الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

الكلية: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
القسم: قسم علوم التسيير
مخبر التوطين: مخبر تنمية الذاتية والحكم الراشد

أطروحة

لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث

الميدان: علوم اقتصادية وتجارية وعلوم تسيير الشعبة: علوم التسيير

الاختصاص: إدارة مالية

من إعداد الطالب:

نورالدين مرطاني

بعنوان

تطوير الخدمات المالية الرقمية ودوره في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، دراسة حالة عينة من المؤسسات المنخرطة في تجمع النقد الآلي

بتاريخ: 2026/02/12 أمام لجنة المناقشة المكونة من:

الاسم واللقب	الرتبة		
السيد رؤوف زرفة	أستاذ التعليم العالي	بجامعة 08 ماي 1945 قالمة	رئيسا
السيد محفوظ بولقصيبات	أستاذ التعليم العالي	بجامعة 08 ماي 1945 قالمة	مقررا
السيد عبد القادر صالحي	أستاذ التعليم العالي	بجامعة باجي مختار–عنابة	ممتحنا
السيد الهادي لرباع	أستاذ التعليم العالي	بجامعة باجي مختار–عنابة	ممتحنا
السيدة حياة بوخروف	أستاذ محاضر أ	بجامعة 08 ماي 1945 قالمة	ممتحنا
السيد حمدي مرنيش	أستاذ محاضر أ	بجامعة 08 ماي 1945 قالمة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2026/2025

الإهداء :

إلى من بدأت الطريق معهم: أمي، أبي وإخوتي

إلى من ساقني إليهم القدر فصاروا جزءا من رحلتي

إلى الذين لم يقرأوا هذه الدراسة، لكنهم كانوا سندا لكاتبها

.....لكم جميعا، أهدي هذا العمل

شكر وتقدير:

بعد الحمد لله ربي العالمين، وبفضل الله تعالى وعونه لنا تمكنا من إنجاز هذا العمل والذي رغم أنه عمل في ظاهره فردي، لكنه جاء نتيجة لجهود العديد من الأفراد، والذين نوجه لهم الشكر على تعاونهم وصبرهم معنا، وفي مقدمتهم، الأستاذ المشرف: "الدكتور بولقصيبات محفوظ" والذي سهر على تأطير هذا العمل من مختلف جوانبه ولم يبخل علينا بإرشاداته وتوجيهاته القيمة، إضافة لحسن تعامله. ولأنه يصعب ذكر كل باسمه فإنني أتوجه بالشكر كذلك لأعضاء لجنة التكوين في الدكتوراه والذين سهروا على معالجة مختلف العقبات التي واجهتنا في رحلة إعداد الأطروحة، كما أشكر مختلف الأساتذة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة قالمة على تعاونهم سواء بتحكيم الاستبيان أو بتقديمهم لاستشارات ومعلومات ساعدتنا على إعداد الأطروحة. كما وأتوجه بالشكر المسبق لأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة الأطروحة وإثراء البحث.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الكيفية التي يمكن أن يساهم بها توجه كل من بريد الجزائر والبنوك الناشطة في الجزائر لتطوير خدماتها المالية الرقمية على تعزيز الشمول المالي، وذلك باعتبار تطوير الخدمات المالية أحد الاستراتيجيات الأساسية التي يمكن باعتمادها تجاوز العديد من معيقات تعامل الأفراد داخل النظام المالي الرسمي.

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي مع استخدام أسلوب التحليل ودراسة الحالة، حيث تم توزيع الاستبيان ميدانيا وإلكترونيا ليتم جمع عينة حجمها 224 مفردة تمثل إطارات 16 مؤسسة منخرطة في تجمع النقد الآلي وموزعة على 28 ولاية، ومن أجل استخراج النتائج وتحليلها واختبار فرضيات الدراسة فقد استخدمنا البرنامج الإحصائي "SPSS26"، ودعمنا ذلك ببرنامج "STATA17" لتطبيق النمذجة بالمعادلة الهيكلة وتحديدا تحليل المسار.

ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة الميدانية هي أن مؤسسات تجمع النقد الآلي تحرص على تحقيق أبعاد الشمول المالي ضمن الخدمات التي تقدمها، كما أن هناك تقارب في استراتيجية التوجه الرقمي بالنسبة للبنوك العمومية والخاصة في الجزائر من حيث مستوى توجهها لتطوير خدماتها الرقمية، بالإضافة إلى وجود تأثير إيجابي قوي وذو دلالة إحصائية بين تطوير مؤسسات تجمع النقد الآلي لخدماتها المالية الرقمية وزيادة مستويات الشمول المالي. وبناءا على هذه النتائج تم تقديم مجموعة من التوصيات التي حاولنا من خلالها لفت انتباه الجهات الفاعلة في القطاع المالي وبالأخص البنوك التجارية لأهمية تطوير خدماتها المالية الرقمية، كما أرفقنا ذلك بمجموعة من التوجهات التي يمكن اعتمادها بما يمكنها من تجاوز العقبات التي تحول دون الإدماج المالي للأفراد.

الكلمات المفتاحية: الشمول المالي، تطوير الخدمات، الخدمات المالية الرقمية، الدفع الإلكتروني، الخدمات المصرفية، البنوك التجارية.

Abstract:

This study aims to explore how the strategic orientation of both Algeria Post and the active banks in Algeria toward the development of digital financial services can contribute to enhancing financial inclusion in the country. This is based on the premise that service development is one of the fundamental strategies capable of overcoming many of the barriers that prevent individuals from engaging with the formal financial system.

To achieve the objectives of the study, a descriptive approach was adopted, incorporating analytical methods and a case study framework. A questionnaire was distributed both in person and electronically, resulting in a sample of 224 respondents representing executives from 16 institutions affiliated with the Electronic Banking Group (GIE Monétique),

spread across 28 wilayas (provinces). For data analysis, hypothesis testing, and result interpretation, the statistical software "SPSS" was employed, supplemented by "STATA17" for structural equation modeling (SEM), specifically using path analysis.

One of the key findings from the field study is that the institutions within the Electronic Banking Group are keen to integrate the dimensions of financial inclusion within the services they offer. The study also revealed a convergence in digital transformation strategies between public and private banks in Algeria, particularly in terms of their commitment to developing digital services. Moreover, a strong and statistically significant positive relationship was found between the development of digital financial services by these institutions and the enhancement of financial inclusion levels.

Based on these findings, a set of recommendations was proposed to draw the attention of stakeholders in the financial sector, especially commercial banks to a number of strategic areas that can be leveraged in service development. These strategies aim to help institutions overcome obstacles that hinder individuals from accessing and using the services provided.

Key words: financial inclusion, development of services, digital financial services, e-payment, banking services, commercial banks.

قائمة: المحتويات، الجداول، الأشكال

قائمة المحتويات:

المحتوى	الصفحة
الإهداء	II
الشكر والتقدير	III
الملخص باللغة العربية	IV
الملخص باللغة الإنجليزية	IV
قائمة المحتويات	VI
قائمة الأشكال	XI
قائمة الجداول	XIII
مقدمة	**1-17**
تمهيد	2
1) مشكلة الدراسة	2
2) فروض الدراسة	3
3) أهداف الدراسة	4
4) أهمية الدراسة	5
5) منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات	6
6) حدود الدراسة	6
7) أسباب اختيار الموضوع	6
8) صعوبات الدراسة	8
9) الدراسات السابقة	8
10) هيكل الدراسة	16
الفصل 1: الإطار النظري للدراسة	18-71
تمهيد	19
1.1. الإطار النظري للشمول المالي	20
1.1.1. تعريف الشمول المالي	20

2.1.1. أهمية الشمول المالي	23
3.1.1. أهداف الشمول المالي	24
4.1.1. ركائز الشمول المالي	26
5.1.1. مبادئ الشمول المالي	29
6.1.1. أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياسه	31
7.1.1. التحديات التي تواجه الشمول المالي	38
8.1.1. الخطوات العملية لبناء وتطوير استراتيجية وطنية للشمول المالي	40
2.1. الإطار المفاهيمي للخدمات المالية الرقمية	43
1.2.1. تعريف الخدمات المالية الرقمية	43
2.2.1. خصائص الخدمات المالية	45
3.2.1. دورة حياة الخدمات المالية	45
4.2.1. دوافع رقمنة الخدمات المالية	46
5.2.1. قنوات تقديم الخدمات المالية الرقمية	48
6.2.1. وسائل الدفع الإلكتروني	49
7.2.1. مخاطر رقمنة الخدمات المالية	52
8.2.1. معوقات رقمنة الخدمات المالية	53
3.1. أساسيات حول تطوير الخدمات المالية الرقمية	54
1.3.1. تعريف تطوير الخدمات المالية الرقمية	54
2.3.1. مبررات تطوير الخدمات المالية	56
3.3.1. المتطلبات التنظيمية لتطوير الخدمات المالية	57
4.3.1. استراتيجيات تطوير الخدمات المالية	58
5.3.1. أشكال تطوير الخدمات المالية	59
6.3.1. أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية	61
7.3.1. مصادر تطوير الخدمات المالية	66
8.3.1. مراحل تطوير الخدمات الجديدة	69

خلاصة الفصل	71
الفصل 2: الشمول المالي في الجزائر في ظل تجارب دولية	118-72
تمهيد	73
1.2. نماذج لتجارب دولية في تعزيز الشمول المالي	74
1.1.2. استراتيجية الشمول المالي في الهند والأردن	74
2.1.2. تطور برنامج الهوية الرقمية في الإمارات	80
3.1.2. التكنولوجيا المالية في المملكة العربية السعودية	84
4.1.2. مشاريع الشمول المالي في مصر	86
5.1.2. التثقيف المالي في رومانيا	89
2.2. البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر	92
1.2.2. تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الانترنت)	92
2.2.2. الإطار القانوني المؤطر للشمول المالي	94
3.2.2. تنظيم الدفع الإلكتروني	98
4.2.2. التكنولوجيا المالية	100
3.2. مؤشرات الشمول المالي في الجزائر	102
1.3.2. مؤشرات الوصول	102
2.3.2. مؤشرات الاستخدام	106
خلاصة الفصل	118
الفصل 3: منهجية الدراسة الميدانية	150-119
تمهيد	120
1.3. تصميم الدراسة	121
1.1.3. المنهج المستخدم	121
2.1.3. نموذج الدراسة ومتغيراتها	121
3.1.3. مجتمع الدراسة	124
4.1.3. عينة الدراسة	129

2.3. أدوات الدراسة وتحليل البيانات	135
1.2.3. أدوات جمع البيانات	136
2.2.3. اعداد الاستبيان	136
3.2.3. أدوات تحليل البيانات	138
4.2.3. الأساليب الاحصائية المستخدمة	139
3.3. التحقق من الصدق، الثبات وطبيعة التوزيع	140
1.3.3. صدق أداة الدراسة	140
2.3.3. ثبات أداة الدراسة	148
3.3.3. اختبار طبيعة التوزيع	149
خلاصة الفصل	150
الفصل 4: تحليل النتائج ومناقشتها	176-151
تمهيد	152
1.4. تحليل نتائج الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة	153
1.1.4. المعالجة الإحصائية لنتائج المحور الأول	153
2.1.4. المعالجة الإحصائية لنتائج المحور الثاني	157
2.4. اختبار فرضيات الدراسة	161
1.2.4. اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة	161
2.2.4. اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة	164
3.4. مناقشة النتائج	171
1.3.4. مناقشة نتائج الفرضية الرئيسية	171
2.3.4. مناقشة نتائج الفرضيات الفرعية	171
خلاصة الفصل	176
خاتمة	183-177
1) نتائج الدراسة	178
2) توصيات الدراسة	182

3) آفاق الدراسة	183
قائمة المراجع	198-184
1) المراجع باللغة العربية والأجنبية	185
قائمة الملاحق	252-199

فهرس الجداول:

الرقم	الجدول	الصفحة
1	مؤشرات الوصول للخدمات المالية	32
2	مؤشرات استخدام الخدمات المالية	33
3	مؤشرات جودة الخدمات المالية	35
4	اشتراك الانترنت في الجزائر	93
5	عدد الأسر الموصلة بشبكة الألياف البصرية "FTTH"	94
6	البنوك والمؤسسات المالية الناشطة في الجزائر	102
7	عدد وكالات القطاع المصرفي المالي ومركز الصكوك البريدية الجزائري	103
8	عدد الوكالات حسب كل مؤسسة	104
9	عدد فروع البنوك التجارية لكل 100 ألف بالغ في الجزائر	105
10	عدد الحسابات المصرفية النشطة في الجزائر للفترة 2019-2022	106
11	عدد حسابات CCP في الجزائر	107
12	نسبة ملكية الحسابات في المؤسسات المالية الرسمية في الجزائر	108
13	عدد البطاقات الذهبية في الجزائر	109
14	تطور المعاملات باستخدام البطاقات الإلكترونية في الجزائر	110
15	تطور عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر خلال الفترة 2016-2023	110
16	نشاط الدفع على محطة الدفع الإلكتروني	111
17	اجمالي عدد ومبالغ المعاملات عبر الانترنت	112
18	نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2023	113
19	عملية الدفع عبر البطاقة النقدية الذهبية	114
20	تطور الموارد المجتمعة لدى البنوك	115
21	تصنيف القروض المصرفية	116
22	التحويلات المالية للبنوك والأفراد	117
23	الاستبيانات الموزعة والمسترجعة ميدانيا	131
24	الاستبيانات المسترجعة والمعتمدة للدراسة	132
25	توزيع العينة حسب المستوى الإداري	133
26	توزيع العينة حسب الولايات (المنطقة الجغرافية)	134

27	درجات مقياس ليكرت الخماسي	138
28	مجالات المقياس الخماسي ليكرت المعتمد في الدراسة	138
29	صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد تعديل تكاليف وشروط الخدمات	141
30	صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد التنويع والابتكار	142
31	صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد تحسين تجربة المستخدم	143
32	صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الوصول للخدمات المالية	144
33	صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد استخدام الخدمات المالية	144
34	صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الشفافية	145
35	صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الوصول للخدمات المالية	146
36	الصدق التقاربي لأبعاد ومتغيرات الدراسة	146
37	الصدق التمييزي باستخدام مؤشر "HTMT"	147
38	معامل ألفا كرومباخ للاستبيان	148
39	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	149
40	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الأول	153
41	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول تعديل التكاليف والشروط	154
42	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول التنويع والابتكار	155
43	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول تجربة المستخدم	156
44	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الثاني	157
45	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول الوصول للخدمات المالية	158
46	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول استخدام الخدمات المالية	159
47	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول الشفافية	160
48	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول التثقيف المالي	160
49	مؤشرات جودة النموذج للفرضية الرئيسية	163

50	اختبار تحليل المسار للفرضية الرئيسية	164
51	نتائج اختبار "ويلكوكسون" لمحور الشمول المالي	165
52	اختبار "Mann–Whitney" لمتغير الشمول المالي	166
53	مؤشرات جودة النموذج للفرضية الفرعية الثالثة	167
54	اختبار تحليل المسار للبعد الأول	169
55	اختبار تحليل المسار للبعد الثاني	169
56	اختبار تحليل المسار للبعد الثالث	170

قائمة الأشكال:

الرقم	الشكل	الصفحة
1	نموذج الدراسة	122
2	نموذج تحليل المسار بين تطوير الخدمات المالية والشمول المالي	162
3	نموذج تحليل المسار بين أبعاد تطوير الخدمات المالية والشمول المالي	167

مقدمة:

تمهيد:

إن التطور المتسارع في التكنولوجيات الحديثة قد انعكس إيجابا على خلق العديد من التغييرات في القطاع المالي، حيث مكن من فتح المجال أمام فاعلين جدد مثل شركات التكنولوجيا المالية، كما مكن من خلق قنوات جديدة لتقديم الخدمات المالية والمتمثلة أساسا في: الخدمات عبر الويب، الهاتف المحمول، الصراف الآلي وجهاز الدفع الآلي. ومن المعروف أن هكذا قنوات رقمية لها القدرة على تبسيط وتسهيل الوصول للخدمات المالية واستخدامها وهذا ما ينعكس إيجابا على مستويات الشمول المالي، حيث يعد هذا الأخير من أبز المعايير التي تنعكس على تحقيق الاستقرار المالي والنمو الاقتصادي، فسعي الدول نحو الشمول المالي يتركز بالأساس على توجيه المؤسسات المالية لتقديم خدمات تتناسب مع كافة فئات المجتمع وبالأخص المهمشة والفقيرة وكذا سكان الأرياف، وهذا ما يعني تنويع في محفظة خدماتها والمتعاملين معها ما يساعدها على توزيع مخاطرها المالية، ومع زيادة الاهتمام بتحقيق الشمول المالي ظهرت العديد من الهيئات الدولية التي تساعد على تنفيذ استراتيجياته ومن أبرزها البنك الدولي والتحالف العالمي للشمول المالي، ويتركز نشاط هذه الهيئات على مرافقة البنوك المركزية للدول على صياغة استراتيجيات وطنية للشمول المالي، ليتولى بعدها البنك المركزي مسؤولية التنفيذ وذلك بتوجيه المؤسسات المالية لتبني التعليمات التي يصدرها في هذا السياق، والتي تحرص بصفة عامة على تمكين الأفراد من الحصول على حسابات مالية وزيادة الانتشار الجغرافي لفروع البنوك بالإضافة إلى تسهيل وتسريع إجراءات الاستفادة من خدماتها.

1) مشكلة الدراسة:

نظرا لأهمية الشمول المالي وتوجه العديد من الدول لتحقيقه عبر بنوكها المركزية التي تقوم بإدارة القطاع المالي وتوجيه المؤسسات المالية لتعميم خدماتها، وبالأخص الخدمات الرقمية التي تعتبر من أحدث أشكال هذه الخدمات وأكثرها مواكبة لواقع التحول التكنولوجي الذي يشهده النشاط المالي، فقد تبنت الجزائر هذا الاتجاه وبدأت العمل عليه ميدانيا مع بداية سنة 2017، لكنها لم تحقق طيلة السنوات الماضية مستويات مرتفعة من الشمول المالي، ولذلك فقد حاولت معالجة هذه الفجوة من خلال العديد من الاستراتيجيات والتي من أبرزها التوجه لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية، لكن وحسب عديد الدراسات فإن هذه الخدمات لم تتلقى القبول المتوقع من العملاء الجزائريين خصوصا أن التعاملات المالية الرقمية تلقى الكثير من التخوفات والمخاطرة، وحتى صعوبة الاستخدام، كما أنها لم تخلوا من الصيغة البيروقراطية التي تعتمد على ضرورة التنقل وتقديم الوثائق الورقية. ولمحاولة معالجة هذا القصور فقد اقترح صندوق النقد العربي بحسب ما جاء

في نشرته التعريفية حول الشمول المالي مجموعة من الركائز لتعميم الخدمات المالية الرقمية والتي يندرج منها تطوير الخدمات المالية، حيث يعد من الحلول المناسبة لمعالجة مشكلة تعميم الخدمات المالية وخاصة من ناحية تسهيل وصول الأفراد لهذه الخدمات نظرا لتوفيرها عن بعد وبالسهولة والجودة المناسبة، لهذا سنحاول من خلال هذه الدراسة اختبار صحة هذه النظرية ميدانيا في القطاع المالي الجزائري. ومن هذا المنطلق تبرز معالم إشكالية بحثنا كالتالي:

إلى أي مدى يسهم توجه المؤسسات المنخرطة في تجمع النقد الآلي نحو تطوير خدماتها المالية الرقمية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر؟

وعلى ضوء هذا التساؤل يمكن إدراج الأسئلة الفرعية التالية:

التساؤلات الفرعية:

- ما مدى تطبيق أبعاد الشمول المالي (الوصول، الاستخدام، الشفافية والتثقيف المالي) في الخدمات التي تقدمها مؤسسات تجمع النقد الآلي؟
- هل يختلف مستوى التوجه نحو تطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر؟
- أي من أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية (التعديل، التنويع، تجربة المستخدم) يعد الأكثر تأثيرا على تحسين مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي؟

التساؤلات الجزئية للتساؤل الفرعي الثالث:

- ✓ هل يوجد تأثير إيجابي لتعديل تكاليف وشروط الخدمات المالية الرقمية على زيادة الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي؟
- ✓ هل يوجد تأثير إيجابي للتنويع والابتكار على زيادة الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي؟
- ✓ هل يوجد تأثير إيجابي لتحسين تجربة المستخدم على زيادة الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي؟

2) فرضيات الدراسة:

موازاتا مع ما تم طرحه من إشكالية وتساؤلات فرعية حول موضوع الدراسة، قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية على النحو التالي:

يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لتطوير الخدمات المالية الرقمية في مؤسسات تجمع النقد الآلي على تعزيز الشمول المالي في الجزائر عند درجة معنوية 5%.

هذه الفرضية تندرج ضمنها الفرضيات الفرعية التالية:

- تطبق مؤسسات تجمع النقد الآلي أبعاد الشمول المالي ضمن إطار الخدمات التي تقدمها.
- لا يوجد اختلاف في مستوى التوجه لتطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر.
- تؤثر أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية بشكل متفاوت على تحسين مستويات الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي، ويتوقع أن تختلف قوة تأثير كل بعد بحسب طبيعته.

وللتعرف على الأثر النسبي لكل بعد ندرج الفرضيات الجزئية التالية:

- ✓ يوجد تأثير إيجابي لتعديل تكاليف وشروط الخدمات المالية الرقمية على زيادة الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.
- ✓ يوجد تأثير إيجابي للابتكار وتوسيع الخدمات المالية الرقمية على زيادة الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.
- ✓ يوجد تأثير إيجابي لتحسين تجربة المستخدم على زيادة الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

3) أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح وتحليل دور تطوير الخدمات المالية الرقمية في تعزيز أبعاد الشمول المالي في الجزائر، وذلك من خلال:

- تقديم إطار نظري لأبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية، إضافة إلى التعرف على مبرراته، وصياغة نموذج يمكن من خلاله قياس مستوى التطوير في الخدمات الرقمية.
- تقييم الجهود المبذولة من قبل المؤسسات المالية الناشطة في الجزائر ومستوى توجهها لتطوير خدماتها الرقمية.
- التعريف بركائز تعزيز الشمول المالي مع عرض وتحليل نسبه في الجزائر، وتقييم مستوى تحقيق أبعاده بمؤسسات تجمع النقد الآلي.
- تشخيص البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر وتبيان التحديات التي تحول دون تحقيقه.

- توضيح العلاقة بين تطوير المؤسسات لخدماتها المالية الرقمية وانعكاس ذلك على زيادة تفاعل العملاء مع هذه الخدمات وإدماجهم ماليا.
- عرض بعض التجارب الدولية الناجحة في تعزيز الشمول المالي ومحاولة الاستفادة منها في الجزائر.

4) أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من واقع التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده القطاع المالي في السنوات الأخيرة أين انتشرت وتعددت أنظمة الاتصالات الحديثة على المستوى العالمي كما زاد اعتماد المؤسسات المالية على التكنولوجيا المالية والذكاء الاصطناعي في تقديم خدماتها. وتمثل رقمنة الخدمات المالية جزء من الاستراتيجية التي تعمل عليها الدولة الجزائرية في إطار التوجه نحو رقمنة اداراتها ومؤسساتها، وذلك حتى تتمكن من تحقيق الاستقرار المالي وتجاوز العقبات التي يشهدها القطاع المالي الجزائري خاصة بعد ما عايشته من أزمة في السيولة خلال جائحة كوفيد 19.

فمن ناحية علمية ستساهم هذه الدراسة في معالجة واحدة من أبرز المواضيع التي لم يتم التطرق لها بعد بشكل موسع والمتعلقة بتطوير الخدمات المالية الرقمية، كما سيساعد البحث من ناحية عملية على تحقيق ما يلي:

- تشخيص مستوى تطوير الخدمات المالية الرقمية في الجزائر، وإبراز أهم الجوانب التي يمكن للمؤسسات المالية التركيز عليها في عملية التطوير.
- تبيان أن تحقيق الشمول المالي يرتبط بتبني وتطبيق سياسات واستراتيجية واضحة ومحددة، وليس نتيجة يمكن الوصول لها دون تخطيط مسبق.
- التأكيد على أن هناك مجال واسع للاستثمار في الخدمات المالية في الجزائر، وأن رقمنة هذه الخدمات وتطويرها سيزيد من استعمال هذه الخدمات.
- تبيان أن الشمول المالي يخدم كل الأطراف، حيث أن تطبيقه يعني حصول العميل على خدمات تلبي احتياجاته وتطلعاته وفي نفس الوقت المؤسسات المالية ستزيد من حصتها السوقية، وهذا ما سينعكس إيجابا على تقليل النقد المتداول خارج النظام المالي الرسمي وتحسين المؤشرات المالية والاقتصادية للدولة بصفة عامة.

5) منهج الدراسة ومصادر جمع البيانات:

من أجل الإجابة على إشكالية البحث والوصول للنتائج ذات الصلة فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي في التعامل مع البيانات المجمعة حول متغيرات الدراسة، وذلك للتعرف على مستوى تطوير الخدمات المالية الرقمية في المؤسسات المالية الجزائرية، وتوضيح علاقته ومساهمته في تعزيز الشمول المالي، إضافة لوصف وتشخيص البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر وتحليل متطلبات تحقيقه والتحديات التي يواجهها، وإبراز دور العمل على تطوير الخدمات المالية الرقمية في تجاوز هذه العقبات.

فيما يتعلق بالمعلومات والبيانات الضرورية للدراسة فقد قسمنا مصادر جمعها بحسب موضع توظيف هذه المعلومات، حيث اعتمدنا في الجانب النظري على المصادر الأكاديمية والمتمثلة أساسا في الكتب، رسائل الدكتوراه، والمقالات العلمية المنشورة في المجلات المحكمة، أما في الجانب التطبيقي فتلخصت مصادر معلوماتنا في التقارير، اللوائح التنظيمية، التعليمات، القوانين، المنشورات والصفحات الالكترونية الرسمية للمؤسسات المالية ذات الصلة بموضوع الدراسة، كما اعتمدنا على المصادر الثلاثة لجمع المعلومات ميدانيا والمتمثل في: الملاحظة، المقابلة والاستبانة.

6) حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: تمحورت الدراسة حول التجربة الجزائرية مع التركيز في الدراسة الميدانية على عينة من المؤسسات المنخرطة في تجمع النقد الآلي.
- الحدود الزمانية: تغطي هذه الدراسة الفترة الممتدة من 2018 إلى 2025، وذلك بالاعتماد على البيانات المتعلقة بتطور الخدمات المالية الرقمية ومؤشرات الشمول المالي في الجزائر، أما فترة توزيع الاستبيانات (الدراسة الميدانية) فامتدت من 08 فيفري 2024 إلى 22 أكتوبر 2024.

7) أسباب اختيار موضوع الدراسة:

- مواكبة الموضوع للسياسة الحالية للبنك المركزي الجزائري الذي يعمل على تعزيز الشمول المالي في الجزائر وذلك من خلال توجيه المؤسسات المالية لتعميم خدماتها وزيادة الادماج المالي للأفراد في النظام المالي الرسمي.
- الفجوة البحثية في الدراسات السابقة والتي لم تتطرق لموضوع تطوير الخدمات المالية الرقمية، خاصة وأن هذا النوع من الخدمات يعتبر محل تحديثات متواصلة ميدانيا نظرا لتسارع التطورات التكنولوجية. كما أن أغلب الدراسات ركزت على معرفة العوامل المؤثرة على تبني الأفراد للخدمات المالية الرقمية.

ولم تتجاوز ذلك لاختبار الحلول التي تسهم في تجاوز هذه المعيقات مثل تطوير الخدمات المالية الرقمية.

- إن إشكالية الموضوع تعكس تحدي واقعي وميداني، حيث يمكن من خلال طرحه أكاديميا لفت انتباه الجهات ذات الصلة لأهمية التركيز على تطوير الخدمات المالية الرقمية باعتبارها المجال الجديد للتنافس بين المؤسسات المالية ومن أبرز الحلول لجذب الأموال التي يتم التعامل بها خارج النظام المالي الرسمي.
- الموضوع يتلاءم مع موضوع مشروع البحث الذي ينتمي إليه الطالب.

8) صعوبات الدراسة:

لقد واجهت هذه الدراسة عدة صعوبات نذكر منها ما يلي:

- صعوبة الوصول للإطارات الذين يحتلون مناصب عليا في المؤسسات محل الدراسة وذلك لتوزيع الاستبيان عليهم.
- غياب الإفصاح والشفافية في المؤسسات والهيئات الحكومية، حيث لاحظنا قلة الإحصائيات والبيانات عن الشمول المالي، الخدمات الرقمية، وعدة متغيرات أخرى. وحتى في حالة وجودها تكون غير محينة.
- ضعف التعاون بين الجامعة الجزائرية والمؤسسات المالية، حيث وجدنا صعوبة في الحصول على المعلومات وإجراء الزيارات الميدانية.
- رفض العديد من البنوك السماح بتوزيع الاستبيان على اطاراتها بحجة أن المعلومات المراد جمعها تخضع للسرية المهنية.
- الحاجة لتعلم كيفية استخدام البرنامج الإحصائي STATA17، وتفسير نتائج اختبارات تحليل المسار.
- الحاجة المستمرة لإعادة كتابة بعض العناصر في الأطروحة، وذلك نظرا لطبيعة البحث العلمي بشكل عام، حيث هناك دوما مجال للتحسين.

9) الدراسات السابقة:

ويمكن تلخيص أهم الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث حول موضوع الشمول المالي وتطوير الخدمات المالية من خلال ما يلي:

- **دراسة (زايخ، 2024) بعنوان: "تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق الشمول المالي: دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر خلال الفترة 2000-2020"**، وتركزت هذه الدراسة في البحث حول الدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توسيع نطاق الشمول المالي وذلك انطلاقا من كونها تشكل أحد الركائز الأساسية في تطوير الصناعة المصرفية، وقد اعتمدت على منهج دراسة حالة وذلك لعرض تجارب الولايات المتحدة وماليزيا والإمارات باعتبارها من النماذج الرائدة التي يمكن أن تستفيد منها الجزائر، كما تم الاعتماد على تحليل "SWOT" لتشخيص واقع التجربة الجزائرية، وخلصت الدراسة للنتائج التالية:
  - البنية التحتية التكنولوجية في الجزائر لا تزال ضعيفة رغم الإصلاحات التي شملتها، حيث احتلت المرتبة 157 من أصل 182 دولة في مؤشر سرعة الانترنت لسنة 2023.
  - أطلقت الجزائر عديد المبادرات لتعزيز الشمول المالي والتي من أهمها توجه البنك المركزي لتعميم مجانية الحصول على حساب جاري.
  - توجد علاقة إيجابية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وزيادة حجم المعاملات المالية الرقمية وهذا ما يسهم في تحسين مستويات الشمول المالي.
  - إن اتقان المهارات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال يزيد من سهولة استخدام الحسابات المصرفية.
- **دراسة (نعيمي، 2023) بعنوان: "التمويل الأصغر الإسلامي آلية لتعزيز الشمول المالي: دراسة وصفية استكشافية على عينة من فئات ذوي الدخل المحدود في الجزائر"**، وهدفت الدراسة إلى تقدير مستوى الشمول المالي في الجزائر، قياس توجه فئات ذوي الدخل المحدود لاعتماد التمويل الأصغر الإسلامي، ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبانة على 100 فرد من ذوي الدخل المحدود باستخدام تقنية أخذ العينات غير الاحتمالية. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:
  - إن إدراج منتجات التمويل الأصغر الإسلامي يؤدي إلى تحسين مستوى الشمول المالي بين فئات ذوي الدخل المحدود.
  - قلة الإقبال على المنتجات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية الحالية في الجزائر يرجع إلى الشكوك العميقة بشأن ما ذا كانت هذه الخدمات تمتثل لأحكام الشريعة الإسلامية، وذلك لعدم اقتناعهم بوجود فروقات مع غيرها من خدمات التمويل التقليدي.

- **دراسة (زواغي، 2023) بعنوان: "آفاق استخدام الخدمات المالية الرقمية في المصارف لتعزيز الشمول المالي في الجزائر"**، وهدفت هذه الدراسة لاستكشاف العوامل المؤثرة على نية العملاء اتجاه استخدام الخدمات المالية الرقمية لتحقيق الشمول المالي في الجزائر، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم اعتماد العينة القصدية لاختيار الأفراد الممثلين لمجتمع البحث الذي يتكون من جميع عملاء المصارف العاملة في الجزائر، حيث بعد توزيع 400 استبانة إلكترونية تم تحليل بياناتها من خلال برنامج SPSS وAMOS، وخلصت للنتائج التالية:

– لا يوجد تأثير مباشر بين درجة التعقيد، التأثير الاجتماعي، الملاءمة، الخبرة في استعمال الهاتف، الميزة النسبية والموقف السلوكي على تبني واستخدام الخدمات المالية الرقمية.

