كبيرة بين للمصارف التجارية ونظيراتها¹.

✓ **التنوع في الأنشطة والخدمات المصرفية:** هناك اقتناع لدى الاقتصاديين والماليين وأصحاب الأعمال والتجارة بأن الحافز على التجديد يأتي من رغبة الأفراد ومؤسسات الأعمال في تعظيم الربح، وعلى هذا الأساس نشير إلى أن التغيير الذي يحدث على مستوى البيئة الاقتصادية يحفظ على التجديدات المربحة².

✓ **الارتقاء بالعنصر البشري:** إن الارتقاء بالعنصر البشري هو المجال المتمحور حول تحسين نتائج العمل المنجزة من قبل الأفراد في المصارف وذلك على نحو منظم يحقق أهداف المصرف، وهو عبارة عن مجموعة من الأساليب والإجراءات التي تهدف إلى زيادة كفاءة وفعالية الموظفين في المصرف، خاصة أولئك الذين يتعاملون بشكل مباشر مع العملاء³.

✓ **البناء التنظيمي:** يتميز كل مصرف ببناء تنظيمي خاص به ينعكس بشكل إيجابي على قيام وممارسة هذا الأخير لمختلف الأنشطة والأعمال الإبداعية والابتكارية، وذلك لكون أن البناء التنظيمي لأي مصرف ما يتضمن مجموعة من الهياكل التنظيمية التي تتميز بالمرونة ووضوح التصميم والمفهوم الذي بنيت عليه، الأمر الذي يساهم بشكل فعال في تبني المصرف للتوجه الإبداعي والابتكار لتحقيق الانسجام والاتصال بين مختلف أقسام ووظائف المصرف، كما يعمل على توضيح الأدوار والمسؤوليات والصلاحيات بين مختلف أقسامه، بإضافة لذلك يخلق البناء التنظيمي الجيد بيئة عمل ملائمة تنسم بدرجة عالية من الاستقلالية والشفافية والحرية الذاتية لدى الموظفين في اتخاذ القرارات وتشجيع الأداء الجيد لهم؛

✓ **أنظمة وإجراءات العمل:** تعتمد المصارف من أجل تحقيق أهدافها والوصول إلى النتائج المرجوة إلى مجموعة من السياسات، القواعد، الأساليب والإجراءات التي تندرج تحت ما يسمى بأنظمة العمل والتي بدورها تنقسم إلى ما يلي:
أ. السياسات: هي مجموعة القرارات والأحكام التي تعتمد عليها الإدارة العليا للمصرف لتسيير وتنظيم مختلف الأنشطة والأعمال المصرفية التي يقوم بها هذا الأخير؛

¹ - جهيدة العياطي، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية - تحليل إحصائي حديث لواقع وأفاق تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر-، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 02، العدد 03، جامعة مسيلة، الجزائر، 2017، ص 11.

² - لخضر بن أحمد، متطلبات تطوير وتحديث الخدمات المصرفية في الجزائر -دراسة الواقع والأفاق-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012، ص 186.

³ - محمد زيدان، أهمية العنصر البشري ضمن مكونات المزيج التسويقي الموسع في البنوك بالتطبيق على بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 08، العدد 15، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2008، ص 48.