– يوجد تأثير مباشر بين المخاطر المتوقعة، الثقة، التكلفة المالية، الموقف والنية السلوكية على تبني واستخدام الخدمات المالية الرقمية.

- **دراسة (بلحاج، 2022) بعنوان: "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات المصرفية: دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية والخاصة في الجزائر"**، وهدفت هذه الدراسة إلى التطرق لواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البنوك الجزائرية وتبيان دورها في تطوير الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما تمثلت أداة الدراسة في الاستبيان حيث تم توزيع 110 استبانة على عينة من البنوك العمومية والخاصة في مدينة بسكرة استرجعت منها 106 استبانة قابلة للتحليل، وبعد معالجة البيانات باستخدام برنامج SPSS توصلت الدراسة للنتائج التالية:

– البنوك الجزائرية لم تواكب التطورات الحاصلة في الساحة الدولية، والخدمات الإلكترونية التي تقدمها تكاد تكون محصورة فقط في خدمات الصراف الآلي والتحويلات المالية الالكترونية.

– يرى عمال البنوك محل الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدت إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة وتنويع قنوات تقديمها، إضافة لكونها تقلل الأخطاء في العمل وتحقق الحماية اللازمة لبيانات العملاء.

- **دراسة (خلج، 2022) بعنوان: "دور الصناعة المالية الإسلامية في تعزيز الشمول المالي في الدول العربية مع الإشارة إلى حالة الجزائر"**، وهدفت الدراسة لعرض دور ومساهمة الصناعة المصرفية الإسلامية في تحسين مستويات الشمول المالي في الدول العربية، وتم اعتماد منهج دراسة حالة، وذلك

بدراسة تجارب عينة من الدول العربية الرائدة في المجال والمتمثلة في كل من السعودية، سلطنة عمان والسودان. ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- تساهم الصناعة المصرفية الإسلامية في الإدماج المالي للأفراد الذين يتجنبون التعامل مع المصارف التقليدية التي تقدم منتجات مالية تقوم بالأساس على الفوائد الربوية.
- تندرج الجزائر ضمن مجموعة الدول ذات مستويات الشمول المالي المتوسط.

- **دراسة (Alrabei, 2022) بعنوان: " The impact of mobile Payment on the financial Inclusion rates"، "أثر المدفوعات عبر الهاتف المحمول على معدلات الشمول المالي"**، هدفت هذه الورقة البحثية لتبيان أثر المدفوعات الرقمية عبر الهاتف المحمول في رفع معدلات الشمول المالي، وقد اعتمدت على المنهج الوصفي والتحليلي لاختبار الفرضيات المطروحة، وذلك من خلال توزيع استبيان على عينة من 321 عامل موزعة على خمسة بنوك أردنية، وقد توصلت الدراسة لما يلي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لكل من سعر الخدمة، جودة الخدمة، الأمان وسهولة الاستخدام على الشمول المالي في الأردن.
- تساهم المدفوعات الرقمية عبر الهاتف المحمول بشكل كبير وإيجابي في رفع معدلات الشمول المالي في الأردن.

- **دراسة (الحريري، 2021) بعنوان: "تأثير استخدام التمويل الرقمي في تعزيز الشمول المالي: الدور المعدل للمعرفة المالية (دراسة تطبيقية على عملاء البنوك المصرية)"** ، وهدف هذا البحث لاختبار الدور المعدل للمعرفة المالية في العلاقة بين التمويل الرقمي والشمول المالي، واعتمد في ذلك على توزيع 382 استمارة على عينة من عملاء البنوك تم اختيارها باستخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية، وتم تحليل البيانات بواسطة نموذج المعادلات الهيكلية من خلال برنامج "AMOS V.25". وتوصل البحث للنتائج التالية:

- تلعب المعرفة المالية دورا معدلا في العلاقة بين التمويل الرقمي والشمول المالي، فالتمويل الرقمي يعزز من الشمول المالي، ولكن المعرفة المالية تزيد من التأثير الإيجابي لهذه العلاقة.
- وجود تأثير إيجابي للتمويل الرقمي على الاستخدام والوصول وجودة الخدمات المالية.

- **دراسة (حسين، 2021) بعنوان: "دور التمويل الرقمي في تحسين وتعزيز الشمول المالي/ بحث تطبيقي في الجهاز المصرفي العراقي"**، وهدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية التمويل الرقمي في العمل

المصرفي، والذي يقوم أساسا على استخدام التكنولوجيات الحديثة في تعزيز وصول الأفراد للخدمات المالية وتلبية احتياجاتهم. وقد اعتمد على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- للتكنولوجيا الرقمية دور رئيسي في تسريع تعميم الخدمات المالية وبالتالي تحقيق الشمول المالي.
- يواجه مستعملوا البطاقات البنكية صعوبة في الوصول لأجهزة الصراف الآلي وذلك لقلتها.
- من أهم الصعوبات التي يواجهها التمويل الرقمي ارتفاع تكلفة الانترنت وضعف الثقافة المالية للأفراد.
- وجود ارتباط وتأثير إيجابي ومعنوي للتمويل الرقمي على الشمول المالي وأبعاده.

- **دراسة (ماجدة، 2021) بعنوان: "العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية (دراسة حالة البنوك الجزائرية)"**، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر. واعتمدت الدراسة على تصميم استبيان وتوزيعه على عينة من عملاء البنوك الجزائرية والمتكونة من 154 عميلا، حيث تم تحليل البيانات المجمعة باستخدام النسخة 26 من البرنامج الاحصائي (SPSS)، ليصل في الأخيرة لمجموعة من النتائج والتي نوجزها كالآتي:

- يساهم تقديم الخدمة الجيدة وبالخصائص التي يتطلع لها العميل في تدعيم ثقته بالبنك.
- إن صعوبة الفهم وتعقيد إجراءات الخدمة الذاتية أو أجهزة السحب والدفع الآلية تجعل العملاء يتجنبون اللجوء إليها ويشكون بأنهم سيقومون بهذه الإجراءات بشكل صحيح وآمن.
- تتأثر الثقة في الخدمات المصرفية الإلكترونية إيجابا بخصائص البنك المتمثلة في سمعته والتي هي نتائج للنزاهة والشفافية. كما أن كبر حجم البنك يعطيه قدرة أكبر على الانتشار وتنويع خدماته.
- تؤثر مهارة العميل في استخدام التقنيات الحديثة والتجارب السابقة للعميل في التعامل مع البنك إيجابا على ثقته في الخدمات المصرفية الإلكترونية.

- **دراسة (اعمر، 2020) بعنوان: "الخدمات المصرفية الالكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر: دراسة ميدانية"**، هدفت الدراسة لتشخيص وتحليل واقع ممارسة الصيرفة الإلكترونية بالجزائر، إضافة لتحديد متطلبات تطويرها. وقد اعتمدت الدراسة على الأسلوب الاستقصائي من خلال جمع المعلومات عبر استبيان، حيث تم توزيع 126 استبانة على مجتمع الدراسة والمتمثل في البنوك العاملة بولاية غرداية والممثلة ب 9 وكالات بنكية، لتتوصل بعد تحليلها للنتائج التالية:

- ترجع معيقات تطور وانتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر لغياب المنافسة بين البنوك، ضعف الإطار القانوني المنظم للعمل المصرفي الإلكتروني، إضافة لنقص وعي العملاء بمزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- يساهم اهتمام البنوك بالتكنولوجيا وتحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري في زيادة التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر.

- **دراسة (قجة، 2020) بعنوان: "تأثير إدارة معرفة الزبون في تطوير الخدمات المصرفية دراسة حالة البنوك في ولاية ورقلة"**، وهدفت هذه الدراسة لمحاولة معرفة واقع تطبيق كل من إدارة معرفة الزبون ومستوى تطوير الخدمات المصرفية في البنوك العاملة في ولاية ورقلة، إضافة لتبيان العلاقة بين المتغيرين. ولذلك تم استخدام الاستبيان لجمع المعلومات وتحليلها بعد ذلك باستخدام برنامج SPSS لتخلص للنتائج التالية:

- تتجه البنوك الجزائرية محل الدراسة إلى تنمية وتطوير أسواقها عن طريق القيام بحملات ترويجية، وإيصال الخدمات إلى الأسواق الجديدة مع اهتمامها بتحسين خدماتها الحالية.
- تواجه البنوك العديد من العراقيل لتطوير خدماتها وخاصة التي يفرضها البنك المركزي من طول مدة دراسة طلب التطوير أو إدراج الخدمات الجديدة.

- **دراسة (Nguen, 2020) بعنوان: " Determinants of digital banking services in Vietnam: applying UTAUT2 MODEL"**، "**محددات الخدمات المصرفية الرقمية في فيتنام**"، هدفت هذه الورقة البحثية للتعرف على العوامل المؤثرة على سلوك العملاء وتوجههم لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك بالاعتماد على النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا "UTAUT2"، وقد تمت الدراسة من خلال توزيع 400 استبيان على عينة من العملاء استرجع منها 241 استبيان قابل للتحليل، وتوصلت الدراسة إلى أن الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثيرات الاجتماعية، الثقة، السعر، تسهيل الظروف والشروط كلها عوامل تساهم بشكل كبير وإيجابي في نية الأفراد في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية. كما أن المزيد من العملاء على استعداد لقبول الخدمات المصرفية الرقمية في حالة توفير بنية تحتية للبنوك الرقمية تسمح بتقديم الخدمات بكفاءة وسرعة مع ضمان أمن المعلومات الشخصية للعملاء وحل المشاكل التقنية.

- **دراسة (Naumenkova, 2019) بعنوان: " Digital Financial Inclusion: Evidence From Ukraine"، "الشمول المالي الرقمي: التجربة الأكرانية نموذجا"**، وقد تناولت هذه الورقة البحثية دراسة تأثير المرحلة الحالية من رقمنة الاقتصاد على الشمول المالي في أوكرانية، حيث هدفت إلى تقييم مستوى الشمول المالي في البلد، لتحديد التأثير المهيمن للحواجز السعرية وغير السعرية للوصول إلى الخدمات المالية لسكان أوكرانيا عند مقارنتها ببلدان أخرى رائدة، واعتمدت الدراسة على البيانات المجمعة من البنك الدولي، والتي من خلال تحليلها توصل الباحثون إلى أنه من الأسباب الرئيسية لمحدودية وصول عدد كبير من الأفراد للخدمات المالية في أوكرانيا ما يلي:

- غياب الثقة في المؤسسات المالية، إضافة لارتفاع تكاليف الخدمات المالية التي تقدمها.
- انخفاض الدخل الفردي، وعدم المساواة في وصول المواطنين للخدمات المالية في بعض مناطق البلاد.
- ضعف الرقابة التشريعية والتنظيمية على تقديم الخدمات المالية خاصة الرقمية والمبتكرة.

- **دراسة (الصادق، 2018) بعنوان: "الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في جذب العملاء بالمصارف السودانية (دراسة ميدانية على عينة من المصارف)"** ، وقد هدف البحث إلى معرفة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في جذب العملاء بالمصارف السودانية للفترة 2008 حتى 2017، وكذلك التعرف على أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية ومساهمتها في تحقيق كفاءة القطاع المصرفي، ولتحقيق ذلك اتبع الباحث المنهج الاستقرائي التاريخي لمعرفة نشأة وتطور النظام المصرفي الإلكتروني والمنهج الاستقرائي الوصفي والتحليلي لتناول أثر استخدام النظام المصرفي الإلكتروني في التعاملات المصرفية، كما اتبع المنهج الإحصائي بإجراء دراسة تطبيقية على البنوك السودانية، من خلال توزيع 250 استبانة استرجع منها 2020 قابلة للتحليل، والتي تم معالجتها باستخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وخلص البحث إلى عدد من النتائج أهمها:

- ساهمت سياسات بنك السودان بخصوص تبني المصارف للتقنية المصرفية في زيادة عدد أجهزة الصراف الآلي وكذلك حجم التعامل معها، حيث تشير تقارير البنك لارتفاع عددها بشكل متواصل عبر السنوات.
- وجود علاقة طردية بين استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وزيادة سرعة إنجاز المعاملات.
- يساهم تعريف البنك بخدماته الإلكترونية على موقعه في زيادة استقطاب العملاء، وتنمية شعورهم بالانتماء للبنك.

- **دراسة (قاسيمي، 2015) بعنوان: "أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية"**، وهدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهم إفرازات العولمة المالية التي من شأنها التأثير على البنوك بصفة عامة والبنوك الجزائرية بصفة خاصة، في محاولة لبناء توجهات جديدة للصناعة المصرفية من أجل البقاء والمنافسة لمواجهة هذا التأثير من جهة، ومن جهة أخرى كيف يمكن أن نوظف هذه التوجهات الحديثة في تطوير الخدمة المصرفية، واعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي لاستعراض أهم محطات بعض المتغيرات المتعلقة بالموضوع، وعلى المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف وتحليل مختلف أبعاد المتغيرات. ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة نذكر ما يلي:

– ساهم اهتمام واعتماد البنوك على تكنولوجيا المعلومات في تقديم خدماتها بكفاءة عالية في تطوير هذه الأخيرة من خلال تحسين الإنتاجية واستحداث خدمات جديدة وتعديل الخدمات القائمة وهذا ما يؤدي إلى الوصول لقاعدة أوسع من العملاء.

– زيادة إدراك البنوك لأهمية تطوير الخدمات المصرفية وذلك لما تشكله عملية التطوير من ضمانة أساسية لبقائها واستمرارها، خاصة في ظل العولمة المالية التي ارتبطت بموجة التحرير المالي.

من خلال تحليلنا لمختلف الدراسات السابقة استنتجنا ما يلي:

- انحصرت الفترة الزمنية للدراسات السابقة بين 2015 و2024، وهذا ما يعكس حداثة الموضوع المعالج وبالأخص الشمول المالي الذي بدأ الطرق له أكاديميا في الجزائر تقريبا خلال سنة 2019.
- حاولت مختلف الدراسات عموما تشخيص وضع الشمول المالي في الجزائر من دون تقديم حلول عملية يمكن من خلالها تعزيز مؤشراته مثل دراسة (زايخ، 2024) و (بلحاج، 2022)، ما عدى القلة منها والتي ربطته بالتكنولوجيا المالية لكن هذه الأخيرة لا تعدوا كونها مؤسسات ناشئة ولا زالت في مرحلة الانطلاق كما أن عددها جد محدود ولا زال من المبكر الانطلاق في دراسة أثرها في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، اذا ما قارنا ذلك مع التجارب الدولية الناجحة في هذا المجال، وذلك يرجع أساسا لاختلاف الأنظمة المالية وحداثة التوجه الجزائري في دعم شركات التكنولوجيا المالية.
- أكدت العديد من الأدبيات على أن فعالية تعميم الخدمات المالية في تحقيق الشمول المالي تعتمد على مدى توافق هذه الخدمات مع توقعات واحتياجات المتعاملين، حيث تم تقديم الخدمات المالية الإسلامية كنموذج يبرز أن تطوير الخدمات المالية من خلال تنويعها وتكييفها وفق تفضيلات المستخدمين وخصائص المجتمع، يمكن أن يسهم في استقطاب فئات جديدة وتعزيز استخدام الخدمات المالية مما يدعم توسيع نطاق الشمول المالي.

- من بين أهم الأسباب التي جعلتنا نختار المتغير المستقل تطوير الخدمات المالية الرقمية هو نتائج الدراسات السابقة كدراسة (Nguen, 2020) والتي أكدت بعد قياس توجهات العملاء بالاعتماد على النموذج الموحد لتبني التكنولوجيا أن توجه العملاء للخدمات الرقمية يرتبط أساس بتقديم خدمات سهلة الوصول أي تتطلب أقل جهد للاستفادة منها، وتكون موضع ثقة أي أن تتسم بدرجة حماية متقدمة، إضافة إلى مراعاة سعر وشروط الاستفادة من هذه الخدمات والأداء الذي تقدمه، فكل المتطلبات التي سبق الإشارة إليها من السهل الاستجابة لها بمجرد مواكبة مقدمي الخدمات المالية لأحدث التقنيات التكنولوجية المبتكرة في هذا المجال، وبالتالي فنظريا يتعبر تطوير الخدمات من أبرز الحلول التي يمكن اعتمادها لتعزيز الشمول المالي.
- بالنسبة لأسلوب وأداة الدراسة فانقسمت لثلاثة طرق: فمنها ما اعتمد على تحليل المؤشرات والبيانات التي تم جمعها حول مؤشرات الشمول المالي، وهناك من اعتمد على استخلاص التجارب الدولية واسقاطها على الواقع الجزائري، فيما اعتمدت دراسات أخرى على الاستبيان للتعرف على توجهات العملاء والموظفين فيما يتعلق بتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية ليتم تحليلها لاحقا ببرنامج SPSS وAMOS، وعلى العموم فقد حاولنا من خلال دراستنا اعتماد مختلف الطرق السابقة بما يتماشى وأهداف البحث.
- تحديد مجتمع وعينة الدراسة كان مسحا شاملا في دراستنا حيث شمل 15 بنك ومؤسسة بريد الجزائر كما أن الاستبانة وجهت لإطارات عليا وتشمل أغلب مناطق الجزائر، في حين أن الدراسات السابقة تركزت أغلبها في البنوك العمومية وانحصر توزيع استبياناتها على مجموعة من الوكالات البنكية في مناطق محدودة. أما حجم العينة (عدد الاستبيانات المعتمدة) فكان متقاربا في أغلب الدراسات بما يقدر في المتوسط 200 استبيان.
- حاولنا من خلال دراستنا تقديم أبعاد يمكن الارتكاز عليها في تطوير الخدمات المالية الرقمية وقياس مستوياته وهي تختلف قليلا عما جاء في الدراسات السابقة التي تناولت على العموم متغير تطوير الخدمات المصرفية من خلال اعتمادها خصائص الخدمات كأبعاد، في حين اعتمدت دراسات أخرى على استراتيجيات التطوير، كما أننا حاولنا التركيز على تطوير الخدمات المالية الرقمية بصفة خاصة.

10) هيكل الدراسة:

بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة، وللإحاطة الشاملة بالموضوع فقد قسمنا دراستنا إلى أربعة فصول رئيسية، حيث خصصنا الفصل الأول لعرض الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، أما الفصل الثاني فقمنا من خلاله بعرض وتحليل مؤشرات الشمول المالي في الجزائر مع الإشارة لبعض التجارب دولية، فيما شمل الفصل الثالث والرابع الجانب التطبيقي للدراسة، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

مقدمة عامة

الفصل 1: الإطار النظري للدراسة

1.1. الإطار النظري للشمول المالي

2.1. الإطار النظري للخدمات المالية الرقمية

3.1. أساسيات حول تطوير الخدمات المالية الرقمية

الفصل 2: الشمول المالي في الجزائر في ظل تجارب دولية

1.2. نماذج لتجارب دولية في تعزيز الشمول المالي

2.2. البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر

3.2. مؤشرات الشمول المالي في الجزائر

الفصل 3: منهجية الدراسة

1.3. مجتمع وعينة الدراسة

2.3. نموذج الدراسة

3.3. الأساليب الإحصائية المستخدمة

4.3. تحضير الاستبيان

5.3. التحقق من الصدق، الثبات وطبيعة التوزيع

الفصل 4: تحليل النتائج ومناقشتها

1.4. تحليل نتائج الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة

2.4. اختبار فرضيات الدراسة

3.4. مناقشة النتائج

خاتمة عامة

وسيخلص البحث في النهاية إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تصف وتشخص واقع الشمول المالي في الجزائر وأهم التحديات التي تواجه تحقيقه ومتطلبات تعزيزه، كما ستمكن مخرجات البحث

المؤسسات المالية من بناء تصور استراتيجي عن أهمية التوجه نحو تطوير الخدمات المالية الرقمية وما ينعكس عنه من زيادة في مستويات الانخراط في النظام المالي الرسمي، إضافة لتقديم مقترحات يمكن اعتمادها في صياغة استراتيجية وطنية للشمول المالي بالجزائر.

الفصل 1: الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

نظرا للأهمية التي أصبح يحتلها الشمول المالي لدى العديد من الدول والتي ترجع بالأساس لمساهمته في الاستقرار المالي والنمو الاقتصادي، فإن العديد من البنوك المركزية حرصت على تبني استراتيجيات من شأنها رفع مستوياتها، والتي من أهمها توجيه البنوك والمؤسسات المالية لتعميم خدماتها.

ومن بين أحدث التوجهات التي اعتمدتها البنوك والمؤسسات المالي لتعزيز الشمول المالي هو اعتمادها للخدمات الرقمية، ولتجاوز المعيقات التي تحد من انتشار هذه الخدمات، ركز مقدموها على تطويرها لتتواكب مع التغيرات التكنولوجية المتسارعة وتتلاءم مع احتياجات العميل وامكانياته المالية، وقدراته التقنية، ومن أجل الإلمام بمختلف الجوانب المتعلقة بالإطار النظري للدراسة تم تقسيم هذا الفصل للعناصر التالية:

1.1. الإطار النظري للشمول المالي

2.1. الإطار النظري للخدمات المالية الرقمية

3.1. أساسيات حول تطوير الخدمات المالية الرقمية

1.1. الإطار النظري للشمول المالي

حاولنا من خلال هذا المحور تقديم مختلف العناصر المرتبطة بالشمول المالي، وذلك بتعريفه والإشارة لأهميته وأهدافه، إضافة للركائز الأساسية لتحقيقه، كما تطرقنا لأبعاد ومؤشرات قياس الشمول المالي والمعيقات التي تواجهه.

1.1.1. تعريف الشمول المالي

قبل التطرق لتعريف الشمول المالي يجب أولا أن نقدم مفهوما للاستبعاد المالي، والذي كان سببا في ظهوره بعد الدراسة التي أجراه الباحثان (Leyshon and Thrift) حول تبيان أثر إغلاق عدد من فروع أحد البنوك على إمكانية وصول سكان المنطقة فعليا للخدمات البنكية، والذي نتج عنه إبعاد هذه الفئة من الأفراد عن التعاملات المالية الرسمية لصعوبة وصولهم لمقدمي الخدمات، وهذا ما عرفه كل من (Kempson and Whyley) سنة 1999 بمعنى الاستبعاد المالي، والذي يشير إلى الأشخاص الذين استبعدوا من الحصول على الخدمات المالية السائدة مثل حسابات البنوك وبطاقات الائتمان وخدمات التأمين. ووفق للمفوضية الأوروبية فإن الاستبعاد المالي هو: عملية يواجه فيها الأشخاص صعوبات في الوصول إلى أو استخدام الخدمات والمنتجات المالية السائدة الملائمة لاحتياجاتهم والتي تمكنهم من أن يعيشوا حياة اجتماعية عادية في المجتمع الذي ينتمون إليه. (معتوق، 2021، صفحة 84)

وعرف (Sinclair) الإقصاء المالي بأنه عدم القدرة على الوصول بالشكل المناسب للخدمات المالية الضرورية، ويمكن أن يحدث الاستبعاد نتيجة مشكال في الوصول، عدم القدرة على تلبية الشروط اللازمة للحصول على الخدمات، ارتفاع الأسعار، قلة وعدم فعالية التسويق، الإقصاء الذاتي استجابة لتصورات أو تجارب سلبية في التعامل مع البنوك والمؤسسات المالية الرسمية. (Sarma, 2008, p. 03)

ومن المهم التمييز بين الاستبعاد المالي الطوعي والإقصاء المالي غير الطوعي، حيث عرف البنك الدولي (2014) الاستبعاد والعزوف المالي الطوعي بأنه الحالة التي يختار فيها الأفراد أو الشركات عدم استخدام الخدمات المالية إما لأنها ليست في حاجة إليها أو لأسباب ثقافية أو لأسباب دينية. (and & Rogelio , Martch 2018, p. 03) أما الاستبعاد غير الطوعي فينشأ لأسباب عدة منها انخفاض مستوى الدخل أو زيادة المخاطر. (جاسم، 2020، صفحة 201)

ومن ناحية أخرى فإن الاستبعاد المالي يشمل بعدا إضافيا يتمثل في الأفراد الذين ينخرطون في النظام المالي الرسمي أي لهم حسابات بنكية ولكن لا يزالون غير قادرين على استخدام بعض الخدمات

نتيجة لمتطلبات الحصول عليها والتي لا تتناسب مع امكاناتهم، أو أنهم نادرا ما يتعاملون من خلال هذه الحسابات. (Dasgupta, 2009, p. 41)

من خلال ما سبق وفي ظل التقلبات المالية وبالأخص الأزمة المالية لسنة 2008 ظهرت الحاجة لتحقيق المزيد من الاستقرار المالي وتوجه اهتمام الدول لتعزيز الشمول المالي، والذي هو عكس الاستبعاد المالي حيث يهدف إلى جذب الأفراد "غير المتعاملين مع البنوك" إلى النظام المالي الرسمي، أين يتيح لهم الفرصة للحصول على الخدمات المالية الرسمية والمتمثلة أساسا في الادخار، التحويلات المالية، الائتمان والتأمين. (Alfred & JANSEN, 2010, p. 01) وقد حاول العديد من الباحثين والهيئات الدولية تقديم تعريف للشمول المالي والتي جاءت متقاربة في مضمونها وفيما يلي عرض لأهم هاته التعريفات:

حسب البنك الدولي يعني الشمول المالي أن الأفراد والشركات لديهم إمكانية الوصول إلى منتجات وخدمات مالية مفيدة وبأسعار معقولة تلبي احتياجاتهم (معاملات ومدفوعات ومنتجات ادخار وتسهيلات ائتمانية وقروض وخدمات تأمين)، ويتم تقديمها على نحو مسؤول ومستدام. (مجموعة البنك الدولي، 2022)

ووفقا للبنك الإفريقي للتنمية (ADB): يشمل الشمول المالي جميع المبادرات التي تهدف إلى جعل الخدمات المالية الرسمية متاحة وسهلة المنال وميسورة التكلفة لجميع السكان، مع إيلاء اهتمام خاص لشرائح السكان المستبعدة تاريخيا أو التي تفتقر إلى الخدمات من قبل القطاع المالي الرسمي. (Agence de l’inclusion financière de Cote D’ivoire, 2019)

وقد عرفت الشبكة الدولية للتعليم المالي (INFE) التابعة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) الشمول المالي على أنه: عملية تعزيز الوصول بأسعار معقولة في الوقت المناسب والكافي لمجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المالية الخاضعة للرقابة المالية واستخدامها من قبل جميع شرائح المجتمع من خلال تطبيق الطرق القائمة والمبتكرة التي صممت خصيصا لذلك، بما في ذلك التثقيف والتعليم المالي بهدف تعزيز الرفاهية المالية، وكذلك الشمول الاقتصادي والاجتماعي. (OECD/INFE, 2013, p. 71)

وعرفه البنك المركزي الجزائري: بأنه إتاحة واستخدام كافة الخدمات المالية لمختلف فئات المجتمع بمؤسساته وأفراده وبالأخص تلك المهمشة منها، وذلك من خلال القنوات الرسمية بما في ذلك الحسابات المصرفية وحسابات التوفير، وخدمات الدفع والتحويل، وخدمات التأمين، وخدمات التمويل والائتمان وابتكار خدمات مالية أكثر ملاءمة وبأسعار منافسة وعادلة، ذلك بالإضافة إلى العمل على حماية حقوق مستهلكي

الخدمات المالية وتشجيع تلك الفئات على إدارة أموالهم ومدخراتهم بشكل سليم لتفادي لجوء البعض إلى القنوات والوسائل غير الرسمية التي لا تخضع لأي من جهات الرقابة والإشراف. (بنك الجزائر، 2022)

ويعرف (Tuesta, January 2015, p. 03) الشمول المالي بأنه العملية التي يتم من خلالها الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية واستخدامها لأقصى حد ممكن، هذا مع العمل على تقليل الحواجز التي تحول دون اندماج الأفراد في النظام المالي الرسمي.

وعرفه (Mhlanga, 2022, p. 41) على أنه الوضعية التي يكون فيها للأفراد القدرة على استعمال المنتجات والخدمات المالية، والوصول لخدمات مالية ذات جودة، مقدمة بأسعار مناسبة وبطريقة تضمن راحة العميل.

فيما عرفه (الرفيعي، 2020، صفحة 40) على أنه السماح لشرائح المجتمع ومؤسساته بالتعامل مع الجهاز المصرفي الرسمي لإتمام معاملاتهم المالية بطريقة إلكترونية مقابل كلفة أقل ووقت أسرع.

وعرفته (اللجنة الوطنية للشمول المالي في فلسطين، 2023) على أنه: تعزيز وصول واستخدام كافة فئات المجتمع للخدمات والمنتجات المالية من القنوات الرسمية، التي تتناسب مع احتياجاتها بالتكلفة والوقت المعقولين، وحماية حقوقها وتعزيز معرفتها المالية بما يمكنها من اتخاذ القرار المالي المناسب.

كما عرف قانون البنك المركزي المصري والجهاز المصرفي الصادر بالقانون رقم 194 لسنة 2020 الشمول المالي على أنه: إتاحة مختلف الخدمات المالية للاستخدام من قبل جميع فئات المجتمع من خلال القنوات الرسمية بجودة وتكلفة مناسبة مع حماية حقوق المستفيدين من تلك الخدمات بما يمكنهم من إدارة أموالهم بشكل سليم. (البنك المركزي المصري، 2024)

وقد عرف الشمول المالي حسب مركز الشول المالي في واشنطن على أنه الحالة التي يتمتع فيها جميع الأشخاص بإمكانية الوصول إلى مجموعة كاملة من الخدمات المالية عالية الجودة، حيث تقدم هذه الخدمات بأسعار معقولة، طريقة ملائمة وبكرامة للعملاء، ويتم تسليم الخدمات المالية من قبل مجموعة من مقدمي الخدمات معظمهم من القطاع الخاص، ويوصلونها إلى كل من يمكنه استخدامها بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة، الفقراء، سكان الأرياف وغيرهم من السكان المستبعدين. (Gatnar, 2013, p. 225)

ويعني كذلك حسب "المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء": أن جميع الأشخاص والشركات لديهم امكانية الوصول–وتمكينهم من استخدام خدمات مالية مسؤولة وميسورة التكلفة تلبي احتياجاتهم، وتشمل هذه الخدمات كل من المدفوعات، المدخرات، الائتمان والتأمين. (CGAP, 2023)

ويصف مركز الشمول المالي (Centre for Financial Inclusion) رؤيته للشمول المالي من خلال النقاط التالية: (العراقي، 2018، صفحة 106)

- الوصول إلى تركيبة متكاملة من الخدمات المالية (الائتمان، المدخرات، التأمين والمدفوعات).
- سهولة الحصول على الخدمات المالية وتمتعها بالجودة والأسعار المعقولة والمناسبة، مع توفير الحماية اللازمة للمتعاملين.
- وصول الخدمات المالية إلى جميع الأفراد القادرين على استخدامها مع التركيز على سكان الريف والأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة والنساء وغيرهم من المجموعات المهمشة.
- توسيع قدرات الأفراد المالية وقابليتهم، ومساعدتهم على اتخاذ القرارات السليمة بإدارة أموالهم.
- توفير سوق تنافسية تقدم مجموعة من الخدمات المالية المتنوعة، مع بنية مالية تحتية قوية وإطار قانوني وتنظيمي واضح.

2.1.1. أهمية الشمول المالي:

إن أهمية الشمول المالي تكمن في انعكاساته على تحسين الجانب الاجتماعي والاقتصادي للأفراد والمؤسسات وحتى الدول، ويمكن توضيح ذلك في النقاط التالية:

- **التنمية الاجتماعية:** يهتم الشمول المالي بالجانب الاجتماعي من خلال الاهتمام بالفقراء ومحدودي الدخل، وذلك بتقديم الخدمات المالية لهم بشكل عادل، وأسعار منخفضة. (محمد واصل، 2019، صفحة 120)
- **النمو الاقتصادي:** يساهم تطور عمق وكفاءة القطاع المالي والمصرفي في تحسين النمو الاقتصادي من خلال قدرة وكفاءة النظام المالي في تعبئة المدخرات وحشدها نحو المحتاجين إليها من مستثمرين ومستهلكين. ويتسم القطاع المالي الأكثر شمولية بقدرة أكبر على جذب المدخرات وتقديم الخدمات التمويلية والمالية لمختلف فئات المجتمع مما يساعد الكثير من هذه الفئات على تمويل احتياجاتهم الاستثمارية والاستهلاكية. (محمود، 2022، صفحة 239)
- **تحسين استقرار النظام المالي والاقتصاد الكلي:** حيث أن للشمول المالي أثر إيجابي على الأسواق من خلال الحد من مخاطر تقلبات السوق والأزمات المالية، ويساهم في زيادة حجم واستقرار قاعدة ودائع البنوك، (اسكندر، 2020، صفحة 103) وذلك من خلال تنويع محفظة قروض العملاء بإدماج الفئات ذات الدخل المنخفض إضافة للمقترضين الكبار وبالتالي يساعد على تقليل المخاطر النظامية (أمانة

مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، 2019)، واختصارا لذلك فإنه لا يمكن تحقيق الاستقرار المالي مع وجود نسبة كبيرة من القطاع الاقتصادي والمجتمع مستبعدة من الناحية المالية. (عبد العزيز السن، 2019، صفحة 32)

- **حماية حقوق العملاء ومدخراتهم:** من خلال إعداد السياسات والتعليمات بالخصوص وتعريف المتعاملين مع المؤسسات المالية الحاليين والمحتملين بحقوقهم وواجباتهم. (هرجان، 2021، صفحة 62) كما أن أغلب مدخرات الطبقة البسيطة مبالغ ضئيلة وعندما يعمهم الشمول المالي فإن هذه المبالغ ستدخل تحت قوانين البنك المركزي في حماية الودائع عند خسارة البنك أو افلاسه، كما أن المبالغ المودعة في البنوك تكون محمية من السرقات والكوارث الطبيعية التي تحدث. (سعدوني، 2021، صفحة 16)

3.1.1. أهداف الشمول المالي

إن اهتمام البنوك المركزية للدول بتحقيق الشمول المالي ورفع مؤشراته لم يأتي من فراغ وإنما هو سعيا منها للاستفادة من الأهداف التي يحققها والتي يمكن تقديمها كالآتي:

- **مكافحة غسيل الأموال وتمويل الإرهاب:** إذ أن اجراءات مكافحة غسيل الأموال وتمويل الإرهاب ترتبط طرديا مع الشمول المالي، ذلك يعني أن زيادة استخدام الخدمات المالية الرسمية يمكن من متابعة حركة الأموال ومصدرها وهذا ما يساهم في كفاءة مكافحة غسيل الأموال، (الشمري، 2020، صفحة 85) كما يساعد الشمول المالي على تقليل حجم الاقتصاد غير الرسمي مما يؤدي إلى توفير شفافية أكبر في المعاملات المالية من خلال آليات الرقابة والاشراف وتفعيل دور هيئات الاستعلام المالي. (طرشي، 2019، صفحة 123)
- **تعزيز قدرة الأفراد على الاندماج والمساهمة في بناء مجتمعاتهم:** أظهرت الدراسات التي تبحث في فائدة توسيع انتشار الشمول المالي على مستوى الأفراد، أن تحسين قدرتهم على استخدام النظام المالي ستعزز قدرتهم على بدء أعمالهم الخاصة، والاستثمار في التعليم، بالإضافة لتحسين قدرتهم على إدارة مخاطرهم المالية وامتصاص الصدمات المرتبطة بالمتغيرات المالية. (الجبلي، 2021، صفحة 74)
- **تحقيق أهداف التنمية المستدامة:** من خلال توفير التمويل اللازم للشركات والمشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر بتقديم خدمات مالية تتناسب مع قدراتهم المالية ما يساعدهم على الاستثمار في الأصول وتنمية أعمالهم (الرفيعي، 2020، صفحة 41)، مما يساهم في خلق المزيد من فرص العمل

للشباب العاطلين عن العمل ومحدودي الدخل، فضلا عن تعزيز المساواة بين الجنسين بتحرير القدرات الاقتصادية للنساء ورائدات الأعمال في المجتمع، كما يساهم الشمول المالي في تقليل التفاوت التطبيقي بين فئات المجتمع من خلال وصول الخدمات المالية لكافة المدن في الدولة بما فيها القرى النائية. (علي حسين، 2020، صفحة 51)

- **تقليل النقد المتداول:** يساهم الشمول المالي بصورة رئيسية في تقليل النقد المتداول من خلال استخدام التكنولوجيا المتطورة للقيام بالعمليات المالية والمصرفية. (الزبيدي، 2021، صفحة 38) وذلك بالتحول إلى المدفوعات الإلكترونية والتي تتميز بسرعة انجاز التعاملات المالية وانخفاض تكاليفها. (طارق لفته، 2019، صفحة 03)
- **تحسين فرص وصول الخدمات المالية:** من خلال السماح إلى شريحة أكبر من المواطنين سواء الأفراد أو المنشآت، وجذب المستبعدين إلى النظام المالي الرسمي من خلال تقديم كافة الخدمات المالية (المدخرات، المدفوعات، التحويلات المالية، الائتمان، التأمين، المعاشات). (عياش، 2021، صفحة 364)
- **دعم القطاع المصرفي:** من خلال تنويع الأصول المصرفية، وجذب عملاء جدد للمصارف، إضافة لتحقيق الاستقرار في الودائع والحد من مخاطر السيولة، هذا إلى جانب توفير قاعدة بيانات ضخمة للمصارف (Big Data) حيث يمكن من خلال التحليل والتنقيب قي هذه البيانات طرح منتجات جديدة تشبع احتياجات تلك الشرائح وبناء نماذج للتقييم الائتماني لتيسير الحصول على التمويل. (حسين النعمة، 2019، صفحة 20)
- **تعبئة المدخرات:** إذا تم تزويد الطبقات الفقيرة بخدمات مالية تتناسب مع احتياجاتهم وقدرتهم المالية، فيمكن الاستفادة من المدخرات التي عادة ما يحتفظون بها في منازلهم، من خلال تعبئتها واستخدامها بشكل فعال لتكوين رأس المال وذلك ما يعزز من فرص الاستثمار وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي. (Anupama & Sumia , march 2013, p. 16)
- **خلق سوق أكبر للنظام المالي:** لخدمة متطلبات واحتياجات جميع شرائح المجتمع، هناك حاجة ملحة لتوسعة السوق المالي، من خلال اتاحة الفرصة لفاعلين جدد للدخول للنظام المالي مما يساهم في نمو القطاع المصرفي أيضا. (Anupama & Sumia , march 2013, p. 16)

ومن ناحية أخرى فقد حددت الأمم المتحدة أهداف الشمول المالي في ثلاث نقاط أساسية تتمثل في الآتي: (المعهد المصرفي المصري، 2019، صفحة 02)

- تيسير حصول الأسر على مجموعة كاملة من الخدمات المالية بتكلفة معقولة ومناسبة على أن تشمل تلك الخدمات: الودائع الادخارية، خدمات الدفع والتحويل، الائتمان والتأمين.
- الوصول إلى مؤسسات على درجة جيدة من المهنية والشفافية وتدار بقواعد واضحة ومعايير لتقييم الأداء.
- تعزيز المنافسة بين المؤسسات مما يتيح المزيد من الخيارات للعملاء ويقلل من تكلفة المنتجات والخدمات المالية المقدمة.

4.1.1. ركائز الشمول المالي

هناك عدة محاور أساسية يرتكز عليها تطبيق البنوك المركزية للشمول المالي ميدانيا، ولعل من أبرز هذه الركائز ما قدمه صندوق النقد العربي في نشرته التعريفية حول الشمول المالي، والتي اعتمدتها العديد من الدول في صياغة استراتيجيتها الوطنية، ويمكن عرضها في النقاط التالية:

- **دعم البنية التحتية المالية:**

يتعين تحديد أولويات تجهيز هذه البنية التحتية لتعزيز وتيسير وصول الأفراد إلى الخدمات المالية، وتتضمن تلك الأولويات ما يلي:

- بيئة تشريعية: توفير بيئة تشريعية ملائمة بما يدعم مبدأ الشمول المالي من خلال إصدار وتعديل التعليمات واللوائح التي تنظم ما سلف من أولويات. وتوجه المؤسسات المالية للعمل على تيسير انخراط الأفراد في النظام المالي الرسمي خاصة بالنسبة لشروط فتح الحسابات المالية. (بنك الجزائر، 2023، صفحة 03)
- الانتشار: يعتبر الطلب على الخدمات المصرفية بأنه يتواجد حيث يتواجد البنك، ذلك لأن البنوك صانعة لأسواقها، وليست الأسواق صانعة للبنوك (محمود المكاوي، 2012، صفحة 347)، لذلك يجب على البنوك والمؤسسات المالية نشر شبكة من الفروع تغطي مختلف أسواقها المستهدفة بما يحقق للعميل القدرة على الوصول والاستفادة من الخدمات التي تقدمها. (اتحاد المصارف العربية، 2023)
- تطوير نظم الدفع والتسوية: لتسهيل تنفيذ العمليات المالية وتسويتها بين المقدمين في الموعد المناسب لضمان استمرارية تقديم الخدمات.
- توفير قواعد بيانات شاملة: العمل على تفعيل دور مكاتب الاستعلام الائتماني، وإنشاء قواعد بيانات شاملة تتضمن سجلات البيانات الائتمانية التاريخية للأفراد والمؤسسات، واتخاذ ما يلزم من إجراءات

للتأكد من حصول مقدمي الخدمات والعملاء على المعلومات التي يحتاجونها لضمان الشفافية وحماية حقوق كل منهم.

- **حماية مستهلكي الخدمات المالية:** حماية زبائن البنك من مخاطر الاحتيال المالي الذي قد يتعرضون له في معاملاتهم البنكية (حماية ودائعهم ومدخراتهم وغيرها من الأصول المالية) التي تقع في دائرة معاملاتهم مع البنك من خلال وضع سياسات وإجراءات تكفل حصولهم على مختلف الخدمات المالية في إطار متكامل من الشفافية والإفصاح في التعامل المالي وبما يكفل الاطلاع على المزايا والمخاطر وبما يضمن حصولهم على حقوقهم وعدم الإضرار بمصالحهم وخاصة الزبائن محدودي الدخل والتعليم عن طريق تقديم خدمات مناسبة لإمكانياتهم واحتياجاتهم فضلا عن وضع أنظمة فعالة للرقابة الداخلية تتسم بالكفاءة والدقة وحماية المعلومات المالية والشخصية لزبائنها (حماية سرية وخصوصية المعلومات) عن طريق توفير الأنظمة الآمنة للتعاملات الإلكترونية. (علي حسين، 2020، صفحة 51)
- **تطوير منتجات وخدمات مالية جديدة:**

تسعى البنوك المركزية باعتبارها المخول بتطبيق استراتيجية الشمول المالي في الدول إلى تحفيز القطاع المالي وخاصة المصارف لغرض تعزيز الشمول المالي من خلال التنويع في خدماتها المقدمة لتلبي احتياجات شرائح مختلفة من المجتمع وبالأخص الفئة الفقيرة، وبالتالي يقع على عاتق مقدمي الخدمات المالية مهمة تطوير الخدمات والمنتجات المالية أخذا في الاعتبار ما يلي: (فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي، 2017، صفحة 10)

- مراعات 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 على الإقراض والتمويل.
- التشجيع على المنافسة بين مقدمي المنتجات والخدمات المالية، بما يمكن العملاء من الوصول إلى منتجات وخدمات متنوعة وعالية الجودة، بسهولة وبتكاليف معقولة.
- 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 فئات المجتمع.
- إتاحة التدريب لموظفي مقدمي الخدمات المالية المتخصصين في هذا المجال.

- **التثقيف المالي:**

يمثل التثقيف المالي الطريقة التي تهدف إلى جعل الأفراد أكثر استعدادا لإدارة أموالهم، والوصول إلى تحقيق أهدافهم وتحسين رفاهيتهم المالية (عبيد، 2023، صفحة 47)، كما أنها تكسب الأفراد القدرات المالية اللازمة لإدارة الأموال بشكل فعال، والتخطيط للمستقبل والتعامل مع مختلف الصعوبات المالية. (صباغ، 2020، صفحة 514) وتعتبر الثقافة المالية حجر الأساس لتحقيق الشمول المالي، حيث باتت مسألة ضرورية لاتخاذ القرارات المالية السليمة، فغياب الثقافة المالية يؤدي إلى تراكم الديون أو التخلف عن سداد القروض وغيرها من المخاطر التي قد تصل للإفلاس، لذلك لابد من أن تستهدف برامج التعليم المالي المسطرة من الدولة وهيئاتها جميع فئات المجتمع، خصوصا النساء والشباب والفئات محدودة الداخل وساكني الأرياف، بالإضافة لطلاب المدراس لبناء جيل واع ماليا وله دراية بالتزامات استخدام الخدمات المالية، والتي نعرض أهمها في الآتي: (الطيب، 2020، صفحة 15)

- التأكد من أن المؤسسة المالية التي يتعامل معها تخضع لرقابة جهة رسمية، كما يجب أن تكون له معرفة بالمستندات المطلوبة لإتمام الحصول على الخدمة.
- قراءة كافة التفاصيل والشروط والأحكام المتعلقة بالخدمات المالية.
- معرفة التكلفة المرتبطة بكل خدمة ومقارنة هذه التكلفة بين مزودي الخدمات المالية لاختيار أفضلها.
- المقارنة بين تكلفة الحصول على الخدمة وقدرته على السداد، خاصة بالنسبة للقروض.
- فيما يتعلق بالبطاقات الائتمانية، لابد من الاطلاع على كافة المعلومات المتعلقة بها كرسوم الاصدار والمصروفات بما فيها ما يتعلق بالتمويل وحدود الائتمان.
- عليه تنويع استثماراته وتجنب تركزها في جانب واحد من التوظيفات المالية.
- تحمل المسؤولية عن سرية بيانات التعاملات المالية ومعلوماته الشخصية.
- عدم التصريح عن أي بيانات تتعلق بالحساب المصرفي في حالة ورود أي مكالمة أو رسالة مشبوهة.
- يتعين عليه الاحتفاظ بكافة المستندات التي ترتبط بتعاملاته المالية للرجوع إليها عند وقوع نزاعات.

- الانتباه إلى أن التخلف عن سداد مدفوعات القروض أو البطاقات الائتمانية أو عدم الوفاء بالشيكات في موعدها يعرضه للمسؤولية القانونية ويتم تسجيلها في سجل التقارير الائتمانية الخاصة به.

وفي ظل التحول الرقمي الذي شهده القطاع المالي وتوجه المؤسسات المالية والمصرفية لتقديم خدماتها عبر قنوات التوزيع الإلكترونية المختلفة يمكننا أن نضيف إلى الركائز التي سبق ذكرها العنصر الآتي:

- **الثقافة التكنولوجية:** وعرفت بأنها مجموعة المعارف والمعلومات التي يمتلكها الفرد عن المستحدثات التكنولوجية مثل معنى الشبكات ومعنى الانترنت ومميزاته وعيوبه ووسائله الإعلامية مثل الفايسبوك واليوتيوب واستخدام الهاتف المحمول وخدمات الرسائل النصية، وتمكنه من التعامل مع جميع المستجدات التكنولوجية والأجهزة الرقمية، ومجموعة المهارات التي تمكنه من التواصل مع الآخرين عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة، والتعامل مع عالم التقنية المتطورة ومجموعة الاتجاهات والآداب والسلوكيات التي يتبناها اتجاه استخدام التكنولوجيا الحديثة. (مسلم البحرات، 2021، صفحة 253)

وقد دمج مؤخرا العديد من الباحثين بين التثقيف المالي والتحكم في التكنولوجيا وذلك من خلال مصطلح "الثقافة المالية الرقمية" (DFL)، والتي تعني تزويد الأفراد بالمعرفة والفهم المرتبطين بالتكنولوجيا المالية، مما يعزز الوعي والإدراك بالخدمات المالية الرقمية واستخدامها على نطاق أوسع، ويؤدي في النهاية إلى تحقيق الشمول المالي الرقمي. وتؤثر الثقافة المالية الرقمية بشكل إيجابي على إدراك الأفراد للمخاطر المرتبطة باستخدام الخدمات الرقمية وتقليل امكانية حدوث أي أخطاء أو عمليات احتيال، وترتبط المستويات العالية من الثقافة المالية الرقمية بزيادة الثقة في استخدام الخدمات المالية الرقمية، مما يسهم في تكوين موقف إيجابي تجاه النظام المالي الرسمي، وتمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مدروسة، وزيادة مستوى الأمان. (Amnas, 2024, p. 05)

5.1.1. مبادئ الشمول المالي:

تهدف مبادئ الشمول المالي إلى المساعدة في إنشاء سياسة تمكينية وبيئة تنظيمية تمكن من تعزيز الإدماج المالي للأفراد، حيث ستحدد البيئة التمكينية بشكل حاسم مدى سرعة إغلاق فجوة الوصول إلى الخدمات المالية للأفراد المستبعدين حاليا، وتستمد مبادئ الشمول المالي المبتكر هذه من الخبرات والدروس المستفادة من صناع السياسات في جميع أنحاء العالم، وخاصة قادة البلدان النامية، وقد حددت مجموعة العشرون مبادئ الشمول المالي فيما يلي: (CGAP, October 2011, p. 51)

- **القيادة:** تنمية التزام حكومي واسع النطاق بالشمول المالي للمساعدة في التخفيف من حدة الفقر.

- **التنوع:** تنفيذ السياسات التي من شأنها تعزيز المنافسة على تقديم الخدمات المالية، وتوفر حوافز لمقدمي الخدمات المالية لتوفير الوصول المالي المستدام واستخدام مجموعة واسعة من الخدمات بأسعار معقولة، فضلا عن تنويع الخدمات المقدمة.
- **الابتكار:** تعزيز الابتكار التكنولوجي كوسيلة للتوسع المالي وتسهيل وصول الافراد إلى النظام المالي واستخدامه، بما في ذلك عن طريق معالجة نقاط الضعف في البنية التحتية والمتعلقة بضعف الانتشار الجغرافي لفروع البنوك والمؤسسات المالية.
- **الحماية:** تشجيع اتباع نهج شامل لحماية المستهلك ومقدمي الخدمات خاصة في ظل النشاط الإلكتروني.
- **التمكين:** تطوير الثقافة المالية والقدرة المالية للعملاء حتى يتمكنوا من الوصول واستخدام الخدمات المالية المعروضة.
- **التعاون:** خلق بيئة عمل ذات خطوط واضحة للمساءلة والتنسيق وكذلك تشجيع الشراكات والتشاور بين جميع الفاعلين في القطاع المالي.
- **المعرفة:** استخدام البيانات والإحصاءات الضرورية لوضع سياسات قائمة على الأدلة، وقياس التطور في الوصول للخدمات المالية، لتحسين وصياغة السياسات التنظيمية المناسبة لمعالجة الاستبعاد المالي.
- **التناسب:** بناء إطار سياسي وتنظيمي يتناسب مع المخاطر والفوائد التي تنطوي عليها المنتجات والخدمات المالية المبتكرة، ويستند إلى فهم الثغرات والعوائق في التنظيم الحالي.
- **الإطار التنظيمي:** ضرورة خلق نظام مناسب ومرن وقائم على إدارة المخاطر لمكافحة غسيل الأموال وتمويل الإرهاب، وتحديد شروط الترخيص للوكلاء للوساطة المالية مع العملاء، وصياغة نظام تنظيمي واضح لقيمة النقود المخزنة إلكترونيا، إضافة لتحقيق قابلية التشغيل البيني على نطاق واسع.

وتعكس هذه المبادئ الظروف المواتية لتحفيز الابتكار من أجل تحقيق الشمول المالي والاستقرار المالي وحماية المستهلكين، وهي ليست مجموعة صارمة من المتطلبات ولكنها مصممة للمساعدة في توجيه صناع السياسات في عملية صنع القرار، خاصة وأنها تتسم بالمرونة الكافية بحيث يمكن تكييفها مع ظروف واستراتيجية البلدان المختلفة.

6.1.1. أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياسه:

ينظر إلى الشمول المالي على أنه هدف وطني وعالمي متعدد الأطراف، ولهذا فقد لقى اهتمام من قبل العديد من المؤسسات والهيئات العالمية الفاعلة في القطاع المالي، وتبعا لتطور مفهومه واختلاف المنظور الذي تناولته منه كل هيئة فقد تعددت أبعاده وتوسعت، فمثلا حاول البنك الدولي بداية حصر أبعاد للشمول المالي في: استخدام الحسابات البنكية، الادخار، الاقراض، المدفوعات والتأمين. ويمكن تقديم أبعاد الشمول المالي ومؤشراته حسب اختلاف الهيئات المصدرة لها وفق ما يلي:

أولا: الشراكة العالمية للشمول المالي (GPFI)

خلال اجتماع قادة مجموعة العشرين (G20) سنة 2011 تم الاتفاق على ضرورة استحداث منظمة عالمية تهتم بشؤون الشمول المالي، فتم إنشاء الشراكة العالمية للشمول المالي (GPFI) وذلك بهدف تعزيز الشمول المالي العالمي، حيث كان لها الفضل فيما بعد في تطوير مجموعة من المؤشرات لقياس الشمول المالي وفق ثلاثة أبعاد رئيسية، (زايخ، 2024، صفحة 256) والتي نظرا لأهميتها واعتمادها عالميا حاولنا التفصيل فيها أكثر مقارنة بما صدر عن هيئات أخرى، ويمكن عرضها كالآتي:

- الوصول للخدمات المالية: ويشير إلى القدرة على النفاذ للخدمات المالية للمؤسسات الرسمية، حيث يتطلب تحديد مستويات الوصول إلى تحديد وتحليل العوائق المحتملة لفتح واستخدام حساب مصرفي مثل القرب من نقاط تقديم الخدمات المصرفية، ويمكن الحصول على بيانات تتعلق بإمكانية الوصول للخدمات المالية من خلال المعلومات التي تقدمها المؤسسات المالية. (شنبي، 2018، صفحة 109)

كما يعبر الوصول عن نقطة دخول المستخدم، وهي الخط الأساسي لقدرة العميل على فتح منتجات الدفع الرقمية التي تقدمها المؤسسات المالية الرسمية، هذا يعني أنه يمكن للفرد أو الشركة تلبية متطلبات التسجيل الضرورية والتنقل بينها، وأن الحسابات مرتبطة بالبنية الأساسية اللازمة لإجراء أدوات الدفع الرقمية، وهذا يعني أيضا أن المستخدم لا يواجه عوائق في الوصول المادي ولا تمنعه اللغة في التسجيل. (CENFRI، 2022، صفحة 43) ومن المهم الإشارة هنا أن اعتماد الخدمات المالية الرقمية، قلل من أهمية المؤشرات التقليدية للوصول التي تعتمد على الانتشار الجغرافي الذي يقاس بعدد الفروع وأجهزة الصراف الآلي، حيث أن بعد المسافة لم يعد في أغلب الأحيان يشكل حاجزا أمام العملاء في تعاملاتهم المالية، لكن يبقى له أهمية خاصة فيما تعلق بسحب الأموال عبر الصراف الآلي، أو تسديد ثمن المشتريات في المحلات التجارية عبر أجهزة الدفع الإلكتروني. (الشمري، 2019، صفحة 571)

ومن أجل القدرة على قياس أبعاد الشمول المالي بشكل دقيق قامت كل من مجموعة العشرين (G20) والشراكة العالمية للشمول المالي بصياغة مؤشرات فرعية متعلقة بكل بعد، ويمكن عرض مؤشرات قياس بعد الوصول إلى الخدمات المالية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (01): مؤشرات الوصول للخدمات المالية

الرقم	الفئة	المؤشر	المتغير
1	نقاط تقديم الخدمة	عدد الفروع لكل 100،000 بالغ	النقاط المادية لتقديم الخدمة
2		عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 100،000 بالغ	
3		عدد أجهزة الدفع الإلكتروني لكل 100،000 شخص من اجمالي السكان	
4	الحسابات الإلكترونية	عدد الحسابات الإلكترونية للدفع عبر الهاتف المحمول	الخدمات عبر الهاتف المحمول
5	التشغيل البيني لنقاط تقديم الخدمة	المؤشر المشترك لقابلية التشغيل البيني لأجهزة الصراف الآلي	التشغيل البيني لنقاط تقديم الخدمة
		قابلية التشغيل البيني لأجهزة الدفع الإلكتروني	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات مجموعة العشرين ,Global partnership for Financial inclusion) 2023)

يظهر الجدول رقم 01 أن الوصول للخدمات المالية يقاس من خلال ثلاث محاور أساسية هي الانتشار الجغرافي الذي يقاس بعدد الفروع البنكية، عدد أجهزة الصراف الآلي، وعدد أجهزة الدفع الإلكتروني، ومن ناحية أخرى يقاس الوصول عن بعد بعدد الحسابات المالية المفتوحة عبر الوسائط الإلكترونية والمشغلة عبر الهاتف المحمول، أما بالنسبة للعنصر الثالث فيتمثل بقابلية التشغيل البيني والتي تحدد قدرة العملاء على استخدام أجهزة الصراف الآلي والدفع الإلكتروني لمختلف البنوك والمؤسسات المالية بدون ضرورة الالتزام بالتعامل مع الأجهزة التي تتيحها المؤسسة التي يملك فيها العميل حساب فقط.

- استخدام الخدمات المالية: إن البيئة التمكينية التي يعمل فيها القطاع المالي، والتي يتم تعريفها على أنها الشروط والقواعد التنظيمية والمتطلبات التي تتيح توفير المنتجات المناسبة، هي نقطة الانطلاق نحو الشمول المالي، بعد ذلك ينظر إلى الشمول المالي عادة على أنه التقدم من الوصول إلى الخدمات

المالية، إلى استيعاب هذه الخدمات عن طريق التسجيل للحصول عليها أو تلبية متطلبات الأهلية اللازمة، إلى المشاركة الفعلية في الخدمة أو استخدامها. (شنيتر، 2020، صفحة 188) حيث أن زيادة الوصول لا تعني بالضرورة تحقيق مستوى أعلى من الشمول المالي. فحسب (Noelia & David , September 2014, p. 09) هناك عتبة لحجم الوصول للخدمات المالية، والتي تصبح عندها أي زيادة في الوصول لا تعني بالضرورة زيادة في مستوى الشمول المالي.

ويشير استخدام الخدمات المالية إلى مدى انتظام وتواتر النشاط المالي للأفراد عبر فترة زمنية معينة. (فلاق، 2020، صفحة 307)

ومن أجل القدرة على قياس أبعاد الشمول المالي بشكل دقيق قامت كل من مجموعة العشرين (G20) والشراكة العالمية للشمول المالي بصياغة مؤشرات فرعية متعلقة بكل بعد، ويمكن عرض مؤشرات قياس بعد استخدام الخدمات المالية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (02): مؤشرات استخدام الخدمات المالية

الرقم	الفئة	المؤشر	المتغير
1	البالغين المنتمين للنظام البنكي الرسمي	نسبة البالغين الذين يملكون حساب في مؤسسة مالية رسمية	الأفراد
		عدد المودعين لكل 1000 بالغ أو عدد حسابات الإيداع لكل 1000 بالغ	
2	البالغين المقترضين من المؤسسات الرسمية	نسبة البالغين الذين سبق وأن اقترضوا من المؤسسات المالية الرسمية على الأقل مرة واحدة	الأفراد
		عدد المقترضين لكل 1000 بالغ أو عدد القروض لكل 1000 بالغ	
3	البالغين المؤمنين اجتماعيا	عدد حاملي بطاقة التأمين لكل 1000 بالغ	الأفراد
4	المعاملات غير النقدية	عدد عمليات الدفع وتحويل الأموال عن طريق شيك أو بطاقة بنكية	الأفراد
5	المعاملات عبر الهاتف المحمول	نسبة البالغين الذين يقومون بعمليات الدفع عبر الهاتف المحمول	الأفراد

6	نشاط الحساب المصرفي	نسبة البالغين الذين يملكون حسابات نشطة في مؤسسات رسمية	الأفراد
7	الميل إلى الادخار	الادخار في المؤسسات المالية خلال السنوات الماضية	الأفراد
8	التحويلات المالية	نسبة البالغين الذين يتلقون تحويلات مالية محلية أو من الخارج	الأفراد
9	المؤسسات المنخرطة في النظام المالي الرسمي	نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي لها حساب في مؤسسة مالية رسمية	المؤسسات
		عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمتلك حساب إيداع أو عدد حسابات الإيداع للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	
10	المؤسسات التي لها قروض	نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي سبق واقترضت	المؤسسات
		عدد القروض بالنسبة لعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات مجموعة العشرين ,Global partnership for Financial inclusion) 2023)

يقسم الجدول رقم 02 بعد استخدام الخدمات المالية حسب طبيعة المستخدم إلى: الأفراد والمؤسسات، حيث أن لكل منهم شكل قانوني معين يتم التعامل معه على أساسه، كما أنه يوجد اختلاف في نوع الخدمات الموجهة لكل فئة تبعا للخصائص التي تتمتع بها، وهذ من أجل اضفاء مصداقية أكبر على طبيعة المقاييس الموضوعة.

- جودة الخدمات المالية: يمكن تعريف الجودة على أنها بعد تقييم كيفية تلبية الخدمات المالية لاحتياجات مستخدميها من مختلف الجوانب خاصة ما يتعلق بالقدرة على تحمل التكاليف، الثقة، المعاملة العادلة، توفر الخيارات، التعليم المالي، إضافة إلى الجوانب الأخرى المتصلة بحماية المستهلك وغيرها. (AFI core set of financial inclusion indicators, 2013) وعلى العموم فإن تقديم الخدمات بجودة عالية يؤدي إلى رضا الزبائن وولائهم وتحسين معدلات الاحتفاظ بالزبون إلى حد كبير. (عزيز أحمد، 2022، صفحة 386) وبالرغم من تصور الجودة على أنها من المواضيع الأكثر تعقيدا من الناحية المفاهيمية ومن حيث القياس، فقد قدمت كل من مجموعة العشرين (G20) والشراكة العالمية للشمول المالي مجموعة من المؤشرات التي يمكن من خلاله تقييم مستوى جودة الخدمة والتي ندرجها في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): مؤشرات جودة الخدمات المالية

الرقم	الفئة	المؤشر	المتغير
1	المعرفة المالية	مستوى الثقافة المالية (قدرة الفرد على معرفة مختلف المتغيرات المالية)	الثقافة المالية
2	السلوك المالي	مصدر الاقتراض: من الاقراب والأصدقاء أو من المؤسسات المالية الرسمية	الثقافة المالية
3	متطلبات الإفصاح	مؤشر الإفصاح: يشمل اطلاع العميل عن مختلف المعطيات المتعلقة بالخدمة، وعدم وجود شروط مخفية في الخدمة المقدمة	الشفافية وحماية المستهلك
4	حل النزاعات	مؤشر يعكس وجود آليات رسمية لحل النزاعات بين العميل ومقدم الخدمة	الشفافية وحماية المستهلك
5	تكلفة الاستخدام	متوسط تكلفة فتح حساب مالي	عوائق الاستخدام
6		متوسط تكلفة تسيير الحساب المالي	عوائق الاستخدام
7		متوسط تكلفة تحويل الأموال	عوائق الاستخدام
8	عوائق الاقتراض	نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الملزمة لتقديم ضمانات على القروض	عوائق الاستخدام
9		الحواجز المعلوماتية للحصول على قرض	عوائق الاستخدام

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات مجموعة العشرين ,Global partnership for Financial inclusion) 2023)

من الجدول أعلاه يتبين أنه يمكن قياس جودة الخدمات المالية من خلال المؤشرات التالية:

- ✓ عوائق الاستخدام: وتتعلق بتكاليف الخدمات المقدمة والمتمثلة في الاقتطاعات والعمولات التي تفرضها البنوك والمؤسسات المالية على عملائها، والتي ينبغي أن تتلاءم مع القدرة المالية للعميل على تحملها وتتناسب مع ما يحصل عليه من منفعة.
- ✓ الشفافية وحماية المستهلك: تعتبر الشفافية الضمان لجميع العملاء للوصول إلى المعلومات ذات العلاقة بالمنتجات والخدمات المالية، وبالتالي يستطيع العملاء اتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق باستخدامهم للخدمات المالية، ويجب على مقدمي الخدمة التأكد من أن هذه المعلومات سهلة

وواضحة، ويمكن تحقيقها من خلال عرض مختلف المعلومات المتعلقة بالخدمات المقدمة من ناحية الاسعار والعمولات، وكذلك تقديم نماذج لوصف الخدمة في حالة تعقيدها. أما بالنسبة لحماية المستهلك فقد أكد البنك الدولي في أكثر من تقرير ودراسة على أن أطر حماية المستهلك المالية، تغرس الثقة في المنتجات والخدمات الاستهلاكية للقطاع المالي، وبالتالي يمكن أن تكون مثل هذه الأطر عوامل تمكين مهمة لاستيعاب المنتجات والخدمات المالية. (نوفل، 2023، صفحة 340)

- ✓ التثقيف المالي: يقع على عاتق المؤسسات المالية مسؤولية توعية الأفراد ماليا، ويتم ذلك بتنظيم أيام إعلامية وخرجات تحسيسية، إضافة للالتزام بالمشاركة في مختلف التظاهرات المهنية والأكاديمية، وذلك للتقرب من مختلف الفاعلين في القطاع المالي، إضافة لتعريف الزبائن الحاليين والمحتملين بمميزات الانخراط في النظام المالي الرسمي، ومساعدتهم على إدارة أموالهم.