- ب. القواعد والأساليب: هي مجموعة من المعايير العملية والتنفيذية المنبثقة من السياسات التي ينتهجها المصرف، وهي عبارة عن توليفة من الأسس والمبادئ الثابتة المتعلقة بنشاط مصرفي معين، كما تعمل هذه الأخيرة على تحديد كيفية التصرف في تطبيق إدارة المصرف لمختلف الإجراءات المعمول بها؛
- ت. الإجراءات: هي سلسلة من الأعمال المرتبطة ببعضها البعض والتي تمثل في مجملها الأسلوب المحدد لأداء العمل، بحيث تساهم وبشكل فعال أنظمة وإجراءات العمل في تنمية القدرات الإبداعية والابتكارية لدى الموظفين وتقوية الدافعية لديهم لأداء العمل بصورة جيدة، كما تعمل هذه الأخيرة على تحقيق الأهداف المسطرة التي يسعى المصرف للوصول إليها من أجل تعزيز موقعه التنافسي والريادي¹.
- ✓ مواكبة المعايير الدولية: حيث يمكن للمصارف من مساندة التغيرات البيئية خاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال تدعيم القواعد الرأسمالية، تطوير السياسات الائتمانية، الاهتمام بإدارة المخاطر ووضع آلية للإنذار المبكر بالمصارف².
- حيث يعتبر ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية من الركائز الأساسية التي تساهم في تعزيز الشمول المالي فهو يمكن من توفير خدمات مصرفية ذو كفاءة وفعالية تلبي احتياجات الفئات المهمشة والمحرومة، وكذلك تحسين الوصول إلى الخدمات المالية والمصرفية والمساهمة في التقليل من المخاطر المرتبطة بالعمليات المصرفية، حيث هناك عدة عوامل تلعب دور مهم وحيوي في تعزيز وتحسين مستوى الشمول المالي وتوفير فرص مالية لجميع فئات المجتمع والمتمثلة فيما يلي:
- ❖ الحماية المالية للعملاء التي تعمل على زيادة الثقة في النظام المالي وتشجيعهم على استخدام الخدمات المالية والمصرفية وبالتقليل من مخاطر هذه الخدمات لتحديد الممارسات الغير معرفة كالاختيال، وكذلك الشفافية في إتاحة المعلومات للعملاء وضمان الحماية لحقوقهم من خلال القوانين والتشريعات المتعامل بها، وهذا يؤدي إلى توفير بيئة مالية آمنة وموثوقة.
- ❖ توفير للعملاء الوصول إلى الخدمات المصرفية والمالية وذلك بتطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجاتهم ورغباتهم، لأن تطوير وابتكار هذه الخدمات بسهولة وبأسعار ميسورة وأكثر أمانا يؤدي إلى جعل هذه الأخيرة متاحة لمختلف فئات وشرائح المجتمع.
- ❖ التثقيف المالي وذلك بتزويد العملاء والمؤسسات بالمعلومات المالية والمصرفية والمعرفة بكيفية استخدام الخدمات المالية والمصرفية بشكل فعال، والاستفادة منها لفهم النظام المالي وإدارة أموالهم بشكل دقيق وفعال، فهو يساهم بشكل كبير في تحسين الوعي المالي للعملاء.

¹ عبد الرزاق زيدان، دور المزيج التسويقي المصرفي الإلكتروني في تحقيق الريادة المصرفية -دراسة ميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشلف-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2018، ص ص 104، 105.

² عمر غزالي، تكنولوجيا المعلومات كقاعدة لترقية المنتجات، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 01، العدد 01، جامعة عمر ثليجي، الأغواط، الجزائر، 2010، ص ص 31-33.

خلاصة:

نستنتج أنه في ظل التطورات الاقتصادية في العالم التي أصبحت متوجهة نحو كل ما هو إلكتروني ومرتبطة بالتكنولوجيا، أصبحت المؤسسات المالية والمصرفية ملزمة بمواكبة هذا التطور لتحسين كفاءة عملياتها، حيث أدت التطورات الحديثة والمبتكرة في الساحة المصرفية لإحداث تغيير جوهري كلي في عمليات وأساليب تقديم الخدمات المصرفية من تقليدية إلى ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية تسهل إجراء المعاملات المصرفية وإدارة الحسابات بشكل سريع وبأقل جهد، وهو ما ساعد على نشر الوعي المصرفي وتعزيز قدرة النظام المصرفي ومساهمته في تعزيز الشمول المالي، وذلك بتوفير هذه الخدمات للمناطق النائية والمهمشة، خاصة وأن مواكبة وتطوير ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى إرضاء العملاء وإدارة ممتلكاتهم، بالإضافة إلى زيادة الإنتاجية وتحسين المستوى المعيشي وتحقيق التنمية الاقتصادية.

خاتمة

خاتمة:

لقد بينت هذه الدراسة أن هناك علاقة وطيدة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والشمول المالي، ذلك أن الخدمات المصرفية الإلكترونية لها دور كبير في تعزيز الشمول المالي، من خلال مساهمتها في توسيع نطاق إيصال هذه الخدمات للفئات المهمشة من استخدامها بأسرع وقت، كما أنها تساعد على تسهيل العمليات المالية وتوفير الوقت والجهد للعملاء، لذلك فإن تنمية دورها في تعزيز الشمول المالي مرتبط بتنوع تشكيلة هذه الخدمات.