ثانيا: البنك المركزي الماليزي

بالاستفادة من مجموعة "AFI Core Set" التي صاغتها مجموعة عمل بيانات الشمول المالي التابعة ل AFI (FIDWG)، قام البنك المركزي الماليزي بتطوير مؤشرات الأداء الرئيسية للشمول المالي من خلال تحديد أربعة أبعاد للشمول المالي، والتي نوجزها كالتالي: (Irving Fisher Committee, January 2015, p. 07)

- سهولة الوصول: يشير إلى توفر الخدمات المالية من خلال نقاط الوصول مثل الفروع البنكية وأجهزة الصراف الآلي.
- معدل الاقبال على المنتجات المالية: يركز على نسبة استخدام السكان للمنتجات المالية، ويتم قياسه من خلال نسبة البالغين الذين يملكون حاب إيداع، نسبة من لديهم ودائع وقروض، نسبة من لديهم تأمين.
- الاستخدام المسؤول: يعكس مدى استخدام الخدمات المالية بشكل منتظم وفعال، ويتم قياسه نسبة العملاء الذين لديهم حسابات ودائع نشطة، حسابات قروض/ تمويل عاملة.
- مستوى الرضا: يقيس جودة الخدمات المالية من خلال رضا العملاء، ويعتمد قياسه على نسبة العملاء الراضين عن الخدمات بناءا على استطلاعات.

ثالثا: مؤسسة بيل وميليندا غيتس

تتضمن قاعدة بيانات المؤشر العالمي للشمول المالي (Global Findex) التي يصدرها البنك الدولي، والتي يدعمها مؤسسة بيل وميليندا غيتس، خمسة محاور أساسية تعكس مدى الشمول المالي عالميا، وتتمثل في: (The global Financial Index, 2011)

- استخدام الحسابات البنكية: يقيس نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات في المؤسسات المالية الرسمية (مثل البنوك، مؤسسات التمويل المصغر)، ويسلط الضوء على الفجوات بين الجنسيين ومستويات الدخل وكذا الانتشار الجغرافي.
- الادخار: يتناول كيفية ادخار الأشخاص للأموال، سواء من خلال مؤسسات رسمية أو طرق غير رسمية مثل الجمعيات الخيرية، ويركز على أسباب الادخار مثل الطوارئ، التعليم، الاستثمار.
- الاقتراض: يقيس مدى اعتماد الاشخاص على الاقتراض من المؤسسات المالية الرسمية أو لجوئهم للاقتراض من الأقارب والأصدقاء، ويحدد الغرض من الاقتراض سواء كان للتمويل أو للاستهلاك.
- المدفوعات: يركز على استخدام الطرق الرقمية أو النقدية لإجراء واستلام المدفوعات، مثل الرواتب، التحويلات المالية عبر البنوك، فواتير الخدمات.
- التأمين: يقيس امكانية الوصول لمنتجات التأمين والاستفادة منها، مثل التأمين الصحي، الزراعي، التأمين على الحياة وغيرها.

رابعا: البنك المركزي الأردني

حاول البنك المركزي الأردني تحديد مؤشرات شاملة لقياس الشمول المالي بتصنيفها إلى نوعين: (Central Bank of Jordan, 2018, p. 79)

مؤشرات جانب العرض والتي تتضمن:

- الوصول واستخدام الخدمات المالية: نسب الحسابات مالية، الاقتراض، المدفوعات، التأمين، الانتشار الجغرافي (الفروع، أجهزة الصراف الآلي والدفع الإلكتروني).
- الشفافية وحماية المستهلك: وتتعلق بدرجة افصاح المؤسسات المالية عن بياناتها المالية ومختلف التفاصيل المتعلقة بخدماتها.

أما مؤشرات جانب الطلب فتتضمن:

- استخدام الخدمات المالية: وتتعلق بامتلاك حسابات مالية في مؤسسات رسمية، الاقتراض، المدفوعات، التأمين.

- الثقافة والقدرة المالية: وتتعلق بمعرفة الأفراد حول مختلف المتغيرات المالية مثل التضخم، التأمين، المخاطرة المالية، الادخار.
- حماية العميل: وتتعلق بمعرفة العميل بمختلف تكاليف فتح وتسيير الحساب المالي، قراءة شروط العقد قبل توقيعه، توضيح المؤسسات المالية لمختلف الشروط المتعلقة بخدماتها.
- مؤشرات أخرى: وتتعلق بقدرة الأفراد على امتلاك واستخدام الهواتف المحمولة والولوج للإنترنت.

7.1.1. التحديات التي تواجه الشمول المالي

يواجه الشمول المالي العديد من التحديات التي تحد من تطبيقه سواء على المستوى الدولي أو المحلي وخاصة في الدول النامية، وقد تكون هذه المعوقات ناتجة من جانب العملاء طالبي الخدمات أو من جانب البنوك والمؤسسات المالية المقدمة لهذه الخدمات، وتتمثل أهم التحديات التي تواجه الشمول المالي عموما فيما يلي:

- **نقص الوعي المالي:** ويقصد به ارتفاع مستويات الأمية المالية وغياب الوعي المالي والذي يترتب عليه جهل بعض الأفراد بالعروض المقدمة من المؤسسات المالية الرسمية، واجراءات التعامل معها. (كاظم العنبكي، 2021، صفحة 156)
- **تكلفة الخدمات:** إن ارتفاع الأسعار أو تكاليف الخدمات المالية كفوائد الوساطة المالية، التكاليف المتعلقة بالحسابات البسيطة، والمصاريف الثابتة لمعاملات، بالإضافة إلى الرسوم السنوية والتي تجعل من المعاملات البسيطة مكلفة ولا يمكن تحملها لأغلبية الأفراد في الاقتصاديات ذات الدخل المنخفض وهو ما يؤدي للاستبعاد المالي. (سعيد، 2023، صفحة 537)
- **محدودية الانتشار الجغرافي:** عادة ما ترتفع احتمالية تمتع سكان المناطق الحضرية بإمكانية الوصول واستخدام الخدمات المالية مقارنة بسكان الأرياف، وربما يعود ذلك أساسا لتركز معظم مقدمي الخدمات المالية الرسمية وفروعهم في المناطق الحضرية، خاصة وأن هذه الاخيرة تتوفر على مختلف العوامل الضرورية لممارسة نشاطها. (العراقي، 2020، صفحة 190)
- **تنوع الخدمات:** إن قدرة الأفراد على الوصول إلى الخدمات المالية للمؤسسات المالية الرسمية لا يعني بالضرورة استخدامها، وذلك لأنه في العديد من الحالات لا تتوافق هذه الخدمات والمنتجات مع متطلبات العملاء فمثلا بالنسبة لذوي الدخل المنخفض وهي من أهم الفئات المستهدفة من برامج الشمول المالي،

يجب أن تخصص لهم خدمات تتناسب مع إمكاناتهم (التكلفة، شروط التمويل وإجراءات السداد، استخدامات مبلغ التمويل). (نعيمي، 2023، صفحة 56)

- **الإطار التشريعي:** في حالات كثيرة فإن الخدمات المالية تكون غير متاحة للأفراد والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بسبب غياب الأطر التنظيمية المناسبة خصوصا بالنسبة للمعاملات الإلكترونية. (الحسناوي، 2020، صفحة 38)
- **البطالة:** إن ارتفاع مستويات البطالة وعدم ملكية الأفراد لوثيقة تثبت دخلهم الشهري، يدفع فئة كبيرة من الأفراد لممارسة تعاملاتها المالية خارج النظام المالي الرسمي. (النقيرة، 2019، صفحة 434)
- **الحواجز المؤسساتية:** وتشمل عدم التكيف مع المتغيرات الجديدة التي تفرضها البيئة المالية والمصرفية، كالفهم المحدود لاحتياجات الزبائن، النقص في جودة الخدمات المقدمة أو انعدامها، (حمدي، 2021، صفحة 169) والذي ينتج عن بطؤ تطور المؤسسات المالية المصرفية وغير المصرفية ما يؤدي إلى ضعف المنافسة في القطاع وعدم القدرة على تلبية تطلعات العملاء. (الجبلي، 2021، صفحة 77)
- **فجوة الثقة في التحول الرقمي:** هناك تحد يتمثل في جانب الطلب، وهو فجوة الثقة ومستويات الوعي المالي لدى العملاء لاسيما كبار السن، فهم يحجمون عن التعامل بالخدمات المالية الرقمية بدافع الخوف من القرصنة والاحتيال الإلكتروني، وبسبب عدم الثقة في الأعمال الرقمية بصفة عامة. فالإنسان بطبعه يميل إلى استخدام ما تعود عليه أو ما هو مضمون، مقارنة مع تجريب ما هو جديد. (شحادة، 2022، صفحة 71)
- **تدني مستويات الدخل الفردي وعدم العدالة في توزيعه:** إن انخفاض الناتج القومي المحلي الإجمال، ومن ثمة تراجع متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي، ينتج عنه انخفاض معدلات الادخار القومي لعدم كفاية الدخل للمتطلبات المعيشية لغالبية السكان، لذلك تنعدم إمكانيات تعاملهم مع البنوك والمؤسسات المالية بشكل عام بسبب عدم كفاية الدخول. إضافة لهذا فإن عدم العدالة في توزيع الدخل القومي ستمكن القلة التي تتميز بالدخول المرتفعة من التعامل مع المؤسسات المالية الرسمية حتى مع الشروط الصعبة والاقتطاعات المرتفعة التي تفرضها، وبالتالي تزيد من الفجوة والاستبعاد المالي للفئات ذات الدخل المنخفض والتي تمثل الأغلبية. (عبد الصادق جعفر، 2020، صفحة 495)
- **زيادة حجم الاقتصاد غير الرسمي:** يطلق هذا المصطلح على كافة المتعاملين في قطاعات الصناعة والتجارة والخدمات من غير الملتزمين بالنظم والقوانين (نشاطهم المالي لا يخضع للرقابة الجبائية) ومن

ثم يطلق عليها الصناعات ذات الأسواق العشوائية، وهي تلك الاقتصاديات التي لا تدخل في مكونات الاقتصاد الرسمي للدولة وذلك لعدم وجود أي من المستندات التي تثبت نشاطها من معاملات مالية وتجارية وهو ما يعد تحدي كبير أمام مفهوم الشمول المالي الذي يهدف إلى تحويل ذلك القطاع الغير رسمي إلى التعامل داخل النظام المالي الرسمي. (مختار القاضي، 2021، صفحة 96)

- **الالتزامات الجبائية:** اذ تحد عمليات دفع الزبائن لمستحقاتهم إلكترونيا من التهرب الضريبي للتجار وذلك لأن هذا النوع من المعاملات يتطلب امتلاك حسابات مالية في مؤسسات رسمية. (طبيب، 2017، صفحة 82)
- **العوامل السلوكية:** يعد الشمول المالي أكثر تعقيدا من مجرد إزالة الحواجز البنيوية، إذ تلعب العوامل السلوكية دورا أساسيا في تشكيل قرارات الأفراد المالية وقدرتهم على الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية. ومن أهم هذه العوامل نذكر: إدراك المخاطر، حيث قد يبالغ الأفراد في تقدير احتمالية النتائج السلبية ويقللون من تقدير الفوائد المحتملة مما يدفعهم لتجنب منتجات مالية قد تكون مفيدة لهم. كما تعد الثقة الزائدة تحيزا سلوكيا آخر، إذ يظن بعض الأفراد أنهم أكثر معرفة وكفاءة مما هم عليه فعليا، فيمتنعون عن طلب المشورة أو المشاركة في برامج التثقيف المالي، مما يحد من قدرتهم على تحسين أوضاعهم المالية. ويضاف إلى ذلك الانحياز للمنفعة الآنية، حيث يفضل الأفراد المكافآت الفورية على الفوائد طويلة الأجل، ما يؤدي إلى ضعف في الادخار والاستثمار ويكرس دوائر الفقر والهشاشة. فضلا عن ذلك، تلعب الأعراف الاجتماعية والثقافية دورا محوريا في توجيه السلوك المالي، إذ تختلف النظرة إلى الادخار والاقتراض من مجتمع لآخر، وقد ترتبط بعض التصرفات المالية بوصمة اجتماعية، مما يدفع الأفراد نحو الاعتماد على خدمات مالية غير رسمية، مثل تأثير: العائلة، الزملاء، الأصدقاء. (Nwosu, 2024, p. 206)

8.1.1. الخطوات العملية لبناء وتطوير استراتيجية وطنية للشمول المالي:

يمثل تبني وتنفيذ استراتيجيات أو برامج وطنية شاملة لتحسين الوصول للتمويل والخدمات المالية يتشارك فيها كافة الأطراف المعنية المحور الأهم في سياسات تعزيز الشمول المالي، (يسر برنيه، 1 اكتوبر 2012، صفحة 43) مع الأخذ بعين الاعتبار أنه ليس بالضرورة أن تتلاءم بالكامل أي استراتيجية وطنية مع أي بيئة مالية نظرا لاختلاف المجتمع والظروف المحيطة من دولة لأخرى، وعلى العموم تتمثل الخطوات العملية لبناء استراتيجية وطنية للشمول المالي فيما يلي: (أمانة محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، 2015، الصفحات 09-20)

1) **دراسة البيئة القانونية والتشريعية لعملية بناء الاستراتيجية:** وتهدف الدراسات المسبقة إلى تقديم مقترحات لسن أو تعديل القوانين والتشريعات لتتناسب مع متطلبات بناء الاستراتيجية الوطنية وذلك لضمان مشاركة كافة الأطراف ذات العلاقة تحت إطار قانوني وتشريعي يخولهم ممارسة صلاحيات لإنشاء الاستراتيجية وتنفيذ متطلباتها.
2) **تحديد الجهة التي ستتولى قيادة عملية بناء الاستراتيجية:** حيث جرت العادة أن يتم تكليف البنك المركزي أو أي هيئة مالية رقابية لقيادة الاستراتيجية وذلك بسبب وفرة الإمكانيات المادية والفنية لدى البنوك المركزية والهيئات الرقابية ما يمكنهم من بذل أقصى الجهود لتحقيق الأهداف ومواجهة التحديات المختلفة، كما أنه بالإمكان إنشاء هيئة مستقلة أو اشتراك هيئتين رقابيتين لتولي مسؤولية انشاء استراتيجية وطنية.
3) **تحديد الأطراف المشاركة في بناء الاستراتيجية:** وعادة ما تتكون الأطراف المشاركة ببناء الاستراتيجية من: السلطات الرقابية بقيادة البنك المركزي، مؤسسات القطاع العام ذات العلاقة بالقطاع المالي والتعليمي والثقافي، مزودي الخدمات والمنتجات المالية، الهيئات المستقلة والشركاء الدوليين مثل مؤسسة التحالف العالمي للشمول المالي.
4) **تحديد التحديات التي تواجه بناء الاستراتيجية الوطنية:** إن التعرف على المعوقات التي قد تواجه تطبيق الاستراتيجية يساعد الأطراف ذات الصلة على وضع الحلول المناسبة لتجاوزها، ونخص بالذكر في هذه الحالة البنوك المركزية كونها تلعب دور قيادي في بناء الاستراتيجية وتطبيقها، حيث أنها يمكن أن تتعرض لدرجة عالية من مخاطر السمعة في حالة عدم تحقيق النتائج المتوقعة، كذلك يواجه مزودي الخدمات بعض التحديات المتعلقة بعزوف الأفراد عن استخدام الخدمات والمنتجات المطورة لأسباب محددة.
5) **تعيين اللجان المتعلقة ببناء الاستراتيجية وتحديد مهامها:** في ضوء اشتراك عدة جهات في بناء الاستراتيجية فإن ذلك يستلزم تشكيل آلية تنسيق وطنية تتمثل في اللجنة التوجيهية والتي يتمحور دورها في اعتماد خطط العمل والفترات الزمنية المخصصة لها، وكذلك تعيين ومتابعة عمل اللجنة الفنية التي تنبثق عنها، ويتمحور دوره هذه الأخيرة في تنفيذ متطلبات بناء الاستراتيجية وبالأخص تحديد الشروط المرجعية للجهة التي ستتولى مسؤولية تنفيذ الدراسة الميدانية.

6) **تعيين منسق/ مدير لمشروع بناء الاستراتيجية:** يكون دوره التنسيق والتواصل بين الأطراف ذات العلاقة، وإعداد كافة التقارير وبما يشمل تقارير الإنجاز والأداء والتقارير المالية، على أن يكون تابعا إداريا للجنة التوجيهية.

7) **تعزيز خبرات اللجة الفنية:** ويتطلب ذلك تأهيل أعضاء اللجنة إداريا وتعزيز قدراتهم من خلال تقديم التدريب المناسب، مع مراعاة الحاجة إلى التعاقد مع مستشارين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات من ذوي الخبرة والاختصاص في المجال.

8) **تحديد الإطار الزمني لعملية بناء الاستراتيجية:** إن الإطار الزمني الأمثل لعملية بناء الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي يتراوح من سنة ونصف إلى ثلاثة سنوات وذلك وفقا للمعطيات المتوفرة ودرجة التزام الجهة الإشرافية وكذا العلاقة بين الأطراف المشاركة والفترة الزمنية لإجراء المسوحات والدراسات الميدانية المتعلقة بمتطلبات إعداد وثيقة الإستراتيجية الوطنية.

9) **دراسة الوضع القائم للشمول المالي وتحديد الفجوة واحتياجات المواطنين:** يوفر جمع البيانات وإجراء الدراسات والمسوح الفرصة للتعرف على أوضاع الوصول للتمويل وجوانب النقص أو الضعف فيها. ويتعين أن يكون جمع البيانات والقيام بالتحليلات عملية مستمرة لمتابعة تطور المؤشرات، وبناءا على ذلك يتم تحديد حجم الفجوة بين الوضع الراهن والوضع المستهدف، هذا ومن أهم المؤشرات والتحليلات الأساسية التي يمكن النظر فيها استنادا إلى توصيات مجموعة العشرين، احتساب النسب التالية: (يسر برنيه، 1 اكتوبر 2012، صفحة 43)

- نسبة الأفراد البالغين الذين يتوفر لهم حسابات مصرفية إلى إجمالي الأفراد البالغين.
- نسبة الأفراد البالغين الحاصلين على قروض مصرفية إلى إجمالي الأفراد البالغين.
- نسبة الشركات أو مؤسسات الأعمال التي يتوفر لديها حسابات مصرفية إلى إجمالي مؤسسات الأعمال.
- نسبة الشركات أو مؤسسات الأعمال الحاصلة على قروض مصرفية وخاصة فيما يتعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر إلى إجمالي شركات ومؤسسات الاعمال.

ويمكن تقييم الوضع القائم لتحديد مدى الشمول المالي في الدولة باستخدام الطرق التالية: مسح ميداني شامل على مستوى الدولة، مسح متخصص لعملاء الخدمات المالية ودراسة السوق، استطلاعات الرأي، دراسة نوعية شكاوى العملاء المتعلقة بالمؤسسات المالية، مسوحات لقياس عمق سوق رأس المال وأنواع

المنتجات المتداولة فيه وحجم الاستخدام، دراسة المؤشرات المالية والاقتصادية في الدولة ذات العلاقة بالشمول المالي.

10) **اعداد مسودة الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي وخطة تطبيقها:** بعد انجاز ما تقدم وباتفاق الأطراف المشاركة يتم إعداد وثيقة الاستراتيجية والتي تشتمل على كافة عناصر عملية البناء، الأهداف وطرق تحقيقها، دور ومسؤولية كل طرف، النتائج المستخلصة من المسوحات الميدانية وتحديد الفجوة بين العرض والطلب، توصيات الخبراء ولجان العمل حول متطلبات المرحلة اللاحقة، بالإضافة إلى تحديد الخطة الزمنية للتنفيذ متبوعة بأدوات وآليات القياس والمراقبة للتأكد لاحقا من تحقيق توصيات الإستراتيجية وقياس التطور الحاصل في مؤشرات الشمول المالي.

2.1. الإطار المفاهيمي للخدمات المالية الرقمية:

سنحاول من خلال هذا العنصر الإحاطة بمختلف المفاهيم المتعلقة بالخدمات المالية بصفة عامة والرقمية منها بصفة خاصة، وذلك من خلال التعريف بها وتقديم خصائصها ومبررات رقمنتها، كما سنتعرض لقنوات تقديم الخدمات المالية الرقمية وأهم وسائل الدفع الإلكتروني، إضافة لتبيان مخاطر المعاملات الرقمية والمعيقات التي تحد من انتشارها.

1.2.1. تعريف الخدمات المالية الرقمية:

تعرف الخدمات المالية بصفة عامة على أنها تمثل أي نشاط أو منفعة أو أداء له طبيعة مالية، تقدمه المؤسسات لعملائها، ويخضع إلى أو محكوم بتشريعات أو أنظمة أو تعليمات أو سياسات صادرة من مؤسسة عامة أو خاصة تمارس سلطة تنظيمية أو رقابية منحت لها بموجب القوانين المعمول بها في دولة معينة. (الجيوسي و الصميدعي، 2009، صفحة 28) وتشمل هذه الخدمات الإقراض والتأمين وإدارة رأس المال ومدخرات التقاعد وتداول الأوراق المالية والتحويلات المالية وغيرها، وهناك مصدرين للحصول على الخدمات المالية وهما: القطاع المصرفي، والخدمات المالية غير المصرفية التي تقدمها المؤسسات المالية غير المصرفية والمتمثلة في: أسواق راس المال، التأمين والادخار التعاقدي، التمويل العقاري، التأجير التمويلي، شركات التكنولوجيا المالية والمؤسسات البريدية. (محمود سيد أحمد، 2023، صفحة 717) أما اذا حاولنا النظر إلى هذه الخدمات من ناحية طبيعتها الرقمية فهي تعد شكلا من أشكال الخدمة الذاتية التي تتطلب من العميل خدمة نفسه بنفسه بدلا من تقديم الطلب للموظف خلف المكتب. (بن صالح، 2020،

صفحة 271) وقد جاءت في العديد من المراجع تعريفات مختلفة للخدمات المالية الرقمية لكنها متقاربة إلى حد كبير والتي نذكر منها:

تمثل الخدمات المالية الرقمية: خدمات الدخول عن طريق الأنترنت أو تطبيقات الهاتف المحمول إلى الحسابات والمنتجات والخدمات المصرفية التي يقدمها البنك أو مؤسسة مالية أخرى، على سبيل المثال لا الحصر الاطلاع على رصيد الحساب، ويكون الوصول لهذه الخدمات عبر الأجهزة الإلكترونية مثل الهاتف المحمول وأجهزة الصراف الآلي. (بنك ABC، 2023)

وعرفت كذلك بأنها: جميع الخدمات المالية التي يتم تقديمها من خلال التفاعل الآلي مع القنوات الإلكترونية المختلفة والمتوفرة لجميع المستخدمين على مدار الساعة، ويتم الدخول فيها بعد استيفاء شروط العضوية والحصول على الرمز السري المحدد لهوية المستخدم، (القرعان، 2022، صفحة 20) بحيث تسمح للعميل بإجراء عملياته المالية بنفسه دون الحاجة إلى مراجعة فروع البنك بطريقة تتسم بالسهولة والوضوح ومدعمة بأعلى مستويات الأمان. (المصرف التجاري العراقي، 2024)

وعرفت أيضا على أنها سلسلة من الابتكارات التي تجعل من الممكن توفير خدمات مالية منخفضة التكلفة ويسهل توسيع نطاقها ويستطيع من هم في أمس الحاجة إليها من الحصول عليها بيسر وسهولة، إن هذه الابتكارات يجب أن تعمل على تغيير الطريقة التي يتعامل بها الأشخاص مع البنوك لسداد المدفوعات والوصول إلى الائتمان بما يمكنهم من إدارة تدفقات الدخل غير المنتظمة والتخطيط للمستقبل والتعافي من الأزمات الاقتصادية، والتوصل إلى أساليب جديدة لكسب العيش. (غربية، 2020، صفحة 07)

وعرفها الإتحاد الدولي للاتصالات على أنها فئة واسعة من الخدمات التي تمثل طرقا لتخزين الأموال وتحويلها إلكترونيا لتسديد المدفوعات واستلامها، الإقراض والادخار، التأمين والاستثمار، إضافة لإدارة الشؤون المالية للفرد أو المؤسسة. (Monye, 2022, p. 03)

وتعد الخدمات المالية الرقمية: مجموعة واسعة من الخدمات مثل: الائتمان، المدفوعات، الادخار، التأمين، والتي يتم تقديمها بواسطة قنوات رقمية تتمثل في البطاقة الإلكترونية، الأجهزة اللوحية، الهاتف المحمول، وغيرها من الإلكترونيات. (Rana & Luthra, 2020, p. 202)

من خلال ما تقدم نستنتج أن الخدمات المالية الرقمية هي عبارة عن نشاط أو منفعة يستفيد منها العميل من خلال تفاعله عبر قنوات رقمية والتي من أهمها الهاتف المحمول، حيث تتيح هذه الخدمات للمستفيد منها إمكانية انجاز جميع تعاملاته المالية عن بعد.

2.2.1. خصائص الخدمات المالية:

تمتاز الخدمات المالية والمصرفية بالعديد من الخصائص والتي يمكن الإشارة إليها كالآتي:

- أنها منتجات غير ملموسة: فالخدمات المصرفية على اختلاف أنواعها، ورغم أنها مصممة لإشباع احتياجات ورغبات معينة لدى مجموعة من العملاء، إلا أنها غير ملموسة، لذلك فإن البنك يتعمد في تسويق خدماته على أدوات ووسائل إعلانية مبتكرة من خلال بيان مزايا ومنافع هذه الخدمات. (المكاوي، 2012، صفحة 346)
- صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية: إن الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف لا تختلف فيما بينها إلا في حدود ضيقة جدا، لذا فإنها تتصف بقدر كبير من النمطية والتشابه، فطبيعة العمليات المصرفية معروفة، وتتضمن الحصول على الأموال من السوق، ثم إعادة توظيفها في السوق نفسه، وفي معظم الأحيان فإن اختيار الزبون للمصرف الذي يرغب بالتعامل معه يكون على أساس معايير الموقع، وجودة الخدمة المقدمة (السرعة، السمعة وقدرة المصرف على تقديم خدمات جديدة ومتطورة). (كموم، 2022، صفحة 48)
- التوازن بين النمو والمخاطر: إن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين توسع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف، باعتباره مؤسسة تمارس نشاطها في ظل سيادة الثقة المتبادلة بينه وبين العميل، وبالتالي يكون من أول مسؤوليات البنك إجراء نوع من التوازن بين التوسع في نشاطه وبين أعباء ومخاطر هذا التوسع. (أحمد جميل، 2015، صفحة 125)
- قابلية الخدمة للفناء: بما أن الخدمات غير ملموسة، غير قابلة للفصل، وقابلة للفناء فإنها غير قابلة للتخزين، الحفظ، أو إعادة البيع على شكل بضاعة. وبالتالي فإن المؤسسات الخدمية تجد صعوبة في المواءمة والموازنة بين العرض والطلب، ففي بعض الأحيان يكون الطلب كبيرا وفي أحيانا أخرى يكون الطلب صغيرا، هذا مع مراعاة أن التنبؤ بالطلب وخلق نماذج التخطيط لها دور حاسم في تقليل تقلبات الطلب وتوفير استغلال أفضل للطاقة الإنتاجية المتوفرة. (عكوش، 2004، صفحة 467)

3.2.1. دورة حياة الخدمات المالية:

تمر الخدمة المصرفية بأربع مراحل والتي تمثل حجم التطور والتعامل بها، والتي يمكن توضيحها كالآتي:

- **مرحلة التقديم:** تبدأ هذه المرحلة من الوقت الذي تقدم فيه الخدمة المصرفية إلى السوق وقد تستغرق هذه المرحلة وقتا طويلا، كما أن توقيت بداية هذه المرحلة يعتبر بعدا استراتيجيا في نجاح الخدمة واستمرارها. ويشير السيناريو الخاص بهذه المرحلة إلى انخفاض نسبي في حجم التعامل بالخدمة لأن معدل نموها يكون بطيئا. كذلك تتسم هذه المرحلة بانخفاض الأرباح وذلك بسبب ارتفاع النفقات وخاصة نفقات التوزيع والترويج. (الزعارير، 2019، صفحة 101)
- **مرحلة النمو:** تعتبر من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة المصرفية، وفيها يزداد التعامل بالخدمة وتنمو المبيعات مما يزيد من إيرادات المصرف وهو ما يحفز المصارف الأخرى على تقديم خدمات مماثلة ما يزيد من شدة المنافسة، وتتميز هذه المرحلة بارتفاع الأرباح وسعي المصرف للمحافظة على حصة السوق وزيادتها بشكل مستمر عن طريق تحسين جودة المنتوج أو إضافة نماذج جديدة له. (علي، 2017، صفحة 149)
- **مرحلة النضج:** تصل الخدمة إلى مرحلة النضج عندما تشجع الربحية التي يحققها البنك أثناء مرحلة النمو بقية المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمات مماثلة. وتتصف هذه المرحلة بانخفاض حجم المبيعات، زيادة الإعلان، زيادة التكاليف وانخفاض الأرباح، وهناك العديد من الأساليب التي يمكن بها تقليل معدل الانخفاض في المبيعات والإيرادات في الأجل القصير، ولكن في النهاية سوف لا يكون هناك مفر من إحلال هذه الخدمة. (جميل، 2015، صفحة 82)
- **مرحلة التدهور:** وفيها تتاح أمام البنك خيارين إما سحب الخدمة كليا وتعويضها بخدمات أخرى جديدة تحقق فرصا أفضل للمؤسسة، وفي بعض الحالات يمكن مع مراعاة انخفاض حدة المنافسة الاستمرار في تقديم هذه الخدمة في السوق أو القطاعات التي تحقق الربحية فقط مع ترويج خدمة معدلة تحتوي فقط على أفضل المنافع أو المزايا التي تجذب العملاء ممن هم على صلة قوية بالبنك. (النعسة، 2011، صفحة 151)

4.2.1. دوافع رقمنة الخدمات المالية:

لقد تنامى الاهتمام وبشكل كبير بالتكنولوجيا المالية تماشيا مع مقتضيات الصناعة المصرفية التي تتطلب الاعتماد على التقنيات المتطورة في تقديم الخدمات المصرفية للتخفيف من أعباء العمل اليدوي المتكرر وربحا للوقت، إضافة إلى تحسين نوعية الخدمات المقدمة، وخلق منتجات جديدة، وبناء علاقات

وثيقة مع العملاء، وهو ما يزيد من فرصة مضاعفة البنك لموارده المالية. (خنفوسي، 2018، صفحة 157)

بناء على ما تقدم يمكن تلخيص دوافع تطبيق التحول الرقمي في القطاع المالي فيما يلي:

- **تغير متطلبات العملاء وزيادة احتياجاتهم:** نتيجة اعتياد العملاء على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، أصبحوا في حاجة إلى خدمات مالية مبتكرة وحديثة وسهلة الاستخدام للقدرة على الشراء أو البيع بطريقة سلسة وبسرعة عالية، ففي زمن التكنولوجيا يتوقع العملاء أن يحصلوا على الخدمة بضغطة زر، وأن توفر لهم الجهات ذات العلاقة ما يحتاجونه من خدمات، وتقدم لهم أفضل العروض بناءا على معرفتها بسلوكياتهم وتوقعاتهم، مما جعل هناك دافع لتعامل البنوك بمرونة مع عملائها. (إبراهيم بكري، 2022، صفحة 480)
- **زيادة حدة المنافسة:** تتميز بيئة المعاملات المالية بالديناميكية، فقد تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات التكنولوجيا المالية ومنافستها للبنوك، حتى أصبحت العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة خدمات مالية وثيقة الصلة بعمل البنوك. (حمزة، 2023) وهذا ما يعرض المؤسسات إلى المخاطر باستمرار حيث إن العروض التي يقدمونها قد تصبح غير مناسبة، وحتى تبقى المؤسسة في القمة في سوقها، يجب عليها العمل على تقديم خدمات مالية مبتكرة، والاستثمار في التقنيات الحديثة لتجديد خدماتها ومن ثم الحفاظ على الحصة السوقية لها وزيادتها في المستقبل. (الضمور، 2005، صفحة 217)
- **البيئة التنظيمية وتوجيهات الحكومة:** تدفع المتطلبات التنظيمية ورغبة الحكومة في تطبيق الشمول المالي في جميع الخدمات الموجودة في الدولة البنوك والمؤسسات المالية لتبني هذه المتطلبات واتباع نهج التحول الرقمي، لذلك يتعرض القطاع المصرفي بناء على هذه المتطلبات لضغوط متزايدة من البنك المركزي للقيام بعملية التحول الرقمي. (إبراهيم بكري، 2022، صفحة 480)
- **تقليل التكلفة التشغيلية:** إن التوجه نحو الخدمات المالية الرقمية يساعد المؤسسات على تحقيق انخفاض في المصاريف التشغيلية نتيجة استغنائها عن بعض الإجراءات التي كانت ضرورية لإتمام التعاملات عبر قنوات التوزيع التقليدية، ومن أمثلة ذلك تكاليف التوسع (انشاء فروع جديدة). (العطرة، 2017، صفحة 118) حيث أن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز صورته لدى العميل. (يوسف، 2012، صفحة 20)

- **فرص الوصول الجغرافي للبنك:** إذ تتيح مواقع الانترنت وتطبيقات الأجهزة المحمولة تقديم الخدمات الملائمة للعميل دون الحاجة إلى التعامل معه وجها لوجه. (السميرات، 2017، صفحة 195) وهي بذلك توفر فرصة وإمكانية استهداف أسواق أوسع، والاستفادة من وفرات الحجم دون الحاجة إلى نشر شبكة واسعة من الفروع المادية والمحافظة عليها. (شحادة، 2022، صفحة 70)

5.2.1. قنوات تقديم الخدمات المالية الرقمية:

تعد قنوات تقديم الخدمات المالية الرقمية الوسيلة التي يمكن من خلالها للبنوك والمؤسسات المالية إيصال خدماتها لمن يطلبها، ويمكن ابراز هذه القنوات فيما يلي:

- **الخدمات المصرفية عبر المواقع الإلكترونية:** ويعرف الموقع الإلكتروني على أنه عبارة عن مجموعة صفحات إلكترونية مرتبطة ببعضها البعض، ويمكن التفاعل معها عبر متصفحات الانترنت كما يمكن عرضها باستخدام الهاتف الذكي، ويقدم الموقع من خلال الصفحة الرئيسية عرض الخدمة ومعالجة الطلبات عليها إضافة لعمليات الدفع الإلكتروني، ولكي يحقق الموقع الهدف منه ينبغي مراعاة موثوقية العمل وسهولة الانتقال والتجول داخل الموقع، مع ضرورة تعزيز أمان المعلومات الشخصية والتحقق من هوية المستخدم. (علي البلقاسي، 2017، صفحة 330) وليس كل موقع لمصرف على شبكة الانترنت يعني مصرفا إلكترونيا، فحسب دراسة لوزارة المالية الأمريكية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للمصارف الإلكترونية وهي: (محمد خير، 2017، صفحة 71)

– الموقع المعلوماتي: ويمثل الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن المصرف يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته.

– الموقع التفاعلي أو الاتصالي: بالإضافة إلى الخدمات التي يقدمها الموقع المعلوماتي فإن هذا الموقع يؤمن نوع من التبادل الاتصالي بين المصرف وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات، والاستفسارات.

– الموقع التبادلي: وهو يمثل المستوى الذي يمكن القول فيه أن المصرف يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للعميل بالوصول إلى حساباته وادارتها واجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير واجراء كافة الخدمات الاستعلامية واجراء التحويلات بين حساباته داخل المصرف الواحد أو مع جهات خارجية.

- **الخدمات عبر تطبيقات الأندرويد:** وهي عبارة عن الخدمات التي يتم تقديمها عبر التطبيقات الإلكترونية للهاتف المحمول والتي تشتغل عبر نظام الأندرويد ويمكن تحميلها من المتجر الإلكتروني بلاي ستور. وغالبا ما توفر المؤسسات المالية هذه الخدمات دون أي رسوم إضافية، ولكن قد تضاف بعض الرسوم على الرسائل النصية والوصول إلى شبكة الأنترنت لشركات المحمول، وعادة ما تتيح تطبيقات الهاتف المحمول جملة من الخدمات والتي من أبرها: دفع الفواتير، تحويل الأموال، كشف نشاط حساب مفصل، عرض معلومات الرصيد، تحديد موقع أجهزة الصراف الآلي باستعمال "GPS"، الشراء من الأنترنت. (قابقلي، 2024)
- **الخدمات عبر الصراف الآلي:** يتمثل الرصاف الآلي في تلك الآلة التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب البنك، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية لإتمام مجموعة من الخدمات، مثل: السحب النقدي، والإيداع النقدي، والاطلاع على الحساب، إضافة لتحويل الأموال من حساب لحساب آخر. (الشمري نوري، 2008، صفحة 81)
- **خدمات نقاط البيع الإلكتروني "POS ":** وهي تلك الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، وتمكن هذه الأجهزة العميل من دفع ثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها إلكترونيا من خلال الخصم على حسابه الكترونيا بتمرير هذه البطاقة داخل الآلة المتصلة بحاسوب المصرف أو المؤسسة المالية. (مسعودي، 2014، صفحة 78)

6.2.1. وسائل الدفع الإلكتروني:

تمثل وسائل الدفع الإلكتروني الأدوات والآليات التي تتيح تنفيذ المعاملات المالية عبر شبكات إلكترونية دون الحاجة لاستخدام النقد أو الشيكات الورقية، وفيما يلي نعرض أهم هذه الوسائل:

- **بطاقات الدفع (Payment Card):** وهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزينية كبيرة، وتحتوي هذه البطاقات على سجل البيانات والمعلومات والأرصدة والمصروفات المالية والرقم السري للعميل، كما تتميز بعناصر حماية ضد التزوير وسوء الاستخدام والسرقة، وتستخدم هذه البطاقات في تحويل الأرصدة وسداد الفواتير وحجز تذاكر الطيران وشراء المنتجات، كما تستخدم في اجراء التحويلات المالية عبر شبكة الانترنت. (مزعل، 2021، صفحة 78) وتتمثل أنواعها في الآتي:
  - بطاقات الائتمان: وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، ويتم استخدامها كأداة وفاء وائتمان، لأنها تتيح لحاملها فرصة الحصول على السلع والخدمات مع دفع آجل لقيمتها،

كما أنها تعطي لحاملها حسابا محدودا للتعامل به مع من يوافقون على الدفع لهم بهذه الصورة مع التنظيم مع المصرف، وتجعل حامليها أيضا يقبضون مدفوعات نقدية من خلال الماكينات الأوتوماتيكية. (الزبيدي ح.، 2016، صفحة 368)

- بطاقة الخصم الفوري: تسمى بطاقة السحب أو الصرف الآلي أو بطاقة الحساب الجاري، وتمثل أداة وفاء فقط، ولا تمنح ائتمانا، بل يدفع حاملها مستحقاته من الأموال المودعة لديه، وتمنح هذه البطاقة للزبائن الذين لديهم حسابات لدى البنك المصدر، وذلك للخصم الفوري من الحسابات عند استخدامها. (مسعودي، 2014، صفحة 54)
- بطاقات الصرف الشهري: وتختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب، أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهرا. (كرازدي، 2022، صفحة 699)

بعد استعراضنا لأهم أنواع البطاقات الإلكترونية المتداولة في القطاع المالي والمصرفي بصفة خاصة، يمكن القول أن هذه البطاقات تتمتع بمجموعة من المزايا ليس فقط بالنسبة لحاملها وإنما أيضا بالنسبة لمصدرها، والتجارة الذين يلعبون دور الوساطة بين الطريفين، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي: (غذوان، 2021، صفحة 233)

- مزيا البطاقة الإلكترونية بالنسبة لحاملها:
  - ✓ انخفاض مخاطر سرقة وضياع الأموال.
  - ✓ تسهيل عمليات سداد المشتريات من السلع والخدمات.
  - ✓ الاستفادة من الاقتراض المصغر من المؤسسة المصدرة للبطاقة.
- مزايا البطاقة الإلكترونية بالنسبة لمصدرها:
  - ✓ الحصول على رسوم إصدار البطاقة وتجديدها.
  - ✓ الاقتطاعات المفروضة على تعاملات العملاء سواء التجار أو حاملي البطاقات.
  - ✓ تحصيل غرامات التأخير عند عدم تسديد العميل لمستحقاته حسب الوقت المحدد
  - ✓ زيادة السيولة الناتجة عن فتح التجار لحساباتهم لدى المؤسسة المصدرة للبطاقة.
- مزايا البطاقة الإلكترونية بالنسبة للتاجر:
  - ✓ ضمان الحصول على قيمة مبيعاته، ونقل عبئ متابعة ديون العملاء للمؤسسة مصدرة البطاقة.

- ✓ كسب عملاء جدد نتيجة قبوله الدفع الإلكتروني.
- ✓ تجنب مخاطر السرقة وضياع الأموال.

- **المحافظ الرقمية (Digital Wallets):** وهي تقنية رقمية تتيح تنظيم الحركات المالية لإجراء عمليات الدفع والسداد بسهولة ويسر بواسطة تطبيق يثبت على الهاتف الذكي أو الأجهزة الذكية الأخرى، وتعد المحفظة الرقمية نسخة رقمية من بطاقة الائتمان أو الخصم المباشر، حيث يتم تخزين معلومات الدفع بشكل آمن داخل التطبيق، مما يمكن المستخدم من إجراء المعاملات المالية بدون الحاجة لحمل البطاقات التقليدية. (أبوزيد، 2021، صفحة 06)
- **التحويلات البنكية الإلكترونية (E-Banking Transfers):** يشير التحويل الإلكتروني للأموال في الخدمات المصرفية إلى التبادل الإلكتروني للأموال بين طرفين أو أكثر من خلال أنظمة مصرفية مؤتمتة تعتمد على الحواسيب والشبكات الرقمية، ويتيح هذا النوع من التحويلات للأفراد والشركات نقل الأموال من حساب مصرفي إلى آخر. (Emagia، 2025)
- **الدفع عبر رمز الاستجابة السريع (QR Code Payment):** يرمز ال"QR" إلى الاستجابة السريعة (Quick Response)، وهو تقنية ترميز ثنائي الابعاد تمكن من قراءة المعلومات بسرعة من خلال مسحها عبر الهاتف المحمول، حيث توجه المستخدم إلى موارد مختلفة مثل المواقع الإلكترونية والخصومات ومعلومات الاتصال، بالإضافة إلى تمكين العميل من إنجاز المعاملات أو مشاركة معلومات الدفع الخاصة به بشكل مباشر وآمن. (paysera, 2025)
- **الشيك الإلكتروني (E-Cheque):** وهو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية، والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف عبر الانترنت ليقوم المصرف أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلا على أنه تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه. (التواتي، 2013، صفحة 11)
- **الخصم المباشر الإلكتروني (Electronic Direct Debit):** وهو وسيلة دفع إلكترونية تستخدم لتنفيذ عمليات خصم تلقائية ومصرح بها مسبقا من حساب العميل لصالح أشخاص أو هيئات أخرى، سواء في نفس البنك أو بين بنوك مختلفة، وتستخدم بشكل خاص في تسديد المدفوعات المتكررة مثل أقساط

الرهن العقاري، التأمين، سداد فواتير الخدمات العامة، الضرائب، والرواتب. وذلك دون الحاجة إلى تحرير شيكات ورقية، مما يقلل الجهد والتكلفة ويضمن السداد في مواعيده المحددة. ويتم تسوية هذه المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية في الوقت الحقيقي (RTGS)، وهو نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة من خلال الحسابات المركزية للمصارف. (بن قري، 2022، صفحة 131)

7.2.1. مخاطر رقمنة الخدمات المالية:

قد يساهم تقديم المؤسسات المالية للخدمات الإلكترونية في تغير طبيعة المخاطر المترتبة عن نشاطها، حيث يضعها هذا التحول لتقديم خدماتها عن بعد في مواجهة العديد من التحديات الجديدة والمتمثلة أساسا في:

- المخاطر الاستراتيجية: وهي تلك المخاطر الناجمة عن عدم تبني الاستراتيجيات المناسبة التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب بين كل من الخدمات المالية التقليدية والخدمات المالية الإلكترونية، وبما لا يعرض البنك لمزيد من المخاطر، ولا يؤثر على مركزه التنافسي. وتأتي أهمية هذه النوعية من المخاطر من حيث تأثيرها الكبير على مستقبل المؤسسة، ومن حيث العناصر العديدة المكونة لها والتي يحتاج كل منها لضوابط رقابية تتوافق مع ظروف المؤسسة. (مزنان فهد، 2011، صفحة 11)
- المخاطر التشغيلية: هي المخاطر المرتبطة باستخدام التقنيات والأنظمة، وذلك نظرا للاعتماد الكبير على التقنيات في كافة أوجه تقديم الخدمات المالية الرقمية. وتنشأ هذه المخاطر بصورة رئيسية عن خلل في كفاءة البنية التحتية القائمة أو عن عدم ملاءمة تصميم الأنظمة او الإجراءات الموضوعة أو عن عدم توفر المتطلبات الأمنية اللازمة. وللحد من هذه المخاطر يتوجب على المؤسسات المالية بناء نظام كفؤ ومتكامل وتوفير البنية التحتية، بما يكفل كل من سهولة الارتباط مع الأنظمة الأخرى للبنك، والسلامة والأمن للمتعاملين، وضمان استمرارية توفر وتدفق البيانات، وضمان المساندة المطلوبة من الأطراف الأخرى الموردة للخدمات. كما يتوجب على البنوك للحد من هذه المخاطر، امتلاكها أيضا لإجراءات سليمة وكافية للضبط والتحكم والتدقيق، بالإضافة لوجود إجراءات كافية لاكتشاف وتسجيل الاختراقات بصورة مستمرة. (صندوق النقد العربي، 2023، صفحة 60)

- المخاطر القانونية: تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد والضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسيل الأموال أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المالية الإلكترونية، ومن ذلك عدم وضوح مدى توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية. (سلاوتي، 2015، صفحة 268)
- مخاطر تتعلق بسمعة البنك: تعبر سمعة المؤسسة عن عرض لأنشطتها السابقة والتي تصف قدرتها على تقديم مخرجات قيمة لمختلف العملاء، وتعد المحرك الرئيسي لولائهم. (عاشور، 2022، صفحة 241) وتتعلق مخاطر السمعة بالتطورات الغير ملائمة التي يمكن أن تتعرض لها البنوك في تقديم خدماتها من خلال قنوات التوزيع المختلفة، وهذا في غياب شبكة موثوقة بها لدعم نشاطاتها وحمايتها في بيئة الانترنت، حيث يمكن أن تتعرض سمعة البنوك لأضرار في حالة عدم توفير الخدمات المصرفية عبر الأنترنت وفق معايير الأمان والسرية والدقة والاستمرارية والاستجابة الفورية لمتطلبات عملائها. (سلاوتي، 2015، صفحة 268)

8.2.1. معوقات رقمنة الخدمات المالية:

من المعوقات التي تواجه المؤسسات لرقمنة خدماتها المالي نذكر الاتي:

- المعوقات المالية: إن الانتقال من الخدمات التقليدية إلى الخدمات الرقمية يتطلب تسخير مبالغ مالية ضخمة لتمويل هذه العملية، وخاصة فيما يتعلق بالبنية التحتية للتعاملات الإلكترونية وما تقتضيه من أموال طائلة، إضافة إلى اقتناء التجهيزات التقنية اللازمة لأداء المعاملات الإلكترونية. (قارة عشيرة، 2023، صفحة 47)
- المتطلبات التكنولوجية: يتطلب التحول إلى تقديم الخدمات المالية الرقمية ضرورة استخدام شبكات متقدمة للاتصالات الإلكترونية، كما يتطلب أيضا ضرورة رقمنة نشاط المؤسسات المالية بما في ذلك رقمنة كافة قنوات توزيع خدماتها وبالأخص نشر أجهزة الصراف الآلي وإصدار البطاقات الإلكترونية، كما ينبغي أن تؤسس لنظام حماية متطور يوفر بيئة مناسبة للعملاء لإنجاز تعاملاتهم المالية. (الزعارير، 2019، صفحة 44)
- البيئة الثقافية والاجتماعية: يعتبر انخفاض الوعي لدى الزبائن بأهمية التكنولوجيا الحديثة من أبرز معوقات تطبيق الصيرفة الالكترونية وتطويرها وهذا يتمثل بانعدام الخبرة أو صعوبة استخدام الخدمات

المصرفية عبر الانترنت يضاف إلى ذلك تفضيل بعض العملاء التواصل المباشر مع مقدم الخدمة. (مزعل، 2021، صفحة 79)

- التحديات الإدارية: تتخذ العديد من البنوك والمؤسسات المالية التي تنشط بالخصوص في الدول النامية بعض الأساليب الإدارية التقليدية كالأسلوب البيروقراطي كنموذج للعمل به في إدارة أعمالها ومعاملاتها. ومما لا شك فيه فإن هذه الأساليب التقليدية والعقيمة تعتبر غير متفاعلة مع مقتضيات ومتطلبات تقديم الخدمات المالية الرقمية، خاصة وأن هذه الأخيرة تعتمد أساسا على سرعة الاستجابة والتعامل عن بعد مع التخلي عن الوثائق الورقية ومختلف القيود البيروقراطية الأخرى. (الزعارير، 2019، صفحة 44)
- الجوانب الأمنية: والمتمثلة في التكنولوجيا والعمليات والضوابط الهادفة إلى حماية الأنظمة والشبكات والبرامج من الهجمات الإلكترونية التي تحاول الوصول إلى المعلومات المخزنة أو تغييرها أو إتلافها، وهذا ما يمكن أن يؤدي إلى الابتزاز بالمال أو الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية أو تعطيل تقديم خدمات معينة. وتعد إمكانيات حدوث خروقات في البيانات والهجمات السيبرانية أحد التحديات الرئيسية التي تواجهها البنوك والمؤسسات المالية التي تقدم خدماتها بشكل رقمي نظرا لحساسية البيانات المالية الخاصة بالعملاء. (مضي، 2021، صفحة 188)
- المعيقات التشريعية: وهي عبارة عن معوقات عامة تحتاج إلى التدخل ومعالجتها على مستوى الدول، ويتعلق ذلك بقصور التشريعات والقوانين التي تنظم تقديم الخدمات المالية وحماية الحقوق القانونية للمؤسسات، إضافة لعدم الاعتراف بمصداقية الوثائق الإلكترونية واعتمادها أدلة إثبات. (الوافي، 2019، صفحة 81)

3.1. أساسيات حول تطوير الخدمات المالية الرقمية:

إن التطور التقني المتسارع وانعكاسه على المعاملات المالية فتح المجال أمام المؤسسات المالية لتطوير خدماتها ومكنها من العمل على مواكبة الحاجات المتعددة والجديدة للعملاء، وذلك حتى تستطيع المنافسة وتحقق البقاء في ظل بيئة ديناميكية. وقد حاولنا من خلال هذا المحور التعريف بتطوير الخدمات المالية الرقمية ومبرراته وكذا الإحاطة بمختلف العناصر المرتبطة به.

1.3.1. تعريف تطوير الخدمات المالية الرقمية:

تتميز بيئة عمل البنوك والمؤسسة المالية بالديناميكية، والتغيير والتطور بسرعة، والسبب وراء ذلك أن حاجات وتوقعات العملاء في تغيير مستمر، خاصة بعد التطورات التكنولوجية الهائلة في جميع المجالات

وبالأخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وينبغي أن تلاحق الخدمات المالية المقدمة من قبل البنك تلك الاحتياجات المتغيرة، أين يتوجب عليه طرح الخدمات المناسبة بالشكل الذي يمكنه من تنمية حصته السوقية وتحقيق الربح المطلوب، ومن هذا المنطلق فإن تطوير أو تقديم منتجات مالية جديدة أو تحديث الأساليب والممارسات، تعد إحدى الوسائل الإستراتيجية الهامة التي تساهم في بقاء ونمو المؤسسة وتكيفها مع بيئة العمل المتسارعة. (طبيب، 2013، صفحة 70)

ويعبر عن التطوير عموما بأنه: الاستثمارات الجديدة التي تسمح بالوصول إلى تنفيذ التطبيقات الجديدة بالاستناد إلى التجارب والنماذج وكذا مواصفات المنتج. حيث أنه يمثل نشاط يعتمد على المعارف العلمية التي تم التوصل إليها من البحث أو الخبرة العلمية بغرض إنتاج مواد جديدة أو إدخال تحسينات. (شنبي و بن لخضر، 2019، صفحة 36) وغالبا ما تتبنى المؤسسات التطوير بهدف التوصل إلى كل ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق. (الطائي و العلاق، 2008، صفحة 53)

وقد عرف التطوير مصرفيا على أنه: "رفع كفاءة البنك بحيث يكون قادرا على مواكبة كل جديد، وقادر على تذليل العقبات بينه وبين عملائه، سواء كانوا من الذين لا يتعاملون معه بسبب تلك العقبات، أو الذين يجدون صعوبة في التعامل معه، وأيضا تحسين الخدمات التي يقدمها بالنسبة للعملاء المودعين، أو تلك المقدمة للمستثمرين الذين يرغبون في الحصول على التمويل بمختف الطرق المتاحة. (هربان، 2022، صفحة 167)

وتعد عملية تطوير الخدمات المالية عملية شاملة ومتكاملة تهدف إلى تعزيز القوى التنافسية للمؤسسة ومن ثم زيادة ربحيتها على المدى الطويل، لذلك فالعملاء يميلون للتعاون مع البنوك القادرة على تطوير خدماتها، حيث أن الخدمة المصرفية تنتج في ضوء الاحتياجات والرغبات لدى العملاء، لذا فإن مقومات بقاء المؤسسات المالية ونموها يرتكز على قدرتها على تحقيق تطلعات عملائها. (بلحاج، 2022، صفحة 72)

انطلاقا مما تقدم فقد تعددت آراء الباحثين في تعريف تطوير الخدمات المالية الرقمية، حيث عرفت على أنها: "عملية تقديم خدمات مالية بإجراء تحسينات أو تعديلات على خصائص ومنافع الخدمات الحالية أو إضافة خصائص وفوائد جديدة لها أو إضافة خدمات جديدة كليا". (عباس، 2017، صفحة 211)

وتعتبر أيضا: "بأنها العملية التي تتم من أجل إجراء تعديلات إضافية على الخدمة المصرفية من أجل معاصرة التغيير الذي يكون في رغبات الزبائن، وتطوير في تقنية الاتصال للمحافظة عليهم وجلب أخرين جدد". (كموم، 2022، صفحة 57)

كما يعرف تطوير الخدمة المالية أيضا على أنه: عملية تغيير، أو إضافة، أو تحسين تتم على مواصفات وخصائص الخدمة بغرض إشباع حاجات ورغبات الزبائن الحاليين والمستقبليين، (ديدوش، 2022، صفحة 73) مما يمكن المؤسسات المالية من زيادة الطلب على تلك الخدمات. (سنكري، 2023، صفحة 63)

وعرفت شركة "International Data Corporation" الاستشارية تطوير الخدمات المالية الرقمية بأنه: العملية المستمرة التي تقوم بها المؤسسات المالية للتكيف مع متطلبات عملائها وأسواقها عبر توظيف القدرات الرقمية من أجل ابتكار نماذج عمل جديدة ومنتجات وخدمات تمزج بسلاسة الأعمال الرقمية واليدوية وتجارب الزبائن مع تحسين الكفاءة التشغيلية والأداء التنظيمي في الوقت نفسه. (شحادة، 2022، صفحة 67)

ويمكن تعريف تطوير الخدمات المالية بشكل أكثر شمولا على أنه: عبارة عن إستراتيجية يضعها البنك أو المؤسسة المالية بحيث يهدف من خلالها إلى تحسين خدماته الحالية أو خلق خدمات جديدة أو الدخول لأسواق جديدة وذلك من خلال البحث في حاجات الزبائن والسوق، إذ تعتبر كعملية مكثفة لجمع المعلومات والمعارف وترجمتها في شكل خدمات جديدة، ويعتمد تطوير الخدمات المصرفية على ثلاثة محاور أساسية تتمثل في: تطوير المعاملة البشرية لتصبح أكثر كفاءة ويتحول معها العميل إلى شريك في إنتاج الخدمة، وبالتالي تحقيق الأهداف التسويقية، أو تطوير الأساليب والإجراءات والمنافذ التي تمر منها الخدمة في اتجاه العميل، بالإضافة إلى التطوير المستمر في التكنولوجيا المستخدمة في المصارف بإدخال كل الأنظمة الإلكترونية من أجل راحة العميل وربح الوقت والجهد. (قجة، 2019، صفحة 531)

2.3.1. مبررات تطوير الخدمات المصرفية:

إن عملية تطوير الخدمات المالية أصبحت من المكونات الأساسية لاستراتيجيات البنوك والمؤسسات المالية نظرا لجملة من الأسباب التي نلخصها فيما يلي:

- انخفاض إيرادات البنوك والمؤسسات المالية المتخصصة في تقديم خدمات مالية محددة والموجهة لقطاعات معينة. (اتحاد المصارف العربية، 2023)
- التطور التكنولوجي المستمر في مختلف المجالات السلعية والخدمية يحتم على المؤسسات ضرورة اللحاق بما يجري من ابتكارات جديدة في مجال نشاطها، لذا فإن اتباع الاستراتيجيات والسياسات الهادفة

لابتكار أفكار يجري تحويلها إلى خدمات جديدة او معدلة يعتبر من الأمور الطبيعية والأكيدة على استمرارية التفكير الصحيحة في الإدارات الخاصة بالمؤسسات المعنية. (عبيدات، 2000، صفحة 14)

- الاعتبارات الاستراتيجية النابعة من إدارة البنك وقراراتها المتخذة حول ما إذا كان البنك يسعى إلى قيادة السوق أو التبعية. (كموم، 2022، صفحة 61) وكذلك حول توجهه لتنويع الخدمات التي يقدمها بهدف توزيع المخاطر المرتبطة بها. (غالي، 2017، صفحة 102)
- ظهور شركات التكنولوجيا المالية: وقد أحدث هذا النوع من الشركات ثورة في القطاع المصرفي، وذلك حينما تحولت هذه الشركات من شركات مزودة بالحلول التكنولوجية إلى شركات منافسة في تقديم خدمات مبتكرة وقليلة السعر وذات قيمة مضافة لخدمات البنوك. (إبراهيم بكري، 2022، صفحة 480) اذ أصبحت هذه الشركات في منافسة مباشر مع البنوك من خلال تقديمها لخدمات التمويل والدفع الإلكتروني. (اتحاد المصارف العربية، 2023)
- جذب عملاء من خارج السوق الحالي: قد تكون الخدمات المالية المقدمة من قبل البنك لا تلبي احتياجات شريحة كبيرة من شرائح المجتمع، لكن تطوير مثل هذه المنتجات بهدف اشباع الاحتياجات غير المشبعة لهذه الشريحة قد يفتح المجال إلى جذب عملاء جدد، وبالتالي يستطيع البنك تحقيق المزيد من الأرباح ومن ثم النمو، مثل تقديم البنوك التجارية لخدمات التأمين. (المكاوي، 2012، الصفحات 348-349)
- تخفيض تكلفة تقديم الخدمة المالية: إن ادخال الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المالية يمثل عاملا مهما في تخفيض تكلفة تأدية هذه العمليات، ومع ذلك فإن قرار التحول هذا يجب أن يتخذ تحت أعلى درجات الإدراك للعلاقة الشخصية بين المؤسسة والعميل نظرا لأن الخدمة المالية تنطوي على الكثير من الجوانب الغير ملموسة والتي لا يمكن اشباعها إلا من خلال استطلاع رأي العميل ومعرفة متطلباته. (علي محمود، 2019، صفحة 152)

3.3.1. المتطلبات التنظيمية لتطوير الخدمات المالية:

تعتبر الفلسفة الإدارية المتبعة مع مدى وجود أو عدم وجود ذهنية مقبولة للتطوير من الأمور المحددة لنجاح أو فشل أية توجهات تطويرية سواء كانت سلعية أو خدمية، وبناء على ذلك فإن تبني الإدارة العليا لعملية التطوير هو الأساس المنطقي لإنجاحها من جهة ولاتباع خطوات التطوير المختلفة والمؤدية إلى طرح سلعة أو خدمة معدلة أو جديدة من جهة أخرى. (عبيدات، 2000، صفحة 14) وهناك متطلبات

أساسية لا بد من توفرها لإنجاح عملية تطوير الخدمات والتي نوضحها في الآتي: (المشاقبة، 2013، صفحة 156)

- ضرورة تحديد مسؤوليات كل طرف من أطراف عملية التطوير بوضوح، ذلك أن غموض مسؤوليات الأطراف الداخلة في عملية التطوير سيؤدي إلى إمكانية تعارض الأنشطة بل عرقلة بعضها البعض، وهو ما يؤدي إلى تكبد المؤسسات لتكاليف إضافية غير ضرورية.
- تسهيل سير ونهج الاتصالات بين أطراف العملية التطويرية لضمان تدفق المعلومات والآراء بين جميع الأطراف على اختلاف وظائفهم ومستوياتهم الإدارية.
- العمل على تخفيض العوائق التنظيمية للتطوير وهو ما قد يقتضي أحيانا تبسيط عملية الاتصالات وإجراءاتها بين هذا المستوى الإداري أو ذاك، ففي بعض الحالات لا بد من تبسيط الإجراءات والاتصالات كسبا للوقت والجهد.
- يجب أن يتضمن الهيكل التنظيمي صورا إيجابية واضحة لتشجيع الإبداع و الابتكار كعملية مستمرة تساعد على تكيف المؤسسات المعاصرة مع بيئتها المتغيرة وهذا ما يؤدي أحيانا إلى تعديل الخطط والاهداف لتكون أكثر ملاءمة مع المستجدات الطارئة.
- ضمان مشاركة الإدارة العليا الإيجابية في كل مراحل التطوير وهو ما قد يتحقق من خلال القناعة بأهمية الابداع والابتكار في المؤسسات كاستراتيجية ديناميكية مستمرة من قبل الإدارة العليا حيث يتطلب هذا الأمر وضع الخطط الواقعية لضمان التنسيق الفعال والمثمر بين كافة المستويات والجهات المعنية وبشفافية تامة.