كما تمّ التأكيد بهذه الدراسة على أنّ التنوع في تشكيلة الخدمات المصرفية الإلكترونية يركز على الابتكار المستمر في مجال هذا النوع الخدمات المصرفية، وهو ما سيساعد على توسيع مجالات الاختيار والتفضيلات للعملاء، ليتم جذبهم بشكل كبير على الاستفادة من هذه الخدمات.

لذلك يجب على المصارف أن تعمل على تطوير خدماتها من خلال الابتكارات التكنولوجية الحديثة، لتسهيل تأدية خدماتها المصرفية الإلكترونية عملية تسوية المعاملات المالية والمصرفية التي يقوم بها الأفراد والمؤسسات على حد سواء، إذ تعتبر هذه الخدمات من الوسائل المميزة والمتطورة والأمنة، لأنها توفر الوقت والجهد للعملاء وبأقل التكاليف وبجودة عالية، خاصة لتلك الفئات المهمشة والمستعبدة مالياً، وهذا ما يساهم في تعزيز الشمول المالي، وتحسين المستوى المعيشي وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

✓ اختبار صحة الفرضيات:

الفرضية الأولى: يرتبط تعزيز الشمول المالي في أي دولة بمدى توفرها على البيئة الملائمة والدعائم الرئيسية للشمول المالي.

يعد توفر دعائم الشمول المالي أساس كل بيئة داعمة لتعزيز الشمول المالي فتوفر البنية التحتية المالية، وحماية المستهلك مالياً وكذلك تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع، بالإضافة إلى التثقيف المالي تعبر كلها على ركائز الشمول المالي، وهو ما يساهم في تحسين المستوى المعيشي بالمجتمع وتطوير الابتكار في الخدمات المصرفية، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

الفرضية الثانية: يحتاج ابتكار خدمة مصرفية إلكترونية إلى توفر مجموعة من المتطلبات بالمصارف.

يحتاج ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية إلى مختلف الجوانب التي يجب توفرها والعمل عليها لتطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف، فهي تهدف إلى تحسين خدمات المصارف وتحسين كفاءة العمليات لتلبية احتياجات العملاء والتي تتمثل في مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية والتنوع في الخدمات المصرفية والارتقاء بالعنصر البشري لزيادة كفاءة الموظفين في المصارف، بالإضافة إلى البناء التنظيمي الذي يتميز به كل مصرف ويتبنى من خلاله الابتكار والإبداع، وأنظمة إجراءات العمل ومواكبة المعايير الدولية لمسايرة التغيرات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأنظمة إجراءات العمل وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

الفرضية الثالثة: يحتاج ابتكار خدمة مصرفية إلكترونية تستهدف فئة الشباب وتدعم الشمول المالي في الجزائر إلى ضرورة اتسامها بالسرعة في الأداء والانخفاض في التكلفة والجمالية في الشكل.

إنّ ابتكار ساعة مصرفية ذات سمات إلكترونية مميزة قد يساعد بشكل كبير في جذب فئة الشباب بالجزائر، لسهولة حملها، وسرعة تنفيذها للتحويلات المالية ناهيك عن اتسامها بالأمان والحداثة والجمالية، وهو ما سيؤدي إلى تحسن مؤشرات الشمول المالي في الجزائر، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأخيرة.

✓ **نتائج الدراسة:** من خلال هذه الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تتجلى أهمية الشمول المالي الاقتصادية والاجتماعية من خلال مساهمته في الحد من الفقر وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والاستقرار المالي.

- يعتبر تبني استراتيجيات وطنية للشمول المالي ضرورة حتمية لمواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في النظام المصرفي.
- إنّ ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية أصبح ضرورة ملحة إذ يتعلق بمدى قدرة تقديم المصرف لخدمات ذات جودة عالية، مع تلبية رغبات وحاجات عملائه.

- يعتبر ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية أداة ناجحة لتعزيز الشمول المالي من خلال استقطاب الفئات غير الراغبة في التعامل بالمعاملات التقليدية في المصارف، أو الفئات الراغبة في مواكبة كل ما هو جديد في الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- تعتبر الساعة المصرفية من أحدث الابتكارات التي تساهم في تحسين وتطوير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وتنظيم العمليات المصرفية وجعلها أكثر فعالية وسهولة.

- تساهم الساعة المصرفية في تحسين تجربة العملاء لأنها تساعد على تعزيز ثقافة الخدمات المصرفية الإلكترونية بكل ما هو جديد وحديث في الصناعة المصرفية لهم.