4.3.1. استراتيجيات تطوير الخدمات المالية:

هناك أربع استراتيجيات أساسية تتبعها المؤسسات في تطوير خدماتها، والتي يمكن عرضها كما يلي:

- **استراتيجية تطوير السوق:** وتعني الاعتماد على الخدمات الحالية لإشباع حاجات ورغبات القطاعات السوقية الجديدة، مثل دعم وتوسيع شبكات التوزيع بهدف الوصول إلى أسواق جديدة، أو تطوير مواصفات الخدمات الحالية وزيادة الترويج بهدف المحافظة على الزبائن الحاليين والوصول إلى زبائن جدد، مع مراعات أن تتوافق الخدمات المقدمة مع متطلبات السوق. (قجة، 2020، صفحة 18)
- **استراتيجية اختراق السوق:** تكمن في قيام المؤسسة بزيادة حجم التعامل بخدماتها الحالية في أسواقها الحالية، وذلك من خلال بذل جهود تسويقية مكثفة وموجهة من خلال تشجيع الزبائن الحاليين على

زيادة معدلات استخدامهم للخدمات الحالية، إضافة إلى محاولة جذب واستقطاب زبائن المؤسسات المنافسة، فضلا عن إمكانية جذب فئات جديدة من الزبائن المرتقبين من الذين يتصفون بنفس خصائص الزبائن الحاليين. (يحياوي، 2017، صفحة 190)

- **استراتيجية تطوير الخدمات:** في ظل هذه الاستراتيجية تقوم إدارة المؤسسة المالية بتقديم منتجات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية، ومثل ذلك تقديم بطاقات الصراف الآلي للمرة الأولى أو الخدمة المصرفية عبر الحساب، أو عبر الهاتف وغيرها، أو أن يتم تطوير الخدمات الحالية كخدمة الحساب الجاري المربوط بتأدية فواتير خدمات المرفق العامة (تفويض المصرف بتسديد فواتير الهاتف، والماء، والكهرباء من خلال حسابات العملاء إلى الجهات التي تقدم هذه الخدمات). (حساني، 2011، صفحة 134)
- **استراتيجية التنويع:** وتعتمد هذه الاستراتيجية على توسيع نطاق نشاط المؤسسة من خلال التعامل مع أسواق جديدة وعملاء جدد، ويكون ذلك من خلال الدخول بخدمات مالية جديدة تكون خارجة عن نطاق الخدمات المألوفة إلى أسواق جديدة أيضا، أو إضافة بعض الخدمات إلى الخدمات الحالية لتلبيت حاجات فئات مختلفة من العملاء. ومن أهم أسباب استخدام هذه الاستراتيجية تنويع المخاطر، ومواجهة وصول بعض المنتجات إلى مرحلة النضج، وتحقق تدفقات نقدية تزيد عن احتياجات الاستثمار. (حسين محمد، 2020، صفحة 217)

5.3.1. أشكال (مناهج) تطوير الخدمات المالية:

هناك ثلاثة مناهج أساسية يمكن التركيز عليها في عملية تطوير الخدمات المالية، حيث يمكن أن تكون عملية التطوير جزئية وضمنية تتعلق بتعديل في الخدمات المقدمة حاليا، أو يمكن أن تمتد عملية التطوير لتشمل إضافة خدمات جديدة، وفي بعض الأحيان وكما قدمتها العديد من الدراسات يمكن أن تتم من خلال حذف أو إسقاط بعض الخدمات المقدمة، وذلك كالآتي:

- **تعديل الخدمات الحالية:**

يكون التعديل أحيانا وفي أوقات معينة أفضل بالنسبة للمصرف من أجل تقديم خدمات مناسبة لعملائه، حيث أن هذا يعني وجود مخاطر مالية أقل ولكن المزايا التجارية الناتجة عن التعديل يجب أن تتم دراستها ومعرفة أهمية مثل هذه التعديلات قبل طرحها في السوق. (قاسيمي، 2015، صفحة 283) ويمكن للبنوك والمؤسسات المالية أن تقوم بتعزيز خدماتها دون إجراء أي تغيير أساسي في الخدمات التي تقدمها، وذلك

من خلال توسيع الخدمات القائمة أو تخفيض التكاليف. (غذوان، 2021، صفحة 08) ومن أهم جوانب التطوير في هذا السياق نذكر: (حساني، 2011، صفحة 134)

- تحسين مستوى جودة الخدمة كالسرعة والسهولة في تقديمها.
- تحسين ملامح أو مواصفات الخدمة من خلال زيادة المنافع التي تنطوي عليها كزيادة عمق الخدمة، ربط حساب التوفير بحساب الودائع الادخارية أو الودائع الثابتة عندما يزيد الرصيد عن مستوى معين.
- تحسين أساليب تقديم الخدمات، كخدمة كبار العملاء، وزيارة العملاء في أماكن عمله وخدمات الصيرفة الشخصية.
- سهولة وصول الخدمة إلى جميع الفئات من خلال: السحب والإيداع من الصراف الآلي بدون التقيد بماكينة الصراف الآلي الذي فتح فيه العميل حسابه البنكي. (سيد معوض، 2021، صفحة 09)

- **إضافة خدمات جديدة:**

وتعرف الخدمات الجديدة بأنها تلك الخدمات التي لم يسبق للمؤسسة تقديمها من قبل حتى إذا كانت قد قدمت من قبل مؤسسات أخرى، كما ينبغي على المؤسسات ألا تكون مندفعة في تطوير الخدمات وتقديمها لأن ذلك قد يعرضها لمخاطر كبيرة في حالة عدم معرفتها وتقديرها الدقيق لمدى تقبل العملاء لهذه الخدمات ولمواصفاتها وسعرها وعناصرها الأخرى. (الصميدعي، 2009، صفحة 198) فمثلا يمكن تطوير أجهزة الصراف الآلي من خلال إضافة خدمات جديدة، تحقق مزايا من الراحة للعملاء، مع الاستجابة لمتطلباتهم واحتياجاتهم على مدار الساعة، من خلال اضافة خدمات جديدة كالسحب النقدي من دون الحاجة إلى بطاقة السحب الآلي من خلال الرمز التعريفي "QR code" أو من خلال رقم الهاتف المحمول. (بيت التمويل الكويتي، 2023)

- **التطوير بالحذف أو الإلغاء:**

وهو منهج تستخدمه المصارف لتحسين شروط تقديم الخدمة أو تحسين جودتها. فالخدمة المصرفية عموما تستهدف إشباع حاجات العملاء ورغباتهم ومقابلة متطلباتهم، ويتم ذلك من خلال تعديلات أو تحسينات على الخدمة، وفي حال فشل ذلك يمكن للإدارة أن تقوم بإزالة وحذف هذه الخدمة من مزيج الخدمات المعروضة، وحذف الخدمة المصرفية يمكن أن يكون كليا أو جزئيا، والحذف الجزئي ربما يكون الخطوة الأولى باتجاه إزالة الخدمة. ومن الضروري أن تنتبه إدارة المصرف إلى أن عملية الحذف يجب أن تكون مدروسة بعناية كبيرة بحيث لا تؤدي في النتيجة إلى تراجع الحصة السوقية، ويعد هذا التوجه مفيدا

من ناحية استغلال الإمكانات المسخرة لتقديم الخدمات التي سيتم إلغاءها والتي لا تحقق أرباحا للمؤسسة في تقديم خدمات جديدة. (حساني، 2011، صفحة 138)

6.3.1. أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية:

قبل تقديم أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية من المهم الإشارة إلى أن مختلف الدراسات التي أجريت حول هذا الموضوع لم تحدد أبعاد لتطوير الخدمات المالية بصفة عامة، واعتمدت بدل ذلك استراتيجيات التطوير المتمثلة في اختراق السوق، التنويع، تطوير الخدمات، تطوير السوق. فيما حاولت دراسات أخرى ترجمت ذلك من خلال اعتماد أساليب التطوير كأبعاد، لكن في هذه الدراسة وبعد إطلاع الباحث على مختلف الجوانب المرتبطة بالخدمات المالية الرقمية وبتطويرها، خلصنا إلى تقسيم عملية التطوير إلى ثلاثة أبعاد رئيسية نعرضها في التالي:

- **تعديل تكاليف وشروط الخدمات (المتطلبات):** هذا البعد يتناول تحسين وتعديل الشروط المتعلقة بتقديم الخدمات المالية، مثل اعادة هيكلة الرسوم والقيود على المعاملات أو شروط الحصول على القروض والخدمات المالية. ففي العديد من الحالات يشكل هذا البعد أساس عملية تطوير الخدمة لأنه يفصل في تحديد من العملاء الذين يمكنهم الاستفادة من الخدمات، ويتضمن هذا البعد كل من:

– مراجعة أسعار الخدمة: (الاقتطاعات، فتح الحساب المالي) يجب أن يكون للمؤسسات المالية عمليات داخلية فعالة للحفاظ على القدرة التنافسية وزيادة الربحية، هذه الأخيرة يمكن تحقيقها بطريقتين زيادة الإيرادات أو خفض النفقات، وفي هذا السياق من المهم بالنسبة للمؤسسات المالية في ظل سرعة حركة القطاع أن تركز على استخدام الكم الهائل من البيانات والمعلومات المتاحة لمساعدتها على تحسين كفاءتها التشغيلية والأداء. من خلال اتباع نهج قائم على البيانات لتبسيط العمليات والقضاء على التكرار وتحسين تخصيص الموارد بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات الحديثة، وذلك لضمان تقديم الخدمات وفق جودة ممتازة وتسعير أكثر تنافسية. (Oracle Modern Data، 2024) فالسعر من أهم الجوانب في تسويق الخدمات التي ينبغي التركيز عليها، وعلى العموم توجد ستة اجراءات ينبغي على المؤسسات المالية اتخاذها لكي تحسن من الاستراتيجية التسعيرية لخدماتها وتتمثل في: دراسة وتقييم وتفحص البيئة التسويقية، ربط التسعير بالسوق المستهدف والمكانة التنافسية، دراسة وتفحص استراتيجيات التسعير البديلة، دراسة تكاليف تقديم الخدمات، اجراء بحث جدي حول التسعير لتطوير منحنى مرونة السعر الذي يبين كيفية تغيير المبيعات وفق

لتغير السعر، اختيار السعر الأمثل استنادا للاستراتيجية الأفضل وكذا التكاليف ومنحنى مرونة السعر. (حمو، 2022، صفحة 146)

- تخفيف شروط الخدمات: ان التحول الرقمي من مهامه الأساسية راحة الأفراد، حيث يمكنهم من انجاز معاملاتهم عن طريق المنافذ الالكترونية المتاحة دون عناء التنقل. (الأزوري، 2024) هذا بالنسبة لإلزام العملاء بالتنقل للوكالة البنكية من أجل فتح حساب بنكي أو إلغاء البطاقة الإلكترونية وغيرها من المعاملات، أما فيما يتعلق بكثرة المستندات المطلوبة للاستفادة من الخدمات المالية، فإن التكنولوجيا تعمل على إزالة هذه الحواجز التي تحول دون وصول العميل لهذه الخدمات مثل عدم وجود مستندات للتحقق من الهوية والحصول على الدخل بصورة رسمية، فهناك العديد من الاستراتيجيات المتاحة أمام مقدمي الخدمات لترقية منتوجهم خاصة فيما يتعلق بمساءلة العملاء عن مصدر أموالهم، حيث يمكن تجاوز ذلك بتطبيق رقابة بعدية من خلال البحث والتحري حول الحسابات التي تتم معاملات بمبالغ كبيرة وذلك للالتزام بمبادئ مكافحة غسيل الأموال مع ضمان تقديم خدمات ذات جودة. بالإضافة لما تقدم من المهم التركيز كذلك على سقف التعامل بالبطاقة الإلكترونية، سواء من ناحية عدد أو حجم المعاملات الأسبوعية، لأن العميل عموما يحتاج خلال فترات محددة (فترات التخفيضات مع نهاية السنة والعروض المقدمة من مواقع التجارة العالمية مثل: "Ali Express") لتنفيذ العديد من عمليات الشراء بالبطاقة الإلكترونية مثل بطاقة فيزا، لذلك من المهم في عملية تطوير الخدمات المالية التركيز على هذا الجانب لكسب ولاء العميل، حتى لا يكون له المجال للبحث عن قنوات أخرى لتوفير احتياجاته خاصة الغير رسمية منها.

- **التوسيع والابتكار (المحتوى):**

من المهم بالنسبة للبنوك والمؤسسات المالية أن توفر للمستخدمين الخيارات المتنوعة حتى تتمكن من تغطية احتياجاتهم المختلفة وتتلاءم مع متطلباتهم، ويتعلق ذلك بتوجيه قدراتها لتحسين مرونة الخدمات التي تقدمها من خلال تطوير منتجات وخدمات متخصصة لكل شريحة من عملائها، وفي هذا الإطار يمكنها اعتماد مختلف أساليب تطوير الخدمة التي تم الإشارة إليها في العنصر السابق (أساليب تطوير الخدمات المالية)، وبالأخص تحسين الخدمات الحالية وذلك بتوسيع مجال الخدمة وتعزيز مواصفاتها والمنافع التي تنطوي عليها، كما يمكن تحسين محتوى الخدمة من خلال إضافة خدمات جديدة، ومن أهم الأمثلة التي يمكن من خلالها توضيح ذلك، ما يتعلق بتقديم المؤسسة المالية لبطاقات بنكية وتحديدا بطاقة فيزا بمميزات

محدودة لكن بتكلفة منخفضة، حيث أن عديد المؤسسات تلجأ لتقديم بطاقات فيزا من نوع مسبقة الدفع أو كلاسيكية توجه أساسا للفئة منخفضة الدخل، وتقدم بطاقات فيزا من نوع ذهبية للفئات التي تتمتع بقدرات مالية أكبر، ففي هذه الحالة تتحقق مرونة الخدمة وتساعد في تغطية شرائح مختلفة من العملاء. ومن أبرز ما يمكن الإشارة إليه في هذا البعد نذكر:

- العمل على نشر أجهزة الدفع الإلكتروني لتشمل مختلف المؤسسات التجارية والحرفيين بتزويدهم بحلول دفع تتناسب ونشاطهم، وذلك لخلق بيئة ملائمة تساعد العملاء على تبني الدفع الإلكتروني.
- تنويع الخدمات المقدمة عبر الصراف الآلي، حيث أنه من الضروري استغلال أجهزة الصراف الآلي في عمليات إيداع الأموال موازاتا مع عمليات السحب حتى تتمكن المؤسسات المالية من الإلغاء التدريجي لدور الوكالات التقليدية.
- نشر أجهزة الصراف الآلي في مناطق استراتيجية مثل المطارات، المجمعات التجارية، محطات الوقود، محطات النقل البري، وغيرها من المناطق التي تتميز بالحماية اللازمة، وذلك لتجاوز تنصيبها المحدود على مستوى الوكالات البنكية.
- اضافة خدمات جديدة من خلال عقد اتفاقيات مع مؤسسات أخرى وخاصة التي تقدم خدمات أساسية (الكهرباء، الغاز، الانترنت، الماء)، حيث تعد خدمات ضرورية وتسديد مستحقاتها يتم بطريقة دورية، حيث يبقى المجال مفتوح هنا للمؤسسات في تقديم الحلول المالية المناسبة، حيث وتبعا للتطورات الحاصلة يمكن أن يتم مستقبلا اقتطاع قيمة الاشتراكات بشكل آلي خلال فترات معينة.
- تقديم حلول مالية مبتكرة من خلال التعاون مع شركات التكنولوجية المالية التي يتميز نشاطها بديناميكية أكثر وقدرة على خلق فرص جديدة متجاوزة بذلك النشاط التقليدي للبنوك، ومن أمثلة ذلك المساهمة في منصات التمويل الجماعي.
- استهداف مختلف فئات المجتمع وخاصة المهمشة وذات الدخل المحدود، حيث يمكن ذلك بتوفير خدمات بتكلفة منخفضة ولو بمميزات محدودة.

- **تحسين تجربة المستخدم (التفاعل):**

أصبحت تجربة العملاء ساحة المنافسة لمقدمي الخدمات المالية الرقمية، فعلى الرغم من سهولة التعرف على تجارب العملاء المقنعة، إلا أنه من الصعب تصميمها وتقديمها، ذلك لأن هذا العمل يتطلب مقاييس

للإبداع العاطفي والبراعة التكنولوجية، حيث يتطلب الأول أدوات مثل رسم خرائط تدفق رحلة العميل، وفهم شخصيات واحتياجات العملاء، بالإضافة إلى ممارسات مثل التفكير التصميمي، وتوفر هذه الأدوات والممارسات فهما وثيقا للسلوكيات البشرية والقدرة على إبراز رؤى العملاء من خلال الملاحظة الدقيقة والتجريب المستمر المدعوم بالقدرة على إعادة هندسة تجارب العملاء رقميا، وذلك بدمج تقنيات وعمليات المكتب الأمامي مع البنية التحتية التشغيلية للمكتب الخلفي لتقديم تجربة خدمة مميزة للعميل. (خميس، 2021، صفحة 1008) فبالرغم من أن الصراف الآلي أو الموقع الإلكتروني أو التطبيق الإلكتروني قد يبدو واضحا ومباشرا كمزود منتج مالي، فإن المستخدم العادي قد يجد كل ما يتعلق بالتمويل مهمة مربكة وصعبة الاستخدام، ويفضل عادة الوصول إليها من خلال قنوات تقليدية، ولهذا فإن تحسين تجربة المستخدم يؤثر بشكل كبير على رضا وثقة العملاء في الخدمات عن بعد، فعندما يشعر العميل بالراحة والسهولة في اتمام التعاملات الرقمية فإنه يصبح أكثر عرضة للاستمرار في استخدامها ويمكن أن ينصح بها الآخرين. (Gavriluk, 2023) ومن أهم الجوانب التي يمكن التركيز عليها في تحسين تجربة المستخدم، ما يلي:

- تحديث شكل وتصميم واجهة المستخدم: إن تصميم واجهة المستخدم للقنوات الرقمية لتقديم الخدمات يلعب دورا أساسيا ومهما في جذب الانتباه، واعتمادا عليه يأخذ الزائر انطباعا أولي معتمد على المظهر العام، لذلك يجب أن يكون خط الكتابة واضح والبيانات منظمة بحيث لا تشتت انتباه الزائر، أيضا يجب أن تحتوي واجهة المستخدم صورا للتوضيح شرط أن تكون مرتبطة مع الموضوع، ويجب استخدام الألوان المناسبة والتي لا تزعج نظر المستخدم، ومن المهم أن تكون جميع الروابط الموجودة على الموقع فعالة، وأن تمتاز واجهة المستخدم بسهولة الوصول إليها والتعامل معها من قبل المستخدمين. (مسعودي، 2014، صفحة 182)
- انتظام تقديم الخدمة: من الضروري للمؤسسات المالية التي تقدم خدماتها عن بعد أن تحرص على انتظام توفير الخدمات المالية الرقمية على مدار الساعة وذلك لتعزز من متطلبات المنافسة من جهة والحاجة إلى الحد من مخاطر السمعة التي قد تنشأ من عدم انتظام الخدمة ووجود البدائل عند انقطاعها (صندوق النقد العربي، 2022، صفحة 63)، حيث يمكن الإشارة هنا إلى أن بعض التطبيقات الإلكترونية للبنوك تتوقف خلال فترات معينة من المساء وذلك لتجديد البيانات وتحديث الأرصدة، وذلك ما يتعارض مع توفير المؤسسة لخدماتها على مدار اليوم.
- سهولة الاستخدام: وتعني بساطة العمليات وسهولة الدخول والوصول إلى الخدمة وإتمام المعاملات المالية، وخرائط المواقع ونوعية البحث والروابط المشتركة وكذا تعدد خيارات اللغة، كما أنه من المهم

استخدام تكنولوجية سريعة لتحميل البيانات الموجودة على الموقع، ومن أبرز الأمثلة التي يمكن تقديمها في هذا السياق هو توفير المؤسسة المالية للعملاء نشرات وفيديوهات تعريفية بكيفية الاستفادة من الخدمات المقدمة عن بعد سواء من ناحية كيفية التسجيل أو انجاز معاملات الدفع والاطلاع على الحساب وكذا التحويلات المالية والتي تتم عبر الموقع الإلكتروني، تطبيقات الهاتف المحمول وحتى أجهزة الصراف الآلي. (مسعودي، 2014، صفحة 186)

- التفاعل مع المستخدمين: يجب أن تتيح البنوك فرصة التفاعل مع المستخدمين والاستماع لآرائهم وملاحظاتهم، وتقديم خدمة عملاء متميزة تتيح لهم الحصول على الدعم اللازم في أي وقت ومن أي مكان. ومن أبرز الأدوات المستخدمة في هذا السياق نجد الاستفادة من المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت مرآة للتعبير عن آراء واحتياجات وشكاوى عملاء المؤسسات البنكية. وأنه من الضروري الاستفادة من الإمكانيات التقنية التي تتوفر اليوم وتمكن من متابعة هذه المواقع وربطها بمواقع تخص البنك ليمكن استيعاب هذه المتطلبات بطريقة مناسبة. (سحنون، 2016، صفحة 106)

وبالتالي فإنه من المهم ارفاق القنوات الرقمية للخدمات بتصميم يستطيع العملاء من خلاله تبادل المعلومات والتواصل مع مقدم الخدمة، وذلك لتعزز ثقة العملاء وتحكمهم في استخدام الخدمات المالية الرقمية ومشاركة أفكارهم بخصوص جدوى هذه الخدمات والجوانب التي ينبغي تحسينها. (السيد بهنسي، 2022، صفحة 177) حيث يمكن للبنوك والمؤسسات المالية معالجة استفسارات العملاء على نطاق واسع بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي وبواسطة برمجيات التخاطب "chat bots"، فمثلا قدم " Bank of America" برنامج الدردشة "Erica" الذي ساعد العملاء على اتخاذ قرارات أكثر ملاءمة لاحتياجاتهم، (قابقلي، 2024) فهو يقوم بدور وكيل لخدمة العميل من خلال ارسال توصيات وعروض وحتى أشرطة فيديو. (دياب، 2022، صفحة 86)

- تعزيز الأمان وحماية الخصوصية: تتعرض المؤسسات المالية والبنوك التي تقدم خدماتها بشكل رقمي لمخاطر الاعتداءات التقنية، التي نادرا ما تستهدف المؤسسة بشكل مباشر، وإنما نتيجة لعمليات الاحتيال على العملاء من خلال تقديم روابط مزورة للدفع الإلكتروني، سرقة كلمة المرور، وغيرها من الأساليب التي قد تصل لتعريض المعلومات الشخصية للعملاء للخطر وحتى اتلاف بيانات المؤسسة. لذلك وجب على المؤسسات المالية تعزيز ثقة المستخدم في التعاملات المالية الرقمية من خلال استخدام تقنيات التشفير الحديثة وتوفير إجراءات أمان متعددة،(Gavriluk, 2023) تمكن من اتاحة المعلومات

وسلامتها وسريانها وملكيتها والاستفادة منها، التحكم في كافة أنواع مصادر المعلومات، وحمايتها من السرقة والتشويه والابتزاز والتلف والاستخدام غير المرخص وغير القانوني، حماية وتأمين كافة الموارد المستخدمة في معالجة المعلومات، حيث يتم تأمين المؤسسة نفسها وعمالها والأجهزة والحسابات ووسائط المعلومات التي تحتوي على بياناتها. (خنفوسي، 2018، الصفحات 21–22) ويمكن للمؤسسات المالية معالجة النقاط السابقة الذكر باعتماد تقنية البلوك شين أو ما يعرف بسلسلة الكتل والذي يعد من أحدث الابتكارات التكنولوجية التي يصعب اختراقها أو التغلب على أنظمتها الدقيقة، نتيجة لتخزينها سجلات البيانات على أجهزة المشاركين في الشبكة بدلا من الشبكة المركزية، ولا يمكن تغيير الملفات المضافة أو تعديل تسلسلها بأي شكل إلا بموافقة 51% من الأجهزة على الشبكة مما يمنع عمليات الاحتيال والسرقة. كما يمكنها اختصار وقت إرسال واستقبال المال والوثائق خلال دقائق على عكس النظام الحالي المستخدم في القطاع المصرفي، بالإضافة إلى أنها تساعد على اكتشاف أي خلل في المعاملات ومدى صحتها. (ريناد المجد لتقنية المعلومات، 2024)

7.3.1. مصادر تطوير الخدمات المالية:

لا يمكن الحديث عن تطوير الخدمة المصرفية ما لم يستند لجملة من المصادر داخلية كانت أم خارجية تصاحب مراحل الخدمة المصرفية من جهة والابتكار من جهة أخرى. ويمكن عرضها كالآتي:

- **المصادر الداخلية:** تعد من أهم المصادر فاعلية وقدرة على تغذية المصرف بأفكار ابتكارية تمكن المصرف من تصميم وتقديم خدمات مصرفية أكثر إشباعا ومن بين أهم هذه المصادر ما يلي:

– مديري البنوك ورؤساء قطاعاته التنفيذيين: بحيث يمكنهم تقديم اقتراحات من شانها تطوير الخدمات المالية نتيجة لمعايشتهم للواقع العملي والظروف المختلفة المحيطة بالبنك وقدرتهم على تشخيص وضعية خدماته. (علي محمود خ.، 2019، صفحة 330)

– إدارة البحث والتطوير بالمصرف: ويعتبر قسم البحث والتطوير في المؤسسة المسؤول الأول عن البحث عن الأفكار التي يمكن من خلالها تطوير الخدمات الحالية أو إدخال واقتراح خدمات جديدة. (عبيدات، 2000، صفحة 46)

– إدارة التسويق بالمؤسسة: والتي تحرص على المواءمة بين حاجات العملاء وما تقدمه المؤسسة من خدمات مالية من خلال تحليل البيئة التسويقية للتعرف على الفرص الموجودة في السوق والتغيرات التي تطرأ على رغبات العملاء وأحدث المستجدات في القطاع. (معراج، 2006، صفحة 22)

- جهود تحفيز الابتكار داخل المؤسسة: ويقصد بذلك مدى وجود نظام لتشجيع موظفي المؤسسة على تقديم اقتراحات وأفكار جديدة يمكن معرفتها من خلال اتصالهم المباشر وغير المباشر بالزبائن، وذلك بالتعرف على الانطباعات المتولدة لدى الزبون عن الخدمة ومدى ملاءمتها لإشباع حاجاته ورغباته وأوجه القصور التي يمكن تجنبها، وبالتالي تطوير هذه الخدمة بمختلف جوانبها. (معراج، 2006، صفحة 23)

- **المصادر الخارجية:** وتضم هذه المجموعة كافة المصادر التي تقوم بتقديم أفكار أو آراء أو تعليقات أو انتقادات من شأنها تطوير الخدمة ومن أهم هذه المصادر ما يلي:

- عملاء المصرف الحاليين: يعد صندوق الاقتراحات من أهم عوامل حث العميل على تقديم رأيه في الخدمة أو اقتراحاته بشأن تطويرها والتي يجب الاهتمام بتحليلها واستخلاص الأفكار المناسبة منها لتقديم خدمات مصرفية مبتكرة أو لتطوير وتحسين الخدمات الحالية. (علي محمود خ.، 2019، صفحة 331)
- المؤسسات المنافسة: تلجأ العديد من البنوك إلى تقليد ما يقوم به المنافس فتخلق خدمة جديدة مع إضافة بعض السمات المميزة لها، أو قد تسعى للحصول على تراخيص معينة لأفكار جديدة، وقد كثر استخدام هذه الاستراتيجية من قبل البنوك خصوصا عندما تمارس أعمالها في مناطق جغرافية منعزلة عن المؤسسات الأخرى. (عكروش، 2004، صفحة 476)
- شركات بحوث التسويق: عادة ما يتم ضم هذه الشركات إلى عملية خلق فكرة حول تطوير الخدمات الجديدة، وذلك من خلال تقييم توجهات العملاء وحاجاتهم لان هذه الشركات قائمة أساسا على بحوث السوق والتعرف على حاجات ورغبات العملاء، وبالتالي تعتبر مصدرا مهما لخلق الأفكار الجديدة. (عكروش، 2004، صفحة 477)
- معاهد البحث العلمي: كثيرا ما تهتم الرسائل الجامعية التي أعدت عن النشاط المصرفي بدراسة الخدمات المصرفية وتحليلها ونقدها واقتراح تطويرها واستخلاص نتائج من شأنها تطوير الخدمات المصرفية. (علي محمود خ.، 2019، صفحة 331)
- عقود واتفاقيات التعاون: بسبب التكاليف ودرجة المخاطر المرتفعة لنشاط البحث والتطوير، وفي بعض الأحيان نتيجة لضعف القدرات والإمكانيات المتاحة لدى المؤسسة، والاحتياج للمعارف العلمية والتكنولوجية، فإنها تلجأ إلى إقامة اتفاقيات تعاون وشراكة مع مؤسسات أخرى، بحيث تكون مثيلة لها

أي في نفس القطاع أو في قطاعات اقتصادية أخرى مكملة لها، ومن أهم الإيجابيات التي يمكن تحقيقها من الشراكة واتفاقيات التعاون نذكر ما يلي: (دهيني، 2022، صفحة 29)

- ✓ تقاسم التكاليف والمخاطر المرتبطة بالبحث الإبداعي.
- ✓ تقاسم المعارف المكتسبة بين المؤسسات واستغلالها.
- ✓ انتقال التكنولوجيا من الدول المتطورة إلى الدول النامية في إطار المشاريع المشتركة.
- ✓ تحقيق ابتكارات جديدة لم تتمكن المؤسسة من تحقيقها لوحدها.
- ✓ اختصار مدة الإنجاز والتوصل للابتكار.

وكمثال على ما تقدم فإنه يمكن للبنوك والمؤسسات المالية اللجوء إلى شركات التكنولوجيا المالية لمساعدتها على تطوير خدماتها، حيث يتحقق هذا التعاون من خلال الخطوات التالية: (Lamaa، 2024)

- ✓ تحديد البنوك والمؤسسات المالية لأهداف الابتكار بوضوح، مع تشكيل إطار يسلط الضوء على عملية التكييف التكنولوجي من المفهوم إلى الإطلاق، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى سهولة تبادل الأفكار، والتواصل المفتوح بين أصحاب المصلحة، وإرساء مساءلة واضحة.
- ✓ اختيار نموذج تشغيل مناسب لمطابقة أهداف العمل، ويمكن أن يكون هذا النموذج مركزي أو لا مركزي أو مختلط حسب حجم البنك ومتطلباته.
- ✓ تحديد استراتيجية المشاركة، لتحديد كيفية التعامل مع شركة التكنولوجيا المالية من خلال المشاركة أو الاستحواذ.
- ✓ التركيز على إدارة الفريق، وتكريس تبني الابتكار من قبل البنوك لضمان التزامها مع احتياجات البيئة.

ويمكن تطوير هذا النوع من الشراكة وفقا لأحد الأشكال التالية: (بوشارب، 2023، صفحة 107)

- ✓ التضمين الداخلي: تتكامل شركة "Fintech" مباشرة مع نظام البنك الداخلي من أجل تقديم منتج أو خدمة للعملاء، في هذه الحالة البنك وشركة التكنولوجيا المالية يتحملان المسؤولية والسيطرة بشكل مشترك على تجربة العميل.
- ✓ الاستعانة بمصادر خارجية: في هذه الحالة يستعين البنك بمصادر خارجية لإنتاج المنتج النهائي، حيث يعتمد البنك على "Fintech"، والذي يعمل كمزود خدمة تابع لجهة خارجية، للدعم التشغيلي للخدمات المالية القائمة على التكنولوجيا. وفي هذه الحالة فإن العمليات تتم بالاستعانة بمصادر خارجية أما المخاطر والالتزامات المرتبطة بها تعود للبنك.

- ✓ مشروع مشترك منفصل: في هذه الحالة يقوم البنك وشركة "Fintech" بإنشاء مشروع مشترك منفصل كشركة جديدة يقدم من خلالها منتجا أو خدمة جديدة، لا يتم تقديمها مع العلامة التجارية للبنك أو "Fintech"، بل يتم تقديمها من قبل شركة جديدة ممولة لكلا الكيانين.

8.3.1. مراحل تطوير الخدمات الجديدة:

عموما تمر عملية تطوير الخدمات الجديدة وفق المراحل التالية:

- إيجاد الفكرة: في هذه المرحلة يجب الحصول على أفكار جديدة عن الخدمات المرغوب فيها من قبل العملاء في السوق المستهدفة ويتم تجميع هذه الأفكار الجديدة عن طريق المصادر الداخلية للمؤسسة وبالتحديد بواسطة قسم الأبحاث والتطوير إضافة لقسم التسويق، أو عن طريق مصادر خارجية عن طريق جمع معلومات عن العملاء أو الوسطاء أو المنافسين. (المغربي، 2018، صفحة 147)
- غربلة الأفكار: إن الغرض من توليد الأفكار هو الوصول إلى أكبر عدد ممكن منها، لتأتي بعدها هذه المرحلة التي تهدف إلى تخفيض هذا العدد وفقا لآلية تسمح بترك الأفكار التي يمكن أن تجذب العملاء مع شرط أن تتناسب مع إمكانيات وموارد المؤسسة، وبمراعاة أن تتفق مع أهدافها واستراتيجياتها. (معلا، 2005، صفحة 354)
- التقييم الاقتصادي للأفكار: وذلك من خلال دراسة تكلفتها المالية وتقدير الطلب المتوقع عن الخدمة المقترحة في حالة انتاجها، وتستعمل المؤسسة عدة أدوات لتحليل الجدوى الاقتصادية كشجرة القرارات وتحليل التكاليف. (المغربي، 2018، صفحة 147)
- التطوير الأولي للخدمة: خلال هذه المرحلة لا نسمي الفكرة خدمة فعلية قائمة، بل هي خدمة تجريبية، وتتضمن إعداد نموذج الخدمة، أي تحديد المواصفات الرئيسية لها مثل الأداء، طريقة التقديم، سرعة التقديم، الجو العام والخاص الذي سوف تقدم الخدمة في إطاره، طريقة الاستعمال، وقد تعرض النماذج على عينة من المستفيدين المحتملين لتجريبها فعليا وإبداء رايهم فيها من حيث الأداء والفعالية والإشباع والرضا. ليتم بعدها قبول النموذج أو رفضه وتعديله بناء على ملاحظات المعنيين. (الطائي و العلاق، 2008، صفحة 100)
- اختبار السوق: بوصول مفهوم الخدمة المالية الجديدة إلى هذه المرحلة تدخل في نطاق التنفيذ الفعلي، ليأخذ شكله النهائي، وهنا تلعب أنشطة البحث والتطوير بالتنسيق مع إدارة التسويق في المؤسسة دورا أساسيا في إخراج مفهوم الخدمة إلى صورتها كمنتج فعلي. (علي محمود خ.، 2019، صفحة 159)

- التقييم النهائي (تقديم الخدمة للسوق): يتم في هذه المرحلة تقديم الخدمة للسوق، وتتميز باستثمار أموال ضخمة في جميع العناصر للمزيج التسويقي من منتج، ترويج، توزيع وتسعير، ويلاحظ في هذه المرحلة ارتفاع تكلفة الترويج بشكل كبير، كما تتصف المبيعات بالانخفاض النسبي مما يؤثر سلبيا على ربحية المشروع، على أن المؤسسة تتقبل عادة هذه الخسائر المبدئية على أمل تحقيق الأرباح عند دخول الخدمة مرحلة النمو. (فرطاسي، 2017، صفحة 187)
- مرحلة التعديلات على الخدمة: وتتم هذه المرحلة من خلال التغذية العكسية المستمرة على الخدمة الجديدة بالقيام بأية تعديلات أو تحسينات مقترحة على الخدمة لأغراض تحقيق الأهداف المرجوة منها، مع ارفاق هذه العملية بقياس أثر هذه التعديلات بشكل مباشر على مستوى أداء الخدمة، والتحقق من فعاليتها قبل اعتمادها للتطبيق، ومنه يعتبر أي تعديل أو تغيير على مواصفات الخدمة المطورة بمثابة عملية تطوير جديدة. (يحياوي ف.، 2018، صفحة 88)

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم التعرف على المفاهيم المتعلقة بتطوير الخدمات المالية الرقمية والشمول المالي، بالإضافة إلى محاولة توضيح العلاقة النظرية بينهما ولو بشكل ضمني نظرا للتداخل بين المتغيرين.

فتطوير الخدمات المالية الرقمية يعبر عن الآلية التي يمكن من خلالها إدماج المزيد من الأفراد في النظام المالي الرسمي وفي نفس الوقت يمثل نتيجة لتبني المؤسسات المالية سياسة الشمول المالي، حيث يعبر هذا الأخير عن قدرة الأفراد وبالأخص الفئات المستبعدة ماليا للوصول للخدمات المالية واستخدامها بالجودة التي تلبي احتياجاتهم.

ومن أهم ما تم استخلاصه في هذا السياق هو أن تقديم المؤسسات للخدمات المالية ليس كافيا وإنما هو بداية لعملية ديناميكية من التطويرات التي يمكن أن تحسن من نوعية هذه الخدمات لتتواكب مع التكنولوجيات الجديدة، وتتطابق مع تطلعات العملاء. ومن أبرز ما تم تحديده هنا هو حصر أبعاد التطوير في: تعديل الخدمات، التنويع والابتكار، وتحسين تجربة المستخدم. أما بالنسبة للشمول المالي فإن مختلف الدراسات والمراجع النظرية أكدت على القيمة التي تنتج عن تبنيه، وذلك نتيجة لأهميته والفائدة المتبادلة التي يحققها لمختلف الفاعلين، حيث يساعد المؤسسات المالية على توسيع مواردها وشبكة عملائها والعمليات التي تتم عبرها، كما ويمكن الأفراد من تحسين مستواهم المعيشي والوصول إلى الرفاهية المالية، وتسهيل الدعم المالي بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصغيرة جدا، بالإضافة إلى تحقيق الاستقرار المالي والتنمية الاقتصادية على مستوى الدولة ككل.

الفصل 2: الشمول المالي في الجزائر في ظل تجارب دولية

تمهيد:

إن ما تتمتع به الدولة من خصائص اقتصادية ومالية وقانونية تؤثر في مستويات الشمول المالي، خاصة إذا امتلكت أطر مؤسسية ذات جودة عالية وأنظمة قانونية فعالة، والتزام قوي بالعقود وحماية المستهلك، في حين أن غياب البنية التحتية المتطورة أو الكافية، وضعف المؤسسات والظروف الاقتصادية والسياسية غير المستقرة كلها عوامل تنعكس سلبا على الشمول المالي. (العراقي، 2020، صفحة 193)

ومن هذا المنطلق سنعمل من خلال هذا الفصل على تشخيص البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر، إضافة لعرض وتحليل مؤشرات الاستخدام والوصول للخدمات المالية، ونظرا لتسارع التطورات في القطاع المالي عالميا فإننا سنقدم كذلك مجموعة من التجارب الدولية باعتبارها نماذج يمكن الاستفادة منها في التجربة الجزائرية لتعزيز الشمول المالي عموما مع التركيز على تعميم الخدمات المالية الرقمية، خاصة وأن عملية مواكبة هذا التطور تستلزم إجراءات إصلاحية دائمة تماشيا مع المتغيرات الجديدة، والذي يحقق من خلالها البقاء والنمو، ولعرض ما تقدم قمنا بتقسيم هذا الفصل للعناصر التالية:

1.2. نماذج لتجارب دولية في تعزيز الشمول المالي

1.1.2. استراتيجية الشمول المالي في الهند والأردن

2.1.2. تطور برنامج الهوية الرقمية في الامارات

3.1.2. التكنولوجيا المالية في المملكة العربية السعودية

4.1.2. مشاريع الشمول المالي في مصر

5.1.2. استراتيجية التثقيف المالي في رومانيا

2.2. البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر

1.2.2. تكنولوجيا الإعلام والاتصال (الانترنت)

2.2.2. القوانين واللوائح التنظيمية

3.2.2. تنظيم الدفع الإلكتروني

4.2.2. التكنولوجيا المالية

3.2. مؤشرات الشمول المالي في الجزائر

1.3.2. مؤشرات الوصول

2.3.2. مؤشرات الاستخدام

1.2. نماذج لتجارب دولية في تعزيز الشمول المالي (متطلبات تعميم الخدمات المالية الرقمية)

يهتم هذا العنصر بعرض مجموعة من التجارب الدولية في تعزيز الشمول المالي والتي نهدف من خلالها لتقديم نماذج يمكن اعتمادها في التجربة الجزائرية، حيث سنعرض سبل صياغة استراتيجية وطنية بتقديم تجربة الهند والأردن، كما سنبين مساهمة تقنية اعرف عميلك على تسهيل استخدام الخدمات المالية الرقمية في الامارات، أما بالنسبة لتجربة المملكة العربية السعودية فتتمحور حول تطوير التكنولوجيا المالية واعتماد المصرفية المفتوحة كأحد الحلول لتجاوز الآلية التقليدية لعمل البنوك، بينما اختصرنا تجربة مصر بالإشارة إلى أهم المبادرات التي أطلقتها للرفع من مستويات الشمول المالي، فيما تطرقنا للتثقيف المالي في تجربة رومانيا.

1.1.2. استراتيجية الشمول المالي في الهند والأردن:

إن بناء استراتيجية وطنية للشمول المالي على مستوى الدولة يمثل اللبنة الأساسية في تحقيق الشمول المالي بالرغم من أن هذه العملية قد يعترضها العديد من المعوقات والتحديات التي قد تطيل فترة عملية البناء وقد تقودها إلى التعثر الجزئي أو الفشل التام، ولتفادي التعرض لهذه الحالات يجب تحديد كافة المعطيات والخطوات على مستوى مراحل البناء بشكل واضح باتخاذ الاجراءات المناسبة في الوقت المناسب وبشكل متدرج بحيث تسبق هذه المرحلة العمل على بناء استراتيجية وطنية للتوعية والتثقيف المالي. (أمانة محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، 2025، صفحة 22)

وبعد عرض كيفية ومراحل صياغة الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي في العنصر (8.1.1. الخطوات العملية لبناء وتطوير استراتيجية وطنية للشمول المالي)، سنحاول هنا تقديم أهم الأمثلة عن محتويات هذه الاستراتيجية وذلك بالتطرق لكل من استراتيجية الشمول المالي في الهند (2019–2024)، وكذلك الركائز الأساسية للاستراتيجية الوطنية للاشتمال المالي في الأردن (2023–2028).

- **استراتيجية الشمول المالي في الهند (2019–2024):**

تعتبر الهند واحدة من المشاركين الرئيسيين إلى جانب إندونيسيا والمملكة المتحدة في مجموعة فرعية من الشراكة العالمية للشمول المالي "GPFI" التي تتناول التنظيم وهيئات وضع المعايير، كما ساهمت في إعداد الأبحاث والبيانات الارشادية المتعلقة بالرقمنة والتنظيم والشمول المالي التي تنشرها "GPFI" من وقت لآخر. علاوة على ذلك، فإن بنك الاحتياطي الهندي هو حاليا عضو في أربع مجموعات عمل تابعة للشبكة

الدولية للتعليم المالي (INFE) التي أنشأتها "OECD" وهي: المعايير، والتنفيذ والتقييم، والتثقيف المالي الرقمي، والتعليم المالي للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، والمهارات الأساسية للتثقيف المالي. (Reserve bank of India, 2020, p. 08)

ولقد تم إعداد الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي في الهند 2019-2024 من قبل بنك الاحتياطي الهندي تحت إشراف لجنة استشارية للشمول المالي ابتداءا من يونيو 2017، وهي مبنية على مدخلات واقتراحات من حكومة الهند ومنظمين آخرين في القطاع المالي مثل هيئة الأوراق المالية والبورصات في الهند "SEBI"، وهيئة تنظيم وتطوير التأمين في الهند "IRDAI"، وهيئة تنظيم وتطوير صناديق التقاعد في الهند "PFRDA". وتعكس هذه الوثيقة أيضا نتائج مشاورات واسعة النطاق مع مجموعة متنوعة من الأطراف المعنية والمشاركين في السوق، بما في ذلك البنك الوطني للزراعة والتنمية الريفية "NABARD"، وشركة المدفوعات الوطنية الهندية "NPCI"، والبنوك التجارية، وغيرهم. مما تقدم فقد تم وضع مجموعة من الأهداف الإرشادية ذات الأهمية الخاصة في السياق الهندي، مرفوقة بخطط عمل ومعالم توضح طريقة تنفيذها، مع اقتراح توصيات عامة لتحقيق هذه الأهداف، والمتمثلة في: (Reserve bank of India, 2020, pp. 18-23)

1) الوصول الشامل إلى الخدمات المالية:

- الأهداف: يجب أن يكون لكل منطقة سكنية امكانية الوصول إلى مزود خدمة مالية رسمي ضمن مسافة معقولة تبلغ 5 كلم، مع الحرص على تسجيل العملاء من خلال عملية رقمية سهلة وأقل اعتمادا على الوثائق الورقية.
- التوصيات: من المهم توفير بنية تحتية رقمية قوية وفعالة لضمان تقديم الخدمات المالية بشكل سلس. كما ينبغي على البنوك السعي لحل المشكلات المتعلقة بالحاجة إلى تقديم ضمانات نقدية، وحدود الاحتفاظ بالنقد، واتخاذ مختلف الاجراءات التي يمكن من خلالها تعزيز ثقة العملاء في التعامل معها.
- خطة العمل: توفير الوصول المصرفي لكل قرية ضمن نطاق 5 كيلومترات / قرية تحتوي على 500 أسرة في المناطق الجبلية بحلول مارس 2020، وإنشاء البنية التحتية اللازمة للانتقال نحو مجتمع أقل استخداما للنقد بحلول مارس 2022، اضافة لتشجيع مزودي الخدمات المالية على تبني أساليب مبتكرة لتعزيز الوصول من خلال الأجهزة المحمولة بحلول مارس 2024.

2) توفير مجموعة أساسية من الخدمات المالية:

- الأهداف: بذل جهود إضافية لتوفير الوصول إلى التأمين والتقاعد والائتمان لحاملي حسابات "PMJDY".

- التوصيات: تصميم وتطوير منتجات مالية مخصصة من قبل البنوك، كما يوصى بأن تسعى هذه الأخيرة إلى بناء شبكة من مراسلي الأعمال (وكلاء مستقلون يعملون نيابة عنها في المناطق النائية) الخاصة بها.
- خطة العمل: تسجيل كل بالغ راغب ومؤهل (بما في ذلك الشباب الذين بدأوا حديثا العمل) في برنامج تأمين وبرنامج تقاعد، إضافة لبناء شبكة مراسلي البنوك بحلول مارس 2020. وكذلك الحرص على تشغيل السجل الائتماني العام (PCR) بشكل كامل بحلول مارس 2022.

3) الوصول إلى سبل العيش وتطوير المهارات:

- الأهداف: تزود المنخرطين حديثا في النظام المالي الرسمي بالمعلومات ذات الصلة حول برامج الحكومة الحالية لسبل العيش، مما يساعدهم في تعزيز مهاراتهم والانخراط في أنشطة اقتصادية مفيدة وتحسين توليد الدخل.
- التوصيات: يوصى بتحقيق تكامل الأهداف بين برامج توليد العمالة وتطوير المهارات مثل مهمة سبل العيش الريفية الوطنية (NRLM)، ومهمة سبل العيش الحضرية الوطنية (NULM)، وبرنامج تطوير المهارات لرئيس الوزراء (PMKVY) وغيرها من البرامج على مستوى الولايات من خلال نهج تكاملي.
- خطة العمل: يجب أن تكون جميع التفاصيل ذات الصلة بالبرامج الحالية لتطوير المهارات وتوليد سبل العيش متاحة للوافدين الجدد عند فتح الحسابات، مع الحرص على تطوير إطار عمل يضمن تكامل الجهود من المجتمع المدني/ البنوك/ المنظمات غير الحكومية لزيادة وعيهم بالثقافة المالية، والمهارات الإدارية، والائتمان، والروابط السوقية من قبل الهيئة الوطنية للمهارات بحلول مارس 2020.

4) التثقيف المالي والتعليم:

- الأهداف: يتمحور التثقيف المالي حول تكوين الأفراد (مثل الأطفال، الشباب، النساء، العمال الجدد/ رواد الأعمال، القريبين من التقاعد، المتقاعدين، إلخ) وتمكينهم من معارف تتعلق بالمفاهيم الرئيسية والاستخدامات المرتبطة بالخدمات المالية وخاصة الرقمية منها، وتشمل العديد من المحاور مثل: الدفع الإلكتروني، المحفظة الإلكترونية، حساب الدفع، الموازنة، الادخار، إدارة الديون، وغيرها من المفاهيم. (الأكاديمية التونسية للشمول المالي، 2024)
- التوصيات: يوصى بالاستفادة من الآلية الحالية لـ SLBC/DCC/DLRC وتنسيق الجهود بين بنك الاحتياطي الهندي، وNABARD، وموارد NRLM، والمنظمات غير الحكومية، ومراكز PACS،

والمجموعات الذاتية المساعدة، وجمعيات المزارعين، وما إلى ذلك، لتعزيز التثقيف المالي على المستويات القاعدية.

- خطة العمل: تطوير وحدات تثقيف مالي من خلال المركز الوطني للتعليم المالي (NCFE) تغطي الخدمات المالية في شكل محتوى سمعي ومرئي، وكتيبات توجه لمختلف شرائح المجتمع مع التركيز على التثقيف حول العمليات بجانب التثقيف المفاهيمي، مما يمكن العملاء من فهم ليس فقط ما هو المنتج ولكن أيضا كيفية استخدام بحلول مارس 2021. هذا بالإضافة إلى توسيع نطاق الوصول إلى مراكز التثقيف المالي (CFL) في كل مدينة بحلول مارس 2024.

5) حماية العملاء وحل الشكاوى:

- الأهداف: يجب توعية العملاء بالوسائل المتاحة لحل شكاواهم، مع الحرص على وجود تدابير حماية كافية لضمان حق العميل في الخصوصية. (زايخ، 2024، صفحة 84)
- التوصيات: يوصى بأن تقوم التدقيقات الداخلية بتقييم الفعالية النوعية لآلية حل شكاوى العملاء الحالية في النظام المصرفي، مثل نظام المظالم الداخلي.
- خطة العمل والمعالم: تعزيز آلية حل شكاوى العملاء الداخلية لدى مزودي الخدمات المالية من حيث الفعالية والاستجابة في الوقت المناسب بحلول مارس 2020. ويلي ذلك العمل على تطوير بوابة شكاوى قوية/ تطبيق موبايل يعمل كواجهة مشتركة لتقديم وتتبع وحل الشكاوى المتعلقة بالقطاع المالي بشكل جماعي من قبل جميع الأطراف المعنية بحلول مارس 2021، ثم تفعيل خط مساعدة موحد مجاني يوفر استجابة للاستفسارات المتعلقة بشكاوى عملاء القطاع المالي بحلول مارس 2022.

6) التنسيق الفعال:

- الأهداف: يجب أن يكون التنسيق بين الأطراف الرئيسية مثل الحكومة، والهيئات الرقابية، ومزودي الخدمات المالية، وهيئات تنظيم خدمات الاتصالات، ومعاهد التدريب على المهارات، مركزا ومستمرا لضمان قدرة العملاء على استخدام الخدمات بطريقة مستدامة.
- التوصيات: تعزيز التنسيق من خلال التكنولوجيا واعتماد نهج لامركزي للتخطيط والتطوير.
- خطة العمل: تحديد المسؤوليات/ التوقعات بوضوح لكل من الأطراف المعنية على مستوى القاعدة لضمان توافق الإجراءات بين الحكومة/ الهيئات الرقابية/ مقدمي الخدمات المالية/ المجتمع، كما يجب تطوير إطار عمل للمراقبة ولوحة معلومات GIS بحلول مارس 2022.

- **الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي في الأردن (2023-2028):**

تتمثل الركائز الأساسية للاستراتيجية الوطنية للاشتمال المالي في الأردن (2023-2028) في: الدفع والتحويل، التمويل، الادخار، التأمين، تمكين المستهلك المالي وسلوكيات السوق. وقد حددت هذه الاستراتيجية كل من فئة 40% الأقل دخلا (ذات الدخل المحدود) والمرأة والشباب واللاجئين والمنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم كفئات مستهدفة تميل إلى إظهار نسب أدنى من المتوسط لمستوى الاشتمال المالي. وسنحاول في هذا السياق التفصيل في العنصر المتعلق بالدفع والتحويل باعتباره يرتبط بشكل مباشر مع الخدمات المالية الرقمية، وذلك من خلال التعرض لأبرز التحديات التي شخصها البنك المركزي الأردني والتي تحول دون التعامل بالخدمات المالية الرقمية، ومن ثمة تبيان الأهداف والاجراءات الاستراتيجة التي يمكن من خلالها تجاوز هذه النقائص.

1) التحديات: إن الجهود المتواصلة للتغلب على العوائق وتعزيز المدفوعات الإلكترونية في الأردن مع التركيز على التعليم وتعزيز إمكانية الوصول وزيادة قبول استخدام المدفوعات الإلكترونية. من هذا المنطلق نسلط الضوء على أبرز التحديات التي تعيق الفئات المستهدفة من استخدام خدمات الدفع الإلكتروني والمتمثلة عموما في: (البنك المركزي الأردني، 2024، الصفحات 32-33)

- تفضيل المعاملات المالية النقدية: يظهر الأردن تفضيلا قويا للمعاملات المالية النقدية إلا أن هذا الأمر بصدد التغير التدريجي بفضل الجهود المبذولة في التعليم وتعزيز الوعي المالي ومبادرات حماية المستهلك وتبسيط عمليات فتح الحسابات.
- الرسوم: تعد الرسوم المرتبطة بعمليات الدفع الإلكتروني عائقا أمام كل من الأفراد والمنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.
- دفع الرواتب نقدا: نسبة كبيرة من البالغين (54.4%) لا يزالون يتلقون رواتبهم نقدا، مما يساهم في الاعتماد المستمر على المعاملات النقدية.
- قبول التجار: نقص قبول الدفع لدى التجار وخاصة في القطاع الصحي يعيق التحول نحو المدفوعات الإلكترونية.
- تحديات البنية التحتية: هناك تحديات في البنية التحتية المتعلقة بتكلفة أنظمة الدفع الإلكتروني.

2) الأهداف والإجراءات الاستراتيجية: (البنك المركزي الأردني، 2024، الصفحات 32-33)

1. رفع نسبة ملكية الحسابات للبالغين من (43.1%) في عام 2022 إلى (65%) بنهاية عام 2028. وذلك من خلال:
   - مراجعة القوانين والأنظمة المتعلقة بالسماح للشباب فوق سن 15 عاما بفتح حساب بنكي أساسي أو محفظة إلكترونية.
   - تطوير منتجات مالية مصممة خصيصا لتلبية احتياجات الشباب.
   - مراجعة السياسات بهدف تبسيط متطلبات الوثائق لفتح المحافظ الإلكترونية للاجئين.
   - تحسين وتطوير المنتجات المتخصصة للاجئين مثل الحسابات الأساسية.
2. تقليص الفجوة الجندرية في القطاع المالي (مقاسة بملكية الحسابات المالية) من (22%) في عام 2022 إلى (12%) بنهاية عام 2028. وذلك من خلال:
   - التعاون مع الشركاء ذات العلاقة لتعزيز وصول المرأة إلى الخدمات المالية.
   - مراجعة سياسات البنوك المتعلقة بفتح الحسابات لتصبح حساسة للنوع الاجتماعي.
3. رفع نسبة ملكية الحسابات للمنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة من (52.4%) في عام 2022 إلى (75%) بنهاية عام 2028. وذلك من خلال:
   - مراجعة وتعزيز تقديم الخدمات المالية التي تناسب المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لتعزيز وصولهم إلى الخدمات المالية بالتعاون مع السلطات والمنظمات المحلية.
4. رفع نسبة البالغين الذين يستخدمون الدفع الإلكتروني (39.8%) في عام 2022 إلى (65%) بنهاية عام 2028. وذلك من خلال:
   - التعاون مع المؤسسات المالية لتطوير منتجات مناسبة للمرأة.
   - تعزيز الشراكات مع أصحاب المصلحة بما في ذلك المنظمات غير الحكومية لتعزيز استخدام اللاجئين للخدمات المالية الإلكترونية.
   - تطوير منتجات مالية تستهدف فئة الشباب.
   - أتمتة رواتب القطاع الخاص.
   - أتمتة مدفوعات قطاعي الصحة والنقل.
5. رفع نسبة المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي تستخدم الدفع الإلكتروني من (31.5%) في عام 2022 إلى (50%) بنهاية عام 2028. وذلك من خلال:
   - تقديم الدعم الفني المتعلق بتثبيت واستخدام الأنظمة الإلكترونية.

- دراسة تقديم مزايا ضريبية بالتعاون مع الجهات المختصة، مثل خفض الضرائب على الدخل المكتسب من خلال القنوات الإلكترونية.
- تطوير منتجات متخصصة للمنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بالتنسيق مع البنوك ومقدمي خدمات الدفع.

2.1.2. تطور برنامج الهوية الرقمية في الامارات:

تعتبر دولة الامارات العربية المتحدة ذات تجربة رائدة في رقمنة الخدمات الحكومية منذ عام 2014 من خلال توقيع اتفاقية تفاهم بين حكومة دبي الذكية والهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات، وذلك بما يتماشى مع الرؤية المستقبلية ذات التوجهات الرقمية مثل "مئوية الامارات 2071" و"رؤية الامارات 2021"، وكذلك المبادرات والاستراتيجيات الوطنية التي تتبناها السلطات المحلية، مثل استراتيجية دبي الذكية "حكومة بلا أوراق" ومبادة تسهيل الأعمال التي تتبناها الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات، بالإضافة إلى استراتيجية التعاملات الرقمية. (طلحة، 2019، صفحة 20)

وعلى العموم فقد حدد المصرف المركزي الاماراتي عددا من مجالات التركيز خلال رحلته نحو التحول الرقمي، والمتمثلة في: منصة مشاركة اعرف عميلك، إطار التمويل المفتوح، الخدمات المالية السحابية، إضافة لمشاريع أخرى. (مصرف الامارات العربية المتحدة المركزي، 2024)

- **تعريف "تقنية اعرف عميلك":**

تعتبر الهوية الموثوقة جزءا أساسيا من تقديم والحصول على الخدمات المالية لأنها ضرورية في مراحل مختلفة من تفاعل الفرد مع القطاع المالي الرسمي. فأثناء فتح الحساب، يحتاج العميل إلى بيانات الهوية لكي يتمكن مزود الخدمة المالية من مطابقة تلك المعلومات مع مصادر أخرى مثل السجل الوطني أو السجل المدني أو مكتب الائتمان، وبالتالي التحقق من هوية الفرد بشكل موثوق. بعد التحقق، يتم إصدار معرف معاملة، مثل الرقم السري "PIN"، من قبل مزود الخدمة المالية لتمكين العميل من متابعة تنفيذ المعاملات المالية دون الحاجة لإعادة التحقق في كل معاملة. (Sharmista & Minita, June 20, 2019)

- **إطلاق خدمة "اعرف عميلك":**

في عام 2018، تم إطلاق مشروع تطبيق الهوية الرقمية في الإمارات، والتي تم تفعيلها على مرحلتين، المرحلة الأولى تتضمن الخدمات التي تقدمها مبادرة "مباشر" المتعلقة بإجراء المعاملات المدنية مثل: إصدار الرخصة التجارية، وخدمات حكومة دبي، وخدمات وزارة الموارد البشرية، وخدمات التوطين

والاقامة. أما المرحلة الثانية فيجري العمل عليها حاليا وتشمل كافة الخدمات الحكومية التي تم توفير منصة رقمية خاصة بها تدعى "تم"، وكذلك خدمات القطاع المصرفي وقطاع الاتصالات، حيث يمكن لجميع المستخدمين التسجيل في هوية الامارات الرقمية عبر (UAEPass). ومن المهم الاشارة هنا أن إطلاق الهوية الرقمية يعتبر امتدادا لرؤية الامارات الرقمية، حيث أنه لا يحتاج المتعامل إلى زيارة مراكز تقديم الخدمة، مما يوفر الجهد والمال. مع الأخذ بعين الاعتبار توفير بنية تحتية متكاملة لأمن الهوية الرقمية. (طلحة، 2019، صفحة 20)

أما بالنسبة لمؤسسة تسيير المنصة فقد تم إنشاؤها بموجب مرسوم بقانون اتحادي رقم (30) لسنة 2024 بشأن المنصة الرقمية "اعرف عميلك"، تنفيذا لأحكام هذا المرسوم بقانون، تنشأ شركة لإنشاء وإدارة منصة "اعرف عميلك"، وتتمتع الشركة بالشخصية الاعتبارية والأهلية القانونية اللازمة لمباشرة أنشطتها، وتخضع لأحكام المرسوم بقانون اتحادي رقم (32) لسنة 2021 بشأن الشركات التجارية، وتعديلاته. ويتولى البنك المركزي الاشراف على ادارة المؤسسة واعداد القانون الداخلي لها. وذلك لتتمكن هذه الأخيرة من ممارسة الأنشطة التالية: (حكومة الامارات العربية المتحدة، 2024)

- إنشاء المنصة وإدارتها.
- تنظيم عمليات جمع وحفظ وتحليل وتبويب واستخدام وتداول وتبادل بيانات "اعرف عميلك" بما يتوافق مع سياسات ومعايير وأدلة الأمن السيبراني في الدولة.
- إصدار تقرير "اعرف عميلك" وأي تقرير ومنتجات أخرى ذات صلة به وفقا للضوابط التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا المرسوم بقانون.
- الاتفاق مع المزود البيانات لتنظيم عملية الحصول على بيانات "اعرف عميلك".
- إعداد وتطوير أدوات ومعايير المخاطر وما يتعلق بها.

وتهدف هذه الخدمة لمساعدة البنوك في الامارات العربية المتحدة على تحقيق عدة مزايا والمتمثلة فيما يلي: (مشراوي، 2023، صفحة 231)

- فتح الحسابات المصرفية بسهولة وفي أي مكان يتواجد به العميل.
- تقديم طلبات التمويل إلكترونيا أو باستخدام التطبيقات الذكية.
- تسهيل اجراءات التقدم للخدمات المصرفية.
- توفير للبنوك تكاليف تشغيلية بفروعها.

- **أبرز مميزات وفوائد المشروع:**

عملت سلطة تنظيم الخدمات المالية التابعة لسوق أبو ظبي العالمي بالتعاون مع شركائها من المؤسسات المالية في الدولة على تطوير مشروع الآلية الإلكترونية لإجراءات عملية "اعرف عميلك" واختبار النموذج الأولي للمشروع، والتعاون لبناء عمليات وقواعد وأنظمة قابلة للتطبيق في النموذج الاولي للمشروع لخدمة المتعاملين الافراد في القطاع المالي، والسعي لتوفير حزمة متكاملة من المعايير الموحدة لإجراءات عملية "اعرف عميلك". وتشمل أبرز مميزات المشروع التالي: (سوق أبوظبي العالمي، 2024)

- تمكين المشاركين في تطوير المشروع من مشاركة والتأكد من صحة وثائق عملية "اعرف عميلك"، والتحديثات التي تطرأ على بيانات العملاء ضمن النموذج الأولي ضمن بيئة آمنة ومدعومة بتقنية منصة التعاملات الإلكترونية "البلوك تشين".
- ضمان جودة البيانات ومعايير الامتثال مع المتطلبات المطبقة لعملية اعرف عميلك، وقديم ارشادات واضحة وتحديد المتطلبات المسبقة للأعضاء المؤهلين للمساهمة كمشاركين في سجلات عملية "ارف عميلك" أو المعلومات المتضمنة في منصة المشروع.
- تقديم نموذج تجاري يعمل وفق رسوم حوافز تقدم للمساهمين بالبيانات. وتشارك رسوم النجاح في مشغل أداة "اعرف عميلك"، وطلب رسوم على المستفيدين من البيانات بما يعزز استدامة وجدوى النموذج التشغيلي للمشروع.
- تمكين المتعاملين الأفراد من تحديد كيفية تشارك بياناتهم الشخصية عبر منصة المشروع، بما يتماشى مع متطلبات حماية البيانات لتحفيز المتعاملين على ضمان تحديث ودقة بياناتهم في النظام.
- العمل وفق هيكلية ملكية لآلية عملية "أعرف عميلك" بما يتضمن الحفظ الآمن لمعلومات المتعاملين، والعمل على أساس غير ربحي لتعزيز الثقة بين الأطراف المعنية.

- **مزايا التسجيل في الهوية الرقمية:**

على العموم يحقق التسجيل في الهوية الرقمية المزايا التالية: (البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، 2024)

- تفعيل تقنية بصمة الوجه في تطبيق الهوية الرقمية.
- التسجيل الموحد للدخول إلى المواقع الحكومية وغيرها بشكل آمن من الهاتف المحمول.

- تحديث الملف التعريفي.
- تحديث العنوان ومعلومات الاتصال.
- امكانية توقيع المستندات رقميا.
- حفظ المستندات ومشاركتها رقميا.

- **توصيات واجراءات تطبيق تقنية اعرف عميلك:**

من أجل تعزيز إطار تطوير الهوية الرقمية وقواعد اعرف عميلك الإلكترونية "e-KYC" في الدول العربية، تم توزيع استبيان على السلطات التنظيمية والإشرافية فيها. ويلاحظ استنادا إلى نتائج الاستبيان، أن نظم الهوية الرقمية لا تزال في مراحلها الأولى في معظم الدول العربية، على الرغم من وجود أنظمة للهوية الوطنية صادر عن حكوماتها، حيث لا تزال هذه الأخيرة تتبع الشكل الملموس لقواعد اعرف عميلك "KYC"، من خلال التفاعلات المباشرة (أو ما يعادلها) والوثائق المادية التي تعتبر الأساس لنماذج إلحاق العملاء والتحقق منهم. إلا أن مملكة البحرين ودولة الإمارات العربية المتحدة تمثلان تجارب رائدة في المنطقة لتطبيق نموذج "e-KYC". (تقرير صندوق النقد العربي، 2020)

هذا وبناء على نتائج المسح، تم اقتراح مجموعة من التوصيات وإجراءات العمل للدول العربية، والمتمثلة في: (تقرير صندوق النقد العربي، 2020)

- إنشاء معرف رقمي للهوية يكون وحيدا وقانونيا وقابل للتشغيل البيني، مع التركيز على مبدأ "الهوية أولا" الذي يجمع الحد الأدنى من المعلومات لإنشاء هوية.
- دعم إطار الهوية الرقمية من خلال اعتماد سياسات وقواعد ولوائح تعالج المخاطر أو المخاوف المرتبطة باستخدام الهوية الرقمية.
- إنشاء نظام لإجراءات العناية الواجبة CDD "القائم على المخاطر"، الذي يوازن بين هدف مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب وأهداف الشمول المالي.
- إعطاء الأولوية لسلامة بيانات المستخدم وتسهيل العمليات والإجراءات لمشاركة المعلومات بأدنى حد أثناء إجراءات العناية الواجبة.
- إصدار ارشادات ومعايير لاستخدام أي أنظمة هوية مدعومة من جهات غير حكومية.
- ضمان قواعد بيانات متكاملة ودقيقة يمكن استخدامها لأغراض تحديد هوية العميل والتحقق منه.
- تطبيق نموذج حوكمة قوي لإدارة الهوية الرقمية وإجراءات العناية الواجبة CDD.

- توفير الوضوح التنظيمي وإزالة الحواجز وتعزيز البيئة التنظيمية التي تُمكن من الابتكار وبالتالي قد توفر حلولًا جديدة لإجراءات العناية الواجبة CDD.
- التعاون مع الهيئات التنظيمية والمؤسسات الإقليمية والدولية.
- صياغة أطر انتقالية للتشغيل البيني ومستويات الضمان الجاري تنفيذها عبر الحدود بين الدول العربية.