- تعد الساعة المصرفية أداة مهمة في تحقيق الأمان لتوفرها على بصمة الإصبع فهي تمثل أحد أهم الخصائص الأمنية لأنها تضمن خصوصية العميل وحمايته من الاحتيال والسرقة بالإضافة أنها تساعد على التحقق من هوية العميل عند إجراء المعاملات المالية.

✓ **الاقتراحات:** بناءً على ما تم التوصل إليه من نتائج، تمثل مجموعة الاقتراحات المقدمة فيما يلي:

- ضرورة تدعيم الركائز الأساسية للشمول المالي خاصة فيما يتعلق بالبنية المالية التحتية لتدعيم الانتشار الجغرافي للمصارف والمؤسسات المالية والمصرفية ونظم وسائل الدفع والتسوية.

- الاستفادة من تجارب الدول الرائدة والناجحة في تعزيز الشمول المالي خاصة عن طريق ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية.
- تشجيع المصارف على الابتكار والتطوير والإبداع في خدماتها المصرفية والمالية.

- وجوب توفير مناخ تشريعي يساعد على تحفيز العمل المصرفي وتطويره لينعكس على تطوير وابتكار خدمات المصرفية المقدمة، مع توفير بيئة تكنولوجية ملائمة.

- وجوب ابتكار منتجات وخدمات مصرفية إلكترونية لكافة شرائح المجتمع بحسب قدراتهم ورغباتهم بتكاليف أقل وجودة عالية.

- ضرورة طرح فكرة الساعة المصرفية بتطبيق مالي يشمل نفس خصائص يمكن وضعه في ساعة إلكترونية أو أي وسيلة إلكترونية كالهاتف النقال، الكمبيوتر... الخ.

قائمة المراجع

أولا-المصادر:

❖ القرآن الكريم:

1. الآية 12، سورة لقمان.
2. الآية 24، سورة الإسراء.

❖ السنة النبوية:

1. أخرجه الترميذي في سننه ك/ البر والصلة، باب/ ما جاء في الشكر لمن أحسن إليك، 384/3، وقال: "حديث صحيح".

ثانيا-المراجع باللغة العربية:

❖ الكتب:

1. أحمد بوراس، السعيد بركة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2014.
2. أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2006.
3. أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، المنصورة، مصر، 2007.
4. أسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2019.
5. إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2019.
6. بشير العلق، حميد الطائي، تسويق الخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2019.
7. تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2005.
8. جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.
9. حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003.
10. حسين محمد الشبلي، مهند فايز الدويكات، التزوير والاحتيال بالبطاقات الائتمانية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.
11. خالد أحمد علي محمود، اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2019.
12. خالد أحمد علي محمود، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2019.

13. خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية_ المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2011.
14. رازك العايد، الطالب غسان الطالب، الإدارة الإلكترونية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2022.
15. رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2008.
16. شريف القاضي، الانتماء المصرفي (الطريق إلى الشمول المالي)، دار النشر The Writer Opération، الطبعة الأولى، دون بلد نشر، 2021.
17. صلاح الدين محمد أمين الإمام، صادق راشد الشمري، إحسان صادق راشد، الشمول المالي والميزة التنافسية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2022.
18. طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنيت، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2006.
19. طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، دون طبعة، الأزاريطة، مصر، 2007.
20. طارق نبيل محمد الدسوقي، إدارة الابتكار والتطوير، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2019.
21. عبد الحميد بسيوني، عبد الكريم عبد الحميد بسيوني، التجارة الإلكترونية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، دون طبعة، القاهرة، مصر، 2003.
22. عبد الكريم قندوز، الابتكار المالي ومقدمة إلى الهندسة المالية، E-kutub Ltd للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، لندن، إنجلترا، 2017.
23. عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2014.
24. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016.
25. عصام مهدي محمد العابدين، موسوعة البنوك، دار محمود للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2022.
26. عمار فوزي المياحي، ليلي فوزي أحمد جعفر، السياسات المصرفية الدولية الشمول المالي الاستدامة المصرفية **2030**، المركز العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2020.
27. محمد البلتاجي، المصارف الإسلامية النظرية. التطبيق. التحديات، مكتبة الشروق الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2012.
28. محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.

29. محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010.
30. محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013.
31. محمد مصطفى السنهوري، إدارة البنوك التجارية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2013.
32. محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الإلكترونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011.
33. محمود محمد خير الدين، الشمول المالي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2019.
34. مصطفى أحمد عبد الرحمن المصري، إدارة التسويق، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2015.
35. مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للنشر والتوزيع، دون طبعة، دمشق، سوريا، 2011.
36. منير الجنبيني، ممدوح الجنبيني، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2006.
37. مهدي فكري العلمي، العمليات المصرفية من منظور شمولي، الابتكار للنشر والتوزيع، الطبعة، عمان، الأردن، 2018.
38. نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2007.
39. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات و معيقات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.
40. نغم حسين نعمة، أحمد نوري حسن مطر، الشمول المالي متطلبات التطبيق ومؤشرات القياس، دار الأيام للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2020.
41. وائل رفعت خليل، أساسيات الإدارة المالية، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018.
42. يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2012.
- ❖ الأطروحات والمذكرات:

1. إيمان بن عبدة، أنسنة الخدمات البنكية الإلكترونية كمدخل لبناء صورة ذهنية لدى العملاء، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص تسويق بنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2022.
2. حنين محمد بدر عجور، دور الائتمال المالي لدى المصارف الوطنية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء (دراسة حالة -البنوك الإسلامية العاملة في قطاع غزة)، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2017.
3. خالد محمد الشрман، الشمول المالي والأداء الاقتصادي في الأردن، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص الاقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 2019.
4. ريام فاضل شاكر الفتلاوي، تحليل العلاقة بين الشمول المالي والاستقرار المصرفي (العراق حالة دراسية)، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص علوم مالية ومصرفية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، 2019.
5. زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2011.
6. سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء دراسة حالة البنوك الإسلامية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2015.
7. سيف الإسلام خميس، عبد الخالق قفيشة، واقع الشمول المالي في المصارف الإسلامية في فلسطين، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل، فلسطين، 2020.
8. صليح بونفلة، النظام القانوني للعمليات المصرفية الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2020.
9. عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك -دراسة حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2012.
10. عبد الرزاق زيدان، دور المزيح التسويقي المصرفي الإلكتروني في تحقيق الريادة المصرفية -دراسة ميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشلف-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، 2018.
11. عمار لوصيف، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص تحليل والاستشراف الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009.
12. فاطمة الزهراء مولفرعة، الإبداع البنكي -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014.

13. لخضر بن أحمد، متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر-دراسة الواقع والأفاق-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2012.
14. ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك الأردنية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة أعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2012.
15. ماجدة بن صالح، العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2021.
16. ماجد محمود محمد أبو دية، دور الانتشار المصرفي والاشتغال المالي في النشاط الاقتصادي الفلسطيني، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص اقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2016.
17. نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص نقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011.

❖ المجالات والمقالات:

1. أحمد بوراس، العمليات المصرفية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 07، العدد 11، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2007.
2. أحمد خروبي لقواس، الشمول المالي كآلية لتحقيق الاستقرار المالي (تجربة المملكة العربية السعودية)، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 04، العدد 01، المركز الجامعي بمغنية، الجزائر، 2023.
3. أحمد يقور، نصيرة موسى، محمد رضا بوشيخي، التمويل الإسلامي الأصغر كآلية لتمويل المؤسسات الصغيرة في ظل تعزيز الشمول المالي (دراسة حالة الادخار والتنمية الاجتماعية السوداني للفترة 2013- 2017)، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 03، العدد 02، المركز الجامعي أفلو، الجزائر، 2021.
4. أحلام سوداني، سامية خرخاشة، دور ابتكار الخدمات المصرفية في تحقيق التفوق التسويقي من وجهة نظر عينة من موظفي البنوك التجارية، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 16، العدد 01، جامعة الجيلالي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2021.
5. أسامة عزاوي، توفيق رفاع، تعزيز الشمول المالي كآلية في تحقيق الاستقرار المالي (دراسة حالة دول العالم العربي)، مجلة العلوم التجارية والتسيير، المجلد 17، العدد 01، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2021.
6. أسامة فراح، رحمة عبد العزيز، الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 02، المركز الجامعي الشهيد سي الحواس بريكة، الجزائر، 2021.

7. أسماء دردور، سعيدة حركات، قياس أثر الشمول المالي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1980_2017 باستعمال نموذج ARDL، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 10، العدد 04، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2020.
8. أسماء سفاري، آسيا بن داية، تأثير تطبيق سياسة الشمول المالي على استقرار القطاع المصرفي: دراسة حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 11، العدد 01، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2021.
9. آسيا سعدان، نصيرة محاجبية، واقع الشمول المالي في المغرب العربي دراسة مقارنة: الجزائر، تونس والمغرب، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 10، العدد 03، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2018.
10. العباس بهناس، حميد رسول، عز الدين بسياسة بلعباس، أسس ومتطلبات تعزيز الشمول المالي مع الإشارة إلى التجربة الأردنية، مجلة معارف، المجلد 14، العدد 02، جامعة اكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2019.
11. أمال بوسواك، هشام بوريش، واقع الابتكارات المالية في البنوك: البنوك العمومية الجزائرية أنموذجاً، مجلة رؤى اقتصادية، المجلد 07، العدد 02، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2017.
12. إيمان نور الدين، عمليات إدارة المعرفة وعلاقتها بتحقيق الإبداع والابتكار في البنوك-دراسة ميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، مجلة إضافات اقتصادية، المجلد 06، العدد 02، جامعة غرداية، الجزائر، 2022.
13. جازية حسيني، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 16، العدد 23، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2020.
14. جهيدة العياطي، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية - تحليل إحصائي حديث لو واقع و آفاق تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر-، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 02، العدد 03، جامعة مسيلة، الجزائر، 2017.
15. حضرية بلكلح، واقع استراتيجية الشمول المالي في المنطقة العربية: جهود ومبادرات، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 04، العدد 01، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، 2023.
16. خيرى علي أوسو، دور الابتكار الخدمة المصرفية في تحقيق التفوق التسويقي-دراسة استطلاعية في عدد من المنظمات المصرفية في مدينة دهوك-، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 33، العدد 103، جامعة الموصل، العراق، 2011.
17. رشيد نعيبي، عبد الحفيظ بن ساسي، تقييم الشمول المالي في الجزائر من منظور العدالة في التوزيع وفقا لمؤشر الشمول المالي لسنة 2017 مع الإشارة إلى الدول العربية، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد 03، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2021.
18. رشيد نعيبي، عبد الحفيظ بن ساسي، تقييم الشمول المالي والمصرفي في الجزائر وفق مؤشرات الوصول المالي خلال الفترة: 2015_2020، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 05، العدد 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2021.
19. سليمة بوعويينة، ياسمينة قاسي، فعالية المصارف الإسلامية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، مجلة الإبداع، المجلد 12، العدد 02، جامعة البليدة 2، البليدة، الجزائر، 2022.

20. سيف علي حسين، وفاء حسين الحيدري، دور التمويل الرقمي في تحسين وتعزيز الشمول المالي / بحث تطبيقي في الجهاز المصرفي العراقي، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 16، العدد 57، جامعة بغداد، العراق، 2021.
21. سيناء أحمد جار الله، استراتيجية الشمول المالي في المصارف الأهلية وآلية تفعيلها، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 03، العدد 45، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العراق، 2015.
22. صليحة فلاق، سامية شارفي، دور صناعة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي بالعالم العربي (تجربة مملكة البحرين)، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 21، العدد 01، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2020.
23. صورية شني، السعيد بن لخضر، أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية)، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 04، العدد 01، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2019.
24. عابد بشكير، يسمينة قاسي، واقع الشمول المالي في المصارف الإسلامية دراسة تحليلية لمجموعة من الدول العربية، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 04، العدد 01، المركز الجامعي مغنية، مغنية، الجزائر، 2023.
25. عبد الحليم عمار غربي، نحو إطار مفاهيمي للشمول المالي والمصرفي الإسلامي دراسة تحليلية لأبعاده ومؤثراته وتأثيراته، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد 10، العدد 01، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2020.
26. عبد الرحمن يسعد، بوعيد الله ودان، فريال قيراط، دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي تجارب دولية، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021.
27. عبد الصمد سعودي، مسعودة بن لخضر، أهمية الابتكار المالي ومنتجات الهندسة المالية في تنشيط الأسواق المالية دراسة التجربة الكويتية لعقود خيار فرصة، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 02، العدد 02، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2017.
28. عديلة مريم، صونيا جواني، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي تجربة البحرين، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 04، العدد 02، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، 2021.
29. علي شاکر محمود، فائزة عبد الكريم محمد، واقع صيرفة التأمين ودوره في تطوير خدمة التأمين، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 09، العدد 27، جامعة بغداد، العراق، 2014.
30. عمر غزالي، تكنولوجيا المعلومات كقاعدة لترقية المنتجات، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 01، العدد 01، جامعة عمر ثليجي، الأغواط، الجزائر، 2010.
31. فضيل البشير ضيف، واقع وتحديات الشمول المالي في الجزائر، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2020.

32. لزهارى زواويد، نفيسة حجاج، التنافسية وبنية الأعمال الجديدة كعامل لتنمية الابتكار المالى فى المؤسسات المالية، مجلة آفاق للدراسات والبحوث، المجلد 01، العدد 01، المركز الجامعى بايليزى، الجزائر، 2018.
33. لطيفة كرميش، التكيف الفقى للتعامل بالعملات الرقمية وضوابطه، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية، المجلد 09، العدد 01، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2018.
34. محمد أمين زاىخ، محمد يونسى، دور التكنولوجيا المالية فى تعزيز الشمول المالى فى الوطن العربى (تجربة المملكة العربية السعودية)، مجلة دفاتر البحوث العلمية، المجلد 10، العدد 01، المركز الجامعى عبد الله مرسلى، تيبازة، الجزائر، 2022.
35. محمد بوطلاعة، حسينة ساعد بخوش، كريمة بوقرة، واقع الشمول المالى وتحدياته -الأردن والجزائر نموذجاً-، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 02، المركز الجامعى عبد الحفيظ بالصوف، ميلة، الجزائر، 2020.
36. محمد زيدان، أهمية العنصر الدشرى ضمن مكونات المزيج التسويقى الموسع فى البنوك بالتطبيق على بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 08، العدد 15، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2008.
37. محمد طرشى، رضوان أنساعد، عمر عبو، متطلبات تعزيز الشمول المالى فى الجزائر، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 01، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلى، الشلف، الجزائر، 2019.
38. محمد لخضر بوساحة، إبراهيم بلخيمر، تفعيل دور الرقابة الشرعية فى الابتكار المصرفى الإسلامى، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 10، العدد 19، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016.
39. منية خليفة، عيسى دراجى، دور الإبداع والابتكار فى عصنة المصارف وزيادة قدرتها التنافسية، مجلة المعيار، المجلد 07، العدد 16، المركز الجامعى أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر، 2016.
40. مهدية سردون، أثر الشمول المالى على البعد الاقتصادى للتنمية المستدامة فى الدول العربية، مجلة الإبداع، المجلد 11، العدد 02، جامعة البليدة 2، البليدة، الجزائر، 2021.
41. نارجس معمري، حميدة أوكيل، الشمول المالى فى الجزائر واقع وتحديات، مجلة القسطاس للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية، المجلد 01، العدد 01، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019.
42. نبيل بهورى، الشمول المالى كأداة تحقيق الاستقرار الاقتصادى والاجتماعى ومتطلبات تحقيقه دراسة حالة الدول العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد 03، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2019.
43. نبيلة عبد الفتاح قشطي، العملات الرقمية: فرص أم تهديد لاستقرار السوق المالية العالمية، مجلة إنارة للدراسات الاقتصادية الإدارية والمحاسبية، المجلد 03، العدد 01، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2022.
44. نسيمة شراطى، التأمين المصرفى كنموذج للابتكار فى الخدمات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، المجلد 02، العدد 04، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، 2015.

45. نواري لعلاوي، خليل عبد القادر، مساهمة تحويل الأموال عن طريق الهاتف المحمول في إرساء الشمول المالي- تجربة كينيا ومحاولة الاستفادة منها في الجزائر-، مجلة أبعاد الاقتصادية، المجلد 11، العدد 02، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2021.
46. نور الدين كروش، جمال دقيش، ليلي أولاد إبراهيم، واقع الشمول المالي في الوطن العربي: دراسة بعض الدول العربية، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، المجلد 05، العدد 01، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2022.
47. ياسمينة إبراهيم سالم، هاجر يحيى، متطلبات تعزيز الشمول المالي دراسة حالة بعض الدول العربية، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 01، مركز البصيرة للدراسات والاستشارات وخدمات التعليم، الجزائر، 2021.
48. يسمنية قاسي، محمد بولصنام، دور صناعة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الدول العربية، مجلة المعيار، المجلد 12، العدد 02، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، 2021.

❖ المؤتمرات والملتقيات:

1. سليم العمراوي، صراح بن لحرش، العملات الرقمية-التحديات، الفرص والمخاطر-، الملتقى الدولي الافتراضي: البيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كآلية لتحقيق الإقلاع الاقتصادي في الدول النامية "الفرص والتحديات والآفاق"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 18 جوان 2022.
2. لخضر أوصيف، فتيحة قشرو، أهمية الابتكار الملتقي في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية، الملتقى العلمي الدولي: دور منتجات الابتكار المالي الإسلامي في تطوير الصناعة المالية الإسلامية ومتطلبات تطبيقها، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة لونيسسي علي، بلدية، الجزائر، 15/14 أكتوبر 2019.
3. موسى بن منصور، الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية بين الأصالة والتقليد، المؤتمر الدولي منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 6/5 ماي 2014.

❖ المواقع الإلكترونية:

1. استراتيجية الشمول المالي (2022-2025)، البنك المركزي المصري، ص2، الموقع الإلكتروني: <https://www.cbe.org.ar/financial-inclusion>، تاريخ الاطلاع: 2023/03/20، على الساعة: 15:00.
2. الشمول المالي، البنك الدولي، الموقع الإلكتروني: <https://www.albankaldawli.org/ar/topic/financialinclusion/overview>، تاريخ الاطلاع: 2023/02/12، على الساعة 20:10.
3. حنان الطيب، الشمول المالي، سلسلة كتيبات تعريفية، العدد 1، صندوق النقد العربي، 2020، ص5، الموقع الإلكتروني:

<https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2021-12/financial-inclusion.pdf>

تاريخ الاطلاع: 2023/02/24، على الساعة: 15:30.

4. متطلبات تبني استراتيجية وطنية لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية، أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، صندوق النقد العربي، 2015، ص4، الموقع الإلكتروني:

<https://www.amf.org.ae/ar/publications/fryq-alshmw-almaly-fy-aldwl-alrbyt/mtlbat-tbny->

[astratyjyt-wtnyt-shaml-tzyz-alshmw](https://www.amf.org.ae/ar/publications/awraq-bhthyt/alshmw-almaly-fy-aldwl-alrbyt-aljhwd-) تاريخ الاطلاع: 2023/03/20، على الساعة: 17:00.

5. يسر برنية، رامي عبيد، حبيب أعطية، الشمول المالي في الدول العربية الجهود والسياسات والتجارب، العدد 109، صندوق النقد العربي، الموقع الإلكتروني:

<https://www.amf.org.ae/ar/publications/awraq-bhthyt/alshmw-almaly-fy-aldwl-alrbyt-aljhwd->

[walsyasat-waltjarb](https://www.amf.org.ae/ar/publications/awraq-bhthyt/alshmw-almaly-fy-aldwl-alrbyt-aljhwd-)، تاريخ الاطلاع: 2023/02/11، على الساعة: 17:00.

ثانيا-المصادر باللغة الأجنبية:

❖ Les Livres :

1. Firdous Ahmad Malik , d.k.adav, **financial inclusion schemes in India**, amp any springer nature Singapore pte ,Uttar Pradesh, India, 2022 ,p3
2. S.v.shinde, **financial inclusion in India**, laxmi book publication, first edition, solapure, Maharashtra, India, 2014, p9.

❖ Les Articles:

1. Ibeghouchene Saadia, Mokrane Ali, Adoption Et Utilisation Des Paiements électronique En Algérie : étude Empirique De La Période (2016-2022), Revue De L'économie Financière Des Affaires, Volume06, Numéro03, Université Mouloud Mammeri, Tizi ouzo, Algérie, 2022, p559.
2. Marwan al-Salaymeh, **Creativity And Interactive Innovation In The Banking Sector And Its Impact On The Degree Of Customers' Acceptance Of The Services Provided**, International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences, Faculty Of Economics And Business, Faculty Of Economics And Business, Gadara University Of Excellence, Jordan, Vol03, No05, 2013,Pp142.
3. Mohamed Abedlafateh Abbes, Khadîdja Sadi, **construction Dun indice d'inclusion financière pour les pays membres de l'organisation de la coopération islamique(OCI)**, revue d'économie et de statistique appliquée, école nationale supérieure en statistique et en économie, Algérie, volume 15, numéro 01, 2018, p9.