3.1.2. التكنولوجيا المالية في المملكة العربية السعودية:

برؤية مستقبلية واعدة في أن تكون المملكة العربية السعودية رائدة في القطاع المالي وتماشيا مع الأهداف الاستراتيجية لرؤية السعودية 2030، فقد عملت على النهوض بقطاع التقنية المالية من خلال انشاء مختبر التقنية المالية الذي سمح بإطلاق العديد من المؤسسات في القطاع المالي، وتمتاز منظومة التقنية المالية في المملكة بجاذبية عالية مما يتيح للشركات تقديم الخدمات المبتكرة بسهولة، وتحظى البنية التحتية في المملكة بالتكامل والتقدم التقني الذي يسمح بتوفير خدمات مؤتمتة بالإضافة إلى نضج التعاملات الإلكترونية الحكومية الذي يعتبر أساس البنية التحتية للمعلومات التي من شأنها دعم شركات التقنية المالية لتقديم خدمات موثوقة وسريعة. (فنتك السعودية، 2024)

وتعرف "Fintech" السعودية على أنها عبارة عن: مبادرة أطلقها البنك المركزي السعودي بالتعاون مع هيئة السوق المالية تحت مظلة برنامج تطوير القطاع المالي لدعم عملية تطوير قطاع التقنية المالية "Fintech" في المملكة العربية السعودية. ويتمثل طموح فنتك السعودية في تحويل المملكة العربية السعودية إلى وجهة للابتكار في قطاع التقنية المالية تتميز بمنظومة مزدهرة ومسؤولة، وتسعى عموما لتحقيق ذلك من خلال: (فنتك السعودية، 2024)

- دعم عملية تطوير البنية التحتية اللازمة لنمو قطاع التقنية المالية
- بناء القدرات والمواهب التي تتطلبها شركات التقنية المالية
- دعم رواد أعمال التقنية المالية في كل مرحلة من مراحل تطوّرهم

وتركز فنتك السعودية على ثلاث مجالات:

- التواصل: نشر الوعي والتوجيه فيما يتعلق بقطاع التقنية المالية من خلال الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعية وبودكاست فنتك السعودية والتقارير.
- الفعاليات: تنظيم الفعاليات لدعم تنمية مجتمع الفنتك.
- المبادرات: تطوير المبادرات التي تدعم وتشجع نمو صناعة التقنية المالية في المملكة العربية السعودية.

ويدعم البنك المركزي السعودي الابتكار في القطاع المالي للمملكة، مما مكن الجهات في السوق من تطوير نماذج جديدة. ومن أبرز المبادرات الاستراتيجية التي أطلقها في هذا السياق نذكر: (البنك المركزي السعودي، 2024)

- إطلاق "فنتك السعودية": لدفع استراتيجية وتطور منظومة التقنية المالية في المملكة العربية السعودية.
- إنشاء البيئة التجريبية التشريعية: للسماح للمؤسسات المالية والشركات التقنية المالية باختبار وإطلاق منتجاتها وخدماتها المبتكرة في بيئة ابتكارية وآمنة، في عام 2018 تم السماح ل 7 شركات تقنية مالية بالعمل ضمن البيئة التجريبية.
- إصدار "القواعد التنظيمية لمقدمي خدمات الدفع": لتعزيز منظومة التقنية المالية للمدفوعات القائمة على الابتكار في المملكة العربية السعودية.
- الدفعة الثانية من البيئة التجريبية: في عام 2019 تم السماح ل 14 شركة تقنية مالية أخرى بالعمل ضمن البيئة التجريبية.
- الدفعة الثالثة من البيئة التجريبية: في عام 2020 تم السماح ل 11 شركة تقنية مالية أخرى بالعمل ضمن البيئة التجريبية.
- إطلاق التراخيص لشركات التقنية المالية: ارتفع إجمالي عدد الشركات المرخصة لها من قبل البنك المركزي السعودي إلى 15 متجاوزين بذلك مستهدف برنامج تطوير القطاع المالي (FSDP) والذي كان يستهدف الوصول إلى 3 شركات مرخصة بحلول 2020.

وموازاتا مع الإجراءات التي اتخذها البنك المركزي فقد بدأت جهود هيئة السوق المالية السعودية في دعم التقنية المالية منذ إطلاق مختبر التقنية المالية عام 2018، حيث تقوم الهيئة بتطوير أطر تنظيمية مبسطة لاستقطاب نماذج الأعمال المبتكرة والتقنيات الناشئة التي لديها القدرة على نقل صناعة الخدمات المالية إلى آفاق جديدة لتسهيل التمويل وتحفيز الاستثمار وتعزيز التنمية الاقتصادية، وسعيا منها لتمكين كيانات اقتصادية تعزز من العمق والتنوع للقطاع المالي، فقد عملت الهيئة على تحقيق ما يلي: (البنك المركزي السعودي، 2024)

- صرحت الهيئة لعدد من شركات التقنية المالية التي تعمل في مختلف الأنشطة.
- ساهمت الهيئة في إطلاق مبادرة (فنتك السعودية) لتحفيز بيئة التقنية المالية من خلال تطوير البنية الأساسية ودعم رواد الأعمال في مجال التقنية المالية

- يعد مختبر التقنية المالية في هيئة السوق المالية بيئة تجريبية تشريعية تتيح لمنتجات وخدمات التقنية المالية تجربة نماذج أعمالها المبتكرة ضمن معايير وفترة زمنية ومتطلبات تنظيمية محددة وبإشرافها.
- ساهم المختبر في التصريح لما يقدر ب 39 مؤسسة ناشئة في الفترة بين 29/04/2020 و05/02/2024، والتي تنشط في المجالات التالية: تمويل الملكية الجماعية، المستشار الآلي، طرح أدوات الدين والاستثمار فيها، التداول الاجتماعي، توزيع صناديق الاستثمار وصناديق الاستثمار العقاري، خدمة المشورة باستخدام الذكاء الاصطناعي، استخدام تقنية السجلات الموزعة (DLT) لترتيب إصدار الأوراق المالية وحفظها. (هيئة السوق المالية، 2024)

4.1.2. مشاريع الشمول المالي في مصر:

يقوم البنك المركزي المصري بدور محوري في دعم وتعزيز الشمول المالي، حيث منذ إنشاء الإدارة المركزية للشمول المالي عام 2016، عمل على إطلاق العديد من المشاريع والمبادرات التي من شأنها الرفع من مستويات الشمول المالي والتي نذكر من أبرزها:

- **المبادرة الرئاسية "حياة كريمة":** (البنك المركزي المصري، 2024)

- الهدف من المشروع: تحسين وتطوير البنية التحتية المالية في القرى وتوعية وتثقيف المواطنين بأهمية الشمول المالي وتوفير المنتجات والخدمات المصرفية، وتوفير التمويل اللازم عبر القروض متناهية الصغر، وذلك لتحقيق التمكين الاقتصادي والذي يشمل توفير فرص العمل للأشخاص من ذوي الدخل المنخفض، ودعم المشاريع الصغيرة وريادة الأعمال، وتوفير التدريب المهني بما يضمن دخل ثابت مستمر للأسرة وبالتالي خروج أكبر عدد من الأشخاص من دائرة العوز إلى دائرة الإنتاج. (كريمة، 2024)
- نبذة عن المشروع: شارك البنك المركزي بالتعاون مع وزارة التخطيط في المرحلة الأولى من المبادرة الرئاسية "حياة كريمة"، حيث تم وضع إطار لسبل التعاون بمشاركة عدد من البنوك، بدأ المشروع الذي يستهدف 1413 قرية بعدد 52 مركز في 20 محافظة في شهر مارس 2021.
- نتائج المشروع: تقديم تمويلات صغيرة ومتناهية الصغر بقيمة 4 مليار جنيه لقرابة 172 ألف مشروع، وقد تم اتاحة العديد من المنتجات المصرفية للقرى حيث فتح نحو 52 ألف حساب بنكي، 13 ألف محفظة هاتف محمول، 94 ألف بطاقة مدفوعة مقدما، بالإضافة إلى 23 ألف حساب أنترنت بنكي. وعلى صعيد آخر تم تهيئة البتية التحتية للخدمات المصرفية بتلك القرى فقد تم تركيب عدد 398 ماكينة

صراف آلي، توزيع نحو 5000 نقطة بيع ورمز استجابة سريع لدى التجار، بالإضافة إلى تطوير 75 فرع بنك وانشاء 11 فروع جديدة، وشهدت تلك القرى عدة زيارات تم من خلالها تقديم 335 ندوة تثقيفية للأفراد استهدفت 65 ألف شخص.

- **مشروع مجموعات الادخار والإقراض الرقمية:** (المجلس القومي للمرأة، 2024)

– الهدف من المشروع: ويندرج هذا المشروع تحت مظلة الشمول المالي للمرأة، حيث وقع البنك المركزي المصري مع المجلس القومي للمرأة مذكرة تفاهم للعمل على تعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة وتدعيم فكرة مجموعات الادخار والإقراض والرقمية واستخدام وسائل التكنولوجية الحديثة، جدير بالذكر أن المشروع يأتي استكمالا لبرنامج الادخار والإقراض الكلاسيكي الذي قد بدأه المجلس في يوليو 2014.

– أهداف المشروع: شمول المرأة المصرية بالقرى الريفية اقتصاديا، دمج المرأة بالمنظومة المصرفية الرسمية للدولة، رفع الوعي ونشر الثقافة المالية بين السيدات، محو الأمية الرقمية للسيدات من خلال التشجيع على استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، تنفيذ تدريبات شاملة ضمن البرنامج حتى يتم بناء قدرات المرأة المصرية وتشجيعها على تبني مشروعات خاصة بها. كما ويستهدف المشروع 500 ألف سيدة لتكوين ما يقرب من 25 ألف مجموعة ادخارية، في 13 محافظة.

– الإنجازات التي حققها المشروع: من أبرز ما حققه هذا المشروع نذكر:

- ✓ تم تنفيذ 5 برامج تدريب المدربين حول منهجية الادخار والاقراض الرقمي، التثقيف المالي والرقمي، وسبل تعليم الكبار.
- ✓ إقامة 222 دورة استهدفت 388 مشرفة ميدانية من القرى المستهدفة بالمحافظات المعنية حول منهجية الادخار والاقراض الرقمي.
- ✓ إقامة 12 دورة استهدفت 301 مشرفة ميدانية من المدربين سابق (والذي سوف يتم الاستعانة بهم على مدار المشروع لتدريب السيدات).
- ✓ إبرام عدد من العقود والبروتوكولات أولها مع شركة إي فايننس/ إي أسواق، لإنشاء تطبيق إلكتروني يسهل استخدامه في برنامج الادخار والإقراض الرقمي.
- ✓ تكوين فريق عمل بحثي بالمجلس لإعداد دراسة ميدانية ببعض القرى للتعرف على أولويات واحتياجات المرأة الريفية.

- **رقمنة تعاملات الشركات والجمعيات متناهية الصغر:** (البنك المركزي المصري، 2024)

- الهدف من المشروع: رقمنه المعاملات الخاصة بعملاء شركات وجمعيات تمويل المشروعات متناهية الصغر (فئة أ) من تعاملات نقدية إلى تعاملات باستخدام وسائل الدفع غير النقدية وهذا في إطار العمل على التحول إلى مجتمع أقل اعتمادا على النقد وأكثر تطبيقا لقانون تنظيم وسائل الدفع غير النقدي رقم 18 لسنة 2019.
- نبذة عن المشروع: في يوليو 2021، تم البدء في مشروع رقمنه التعاملات الخاصة بعملاء شركات وجمعيات تمويل المشروعات متناهية الصغر (فئة أ) والبالغ عددهم 30 جهة، من تعاملات نقدية إلى تعاملات باستخدام وسائل الدفع غير النقدية، وذلك من خلال تعاقد الجمعيات والشركات مع البنوك كوكيل بنكي وإصدار بطاقات ومحافظ إلكترونية لعملائها لمنح القروض بها.

- **البنك المدرسي:** (البنك المركزي المصرفي، 2024)

- الهدف من المشروع: توعية طلاب المدارس بالمفاهيم البسيطة للمعاملات المالية (الادخار، ريادة الأعمال، الاستثمار، إلخ).
- نبذة عن المشروع: يقدم البرنامج مدخلات تعليمية ذات منهج تعليم مالي للطلاب (15 ساعة مقسمة على مدار العام الدراسي)، بالإضافة إلى تقديم منتج بنكي بالتعاون مع أحد البنوك. كما ويقدَم المحتوى التعليمي عبر تأهيل وتدريب المدرسين والأخصائيين ويشمل موضوعات ومفاهيم مالية تهدف إلى زيادة الوعي الطلاب وذويهم والمدرسين، كما يساهم في إعداد كوادر واعية قادرة على التفاعل مع احتياجات سوق العمل المتغيرة وتنمية القدرة على الابتكار والإبداع بما يقوي قدراتهم التنافسية في السوق ومواجهة تحديات المستقبل.

- **بناء القدرات الفنية للمؤسسات ذات العلاقة من خلال برنامج اعداد السياسات (8Questions Method):** (البنك المركزي المصري، 2024)

- الهدف من المشروع: بناء قدرات واضعي السياسات والجهات الرقابية لوضع سياسات الشمول المالي وتأهيل مدربين مصريين لتقديم البرنامج بمصر والشرق الأوسط.
- نبذة عن المشروع: يعقد البنك المركزي دورات تدريبية لبرنامج الثماني أسئلة لصياغة السياسات (8Questions Method)، بالتعاون مع Fletcher School of Leadership (FLPFI) بجامعة تافتس (Tufts University)بالولايات المتحدة والذي يتم تقديمه من قبل عدد من الخبراء المتخصصين، حيث يهدف البرنامج إلى التعرف على أحدث الأساليب والممارسات الدولية بشأن وضع السياسات الخاصة

بالشمول المالي من خلال الوقوف على التحديات والأسباب الخاصة به. ويعتمد البرنامج على منهجية علمية مبتكرة لوضع إطار ثابت يساعد صانعي السياسات على تصميم وتنفيذ وتحليل السياسات القابلة للتطبيق والقائمة على الأدلة.

- **بناء قدرات العاملين في القطاع المالي والمصرفي:** (برسي، 2021، صفحة 424)

– الهدف من المشروع: زيادة الوعي ونشر وتوحيد الثقافة المالية ومفاهيم الشمول المالي في القطاعين المالي والمصرفي.

– نبذة عن المشروع: يقوم البنك المركزي بالتعاون مع المعهد المصرفي المصري بتقديم برامج تدريبية للعاملين بالقطاع البنكي والإدارات المختلفة ذات العلاقة حول المواضيع التالية: العمليات المصرفية والتمويل، الائتمان والتمويل، الخزانة والاستثمار، مكافحة غسل الأموال، العمليات المصرفية الاسلامية، تطوير الأداء والمهارات الإدارية، تنمية المهارات القيادية، تطوير المهارات الشخصية، العمليات المصرفية، إدارة المخاطر، الحوكمة، الموارد البشرية.

– أبرز انجازات المعهد المصرفي المصري: أكثر من 95 ألف متدرب سنويا، أكثر من 90 ألف ساعة تدريبية سنويا. أكثر من 4 آلاف برنامج تدريبي سنويا.

5.1.2. استراتيجية التثقيف المالي في رومانيا

عملت رومانيا في السنوات الماضية على تنفيذ استراتيجية شاملة لتعزيز الشمول المالي عبر التزامها بتهيئة بيئة مالية شاملة من خلال التعليم، التحول الرقمي والدعم الموجه للفئات المهمشة، ومن أبرز المواضيع التي ركزت عليها نجد التثقيف المالي وذلك لتمكين الأفراد من كسب المعارف الضرورية لاستخدام الخدمات المالية ضمن النظام المالي الرسمي.

- **لمحة عن واقع التثقيف المالي في رومانيا:**

تمت مراجعة الاستراتيجية الوطنية للتثقيف المالي في رومانيا (NFES) وإعادة إطلاقها في عام 2023، وتهدف عموما إلى تحسين الثقافة المالية لدى مختلف الفئات السكانية، بما في ذلك الطلاب والبالغين والشركات. وتضم الاستراتيجية أهدافا محددة يتعين تحقيقها بحلول عام 2030، مثل:

- ✓ زيادة المعرفة المالية.
- ✓ رفع الوعي بالحقوق والواجبات المالية.
- ✓ تعزيز الانضباط المالي.

وتعد هذه الاستراتيجية جهدا تعاونيا بين:

- ✓ وزارة التعليم.
- ✓ وزارة المالية.
- ✓ البنك الوطني الروماني.
- ✓ الهيئة الرقابية المالية.
- ✓ الهيئة الوطنية لحماية المستهلك.
- ✓ رابطة البنوك الرومانية.

وقد تم تخصيص عام 2024 للتثقيف المالي، وهو عام شهدت فيه رومانيا دفعة إضافية نحو التنمية، حيث تمت الموافقة على الاستراتيجية الوطنية للتثقيف المالي من قبل الحكومة في أبريل 2024. وذلك ضمن مجموعة من المعايير المسطر من الاتحاد، حيث تهدف الاستراتيجية إلى تعزيز تنفيذ البرامج التي تؤدي إلى رفع مستوى التثقيف المالي. وساهمت رابطة البنوك الرومانية في تطوير الاستراتيجية، وتعمل حاليا على تطوير عدد كبير من البرامج التعليمية في المجالين المالي والرقمي عبر جميع القنوات التي يرغب المواطنون الرومانيون في متابعتها. (educatiefinanciara, 2025)

وتعد الثقافة المالية في رومانيا عنصرا حيويا في التنمية الاقتصادية والرفاهية الشخصية. وتواصل العديد من الأطراف في القطاع دعم هذا المجال، من بينها: (QuickLegal, 2025)

- ✓ الحكومة: وذلك بالعمل على إدماج التثقيف المالي في المناهج الدراسية، بدءا من التعليم الابتدائي حتى المرحلة الثانوية، وكذا تنظيم حملات توعية عامة تهدف إلى رفع الوعي بأهمية الثقافة المالية وتقديم معرفة عملية للجمهور.
- ✓ البنوك والمؤسسات المالية: عبر تقديم ورش عمل مجانية وندوات حول موضوعات مثل وضع الميزانية والادخار والاستثمار، بالإضافة إلى العمل على توفير كتيبات ودورات عبر الإنترنت ومواد تعليمية تساعد العملاء على فهم المنتجات والخدمات المالية.
- ✓ المنظمات غير الحكومية (NGOs): تنظيم برامج تستهدف فئات عمرية وديموغرافية مختلفة لتقديم تعليم مخصص يلبي الاحتياجات الخاصة، وكذا التعاون مع المدارس والجامعات والمراكز المجتمعية لتقديم الثقافة المالية.

- **برامج التثقيف المالي:**

نظرا لكون الثقافة المالية ضرورية للرفاهية الشخصية والاقتصادية، وذلك لدورها في تمكين الأفراد من إدارة أموالهم بفعالية، والتخطيط للمستقبل، واتخاذ قرارات مستنيرة، فقد أطلقت رومانيا العديد من البرامج لرفع مستوياتها والتذ تذكر من أبرزها: (EduTime, 2025)

- ✓ برنامج "Start2Play": وهو برنامج التثقيف المالي التابع للهيئة الرقابية المالية (ASF)، موجه للأطفال في التعليم ما قبل المدرسي والتعليم الابتدائي.
- ✓ برنامج "Start2Learn": مخصص للمرحلة ما قبل الجامعية، مع تركيز كبير على طلاب المدارس الثانوية ذات الطابع الاقتصادي.
- ✓ برنامج "Acad. Laboratory": يتضمن هذا البرنامج أنشطة مثل الندوات، الدروس المفتوحة، المحاضرات، المؤتمرات، الأبحاث، التدريب، وغيرها، موجهة للطلاب والجامعات.
- ✓ برنامج "Wellness Financiar": وهو برنامج استباقي يهدف إلى تحسين مستوى المعيشة للأفراد وزيادة القيمة المضافة من خلال استخدام المنتجات المالية غير المصرفية.

- **أرقام وإنجازات برامج التثقيف المالي:** بعد تطبيق البرامج السابقة تم الوصول لجملة من النتائج والتي نذكر من أهمها: (QuickLegal, 2025)

- ✓ 448,663 طالبا في المدارس تلقوا تعليما ماليا.
- ✓ 336,511 طالبا جامعيا تلقوا تعليما ماليا.
- ✓ 8,282 معلما تم تكوينهم.
- ✓ 30 جامعة شريكة.
- ✓ 52,187 مشاركا في برامج "الرفاه المالي".

- **المواضيع التي تغطيها برامج التثقيف المالي:** تهدف برامج التثقيف المالي عموما إلى تمكين الأفراد من التعرف على المواضيع التالية: (The Romanian Association of Banks, 2025)

- ✓ الحصول على قرض: كيفية طلب وتوقيع عقود التمويل.
- ✓ مخاطر القرض: ماذا يحدث بعد توقيع عقد القرض؟ وكيفية استخدامه.
- ✓ إعادة هيكلة القرض: دعم العملاء في تجاوز الصعوبات المالية المؤقتة.
- ✓ قاموس المدفوعات الصغير: شرح مبسط لمفاهيم الدفع والتحويل المالي.
- ✓ الوساطة: وسيلة بديلة لحل النزاعات بين الأفراد أو الشركات والمستهلكين.

- ✓ الوقاية من الاحتيال: كيف تتجنب الاحتيال المالي؟ وماذا تفعل عند الوقوع ضحية له؟
- ✓ المدفوعات عبر الانترنت والهاتف: نصائح حول استخدام التطبيقات المصرفية.
- ✓ استخدام البطاقات: أنواع البطاقات وكيفية استخدامها بأمان.
- ✓ الادخار–التمويل: منتج يجمع بين مرحلتي الادخار والحصول على قرض سكني بفائدة ثابتة.
- ✓ لماذا يجب أن ندخر؟ وكيف نختار البنك المناسب؟ مع نظرة عن الودائع المصرفية.
- ✓ كيفية إدارة الميزانية: أساسيات وضع الميزانية للأفراد باختلاف تخصصاتهم.
- ✓ التمويل العقاري: دليل تثقيفي حول القروض العقارية وفقا للقوانين المحلية.

2.2. البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر

من أجل رفع مستويات الشمول المالي ينبغي خلق إطار لتعميم الخدمات المالية الرقمية لما تقدمه من حلول مبتكرة تلبي احتياجات الأفراد على اختلافها، كما يجب توفير نظام للمدفوعات على درجة عالية من التطور وبنية تحتية مادية جيدة وخاصة ما تعلق بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، مع ارفاق ذلك بلوائح تنظيمية ملائمة وإجراءات وقائية صارمة لحماية المستهلكين. (عطية، 2019، صفحة 88) لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على عناصر البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر، وذلك بالتطرق لمستوى الربط بالأنترنت باعتبارها وسيلة الربط في الخدمات المالية الرقمية بين المؤسسة والزبون، كما بينا أهم القوانين المؤطرة لهذه المعاملات، بالإضافة إلى التعرف على الهيئات المسؤولة على تنظيم الدفع الإلكتروني مع تقديم لمحة عن أهم شركات التكنولوجيا المالية الناشطة في الجزائر.

1.2.2. تكنولوجيا الاعلام والاتصال (الانترنت):

تعد مشاكل الاتصال بالأنترنت من بين أبرز القيود المتعلقة بالبنية التحتية الداعمة للشمول المالي، حيث أنها تشكل عوائق خاصة في المناطق النائية أو غير المتطورة والتي لا تتوفر أساسا على فروع بنكية، وبذلك يصعب دمج هذه الفئات في النظام المالي الرسمي. وبالتالي فإنه أصبح من الضروري معالجة هذه القيود لضمان أن تشمل الخدمات الرقمية جميع فئات السكان، وهنا لا يجب الإشارة فقط إلى الربط بالأنترنت وإنما كذلك لدرجة تدفق هذه الاخيرة (Falaiye, 2024, p. 373). وعلى العموم فقد عملت الجزائر خلال السنوات الأخيرة على تنفيذ عدة مبادرات ومشاريع من شأنها تعزيز هذا الجانب، ويمكن عرض النتائج التي توصلت لها من خلال النقاط التالية:

- **اشتراك الانترنت:**

تعد الانترنت من أبرز الوسائط التي يجب توفرها من أجل التمكن من إيصال الخدمات المالية للمستخدمين عن بعد، وتعتبر اشتراكات الانترنت دليلا على إمكانية تحول الأفراد للوصول للخدمات المالية الرقمية بدلا التنقل للوكالات البنكية، ويمكن عرض تطور عدد اشتراكات الانترنت في الجزائر بالنسبة للأنترنت الثابت وعبر الهاتف المحمول من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (04): اشتراك الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2019-2023

السنة	الانترنت الثابت	الانترنت عبر الهاتف المحمول
2019	3 580 456	-
2020	3 789 128	38 772 562
2021	4 175 372	41 780 199
2022	4 705 846	44 757 505
2023	5 541 377	48 090 232

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات وزارة البريد والمواصلات،

https://www.mpt.gov.dz/%d8%a3%d8%b1%d9%82%d8%a7%d9%85-%d9%88%d9%85%d8%a4%d8%b4%d8%b1%d8%a7%d8%aa/ ، تاريخ الاطلاع: 9 أفريل 2024.

من الجدول رقم (04) يتبين أن عدد اشتراكات الأنترنت في الجزائر تطورت اجابا خلال الفترة من 2019 إلى 2023، فبالنسبة للأنترنت الثابت زاد عدد الاشتراكات من ما يقارب 3،6 مليون مشترك في 2019 إلى 5،5 مليون مشترك مع نهاية سنة 2023، وكذلك بالنسبة للأنترنت عبر الهاتف المحمول فقد زاد عدد الاشتراكات خلال الأربع سنوات الماضية بما يقارب 10 مليون مشترك، ويعد الفارق بين عدد اشتراكات الانترنت المحمول والثابت منطقيا بالنظر لكون الانترنت الثابت يستخدم عادة في المنازل أو الإدارات ومن قبل مجموعة من الأفراد في نفس الوقت، بينما الانترنت المحمول فهو مخصص للاستخدام الشخصي. وعلى العموم فإن تطور عدد اشتراكات الانترنت يمثل مؤشرا إيجابيا بالنسبة للبنوك والمؤسسات المالية حيث يفتح أمامها المجال للاستثمار في التحول لتقديم خدماتها بشكل رقمي.

- **التحول إلى الألياف البصرية:**

تعتبر الألياف البصرية إلى المنزل (FTTH) تقنية تسمح بالنفاذ إلى الانترنت ذي التدفق العالي جدا، حيث يتم توصيل الألياف البصرية فيها إلى غاية المنزل، باستخدام الألياف البصرية من البداية إلى النهاية بين عقدة الربط البصرية والمشتركين، وتسمح شبكات الألياف البصرية بتوفير ربط ذي نوعية وسرعة تدفق

عالية جدا، إضافة إلى كونها تمنح استجابة أمثل مما يقلل من حدوث الانقطاعات ويستبعد وقوع الاضطرابات الكهرومغناطيسية. ومما تقدم فقد عملت وزارة البريد والمواصلات على ربط الأقطاب العمرانية الجديدة وكذا الأحياء السكنية الجديدة بتقنية الألياف البصرية الى غاية المنزل، مع العمل بالتوازي على التحويل التدريجي للمشتركين الموصولين بالشبكة النحاسية إلى شبكة الألياف البصرية. (وزارة البريد والمواصلات، 2024) ويمكن تلخيص حصيلة هذا التوجه من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (05): عدد الأسر الموصلة بشبكة الألياف البصرية "FTTH" خلال الفترة 2020-2023

السنة	عدد الأسر الموصلة بشبكة الألياف البصرية "FTTH"
2020	53 394
2021	165 244
2022	478 172
2023	1 080 948

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بينات وزارة البريد والمواصلات، https://www.mpt.gov.dz ، تاريخ الاطلاع: 9 أفريل 2024.

نلاحظ من الجدول أعلاه ارتفاع عدد الأسر الموصولة بشبكة الالياف البصرية الى غاية المنزل من 53 394 أسرة سنة 2020، ليبلغ 1.08 مليون أسرة في نهاية سنة 2023، وذلك ما سيمكن من ربط المزيد من الأفراد بشبكة الانترنت وبالجودة المناسبة التي تضمن لهم تدفق سريع.

2.2.2. القوانين واللوائح التنظيمية:

من أجل تحقيق الشمول المالي ميدانيا ولمواكبة التطورات في الخدمات المالية المدعومة بالتكنولوجيا فإنه يجب مرافقة ذلك وتأطيره بقوانين أكثر مرونة من شأنها تحفيز المؤسسات والأفراد على حد سواء لتبني هذا الاتجاه، وبإسقاط ذلك على التجربة الجزائرية فقد تم اصدار العديد من القوانين والاصلاحات، خاصة من قبل بنك الجزائر والذي ساهم بشكل فعال منذ 2010 بتسريع عملية الإدماج المالي للأفراد وذلك من خلال ما يلي: (لقصاصي، 2014)

- لتعزيز الشمول المالي تم إقرار الحق في الحصول على حساب في عام 2010 بموجب بند مدرج في قانون النقد والقرض، حيث سمح هذا النص القانوني لبنك الجزائر بتفعيل إمكانية وصول أي مواطن إلى الخدمات المصرفية الأساسية في حالة تم رفضه من البنوك التجارية. وتم تجسيد ما تقدم من خلال التعليمة التي أصدرها بنك الجزائر سنة 2012.

- وفيما يتعلق بالحصول على الائتمان، أصدر بنك الجزائر تعليماته للبنوك، في يناير 2013، لضمان الالتزام بالآجال المحددة لمعالجة طلبات الائتمان المقدمة من العملاء، والتي نصت على أنه يجب ألا تتجاوز هذه المواعيد النهائية خمسة عشر (15) يوما للأفراد وخمسة وأربعين (45) يوما للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. كما طلب من البنوك أن تخصص في كل وكالاتها شباك خدمة معلومات لفائدة العملاء لتسهيل حصولهم على الائتمان.
- اعتمادا على الالتزام المنصوص عليه في اللائحة المحدثة رقم 03-2013 الصادرة في 03 أفريل 2013، يتعين على البنوك والمؤسسات المالية إبلاغ عملائها حول شروط استخدام الحسابات المفتوحة وكذا أسعار مختلف الخدمات والالتزامات المترتبة عنها، وذلك لزيادة الشفافية في التعامل بين البنك والعميل. (مذكرة تنظيمية رقم 03-2018)
- عهد قانون المالية لسنة 2014 بمهمة جديدة إلى بنك الجزائر، وهي على وجه التحديد تعزيز وتنظيم الإدماج المالي في البعد التنموي للشبكة المصرفية عبر التراب الوطني وذلك من خلال المادة 35 مكرر.
- سمح قانون المالية التكميلي لسنة 2015 من خلال المادة رقم 43 بإدراج جهات فاعلة جديدة كمصادر لتوسيع المدخرات الوطنية وتوجيهها من خلال تنفيذ برنامج الامتثال الضريبي الطوعي. (bank of Algeria, 2022)
- نصت اللائحة التنظيمية رقم 02-2016 المؤرخة في 21 أفريل 2016 على تحرير التعاملات بالعملة الأجنبية، حيث أكدت على أنه يحق للأشخاص الطبيعيين المقيمين وغير المقيمين وكذلك الأشخاص الأجانب المقيمين وغير المقيمين فتح حسابات بالعملات الأجنبية في الجزائر، حيث خفف هذا الإجراء من حدة تداول العملة الأجنبية في السوق الموازية. (bank of Algeria, 2022)
- اعتمادا على التعليمة رقم 08-2016 المؤرخة في 01 سبتمبر 2016 لبنك الجزائر، يطلب من البنوك تقديم الخدمات التالية بالمجان: فتح وإقفال الحسابات بالدينار وبالعملات الأجنبية، إصدار دفتر شيكات، إصدار حساب توفير، الإيداعات والسحوبات النقدية من الفرع المحلي، إصدار تحويل من حساب إلى حساب بين الأفراد ضمن نفس المصرف. (مذكرة تنظيمية رقم 03-2018)
- المذكرة التنظيمية رقم: 01-2018: الصادرة عن البنك المركزي، حيث وجهت للبنوك والمؤسسات المالية لتشجيعها على استخدام مختلف أدواتها المالية لالتقاط وتوجيه جميع المدخرات المحتملة من أجل تقليل السيولة النقدية المتداولة في السوق الغير رسمية، وبناء علاقة احترافية بين البنك والعميل.

حيث أن البنوك مطالبة بموجب هذه المذكرة بإعفاء المدخرين من إجبارية إرفاق الأموال المودعة بالمستندات التي تثبت حق ملكية هذه الأموال بخلاف تلك المتعلقة بهوية العميل. (bank of Algeria, 2022)

- نظرا للرواج الكبير والتطور الملحوظ الذي شهدته المعاملات التجارية المقامة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في الجزائر، قامت السلطات العمومية بتأطير هذه المعاملات من خلال سن القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، والذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، فبالرغم من تأطير هذا النوع من المعاملات التجارية، إلا أن المتسوقين قد يواجهون عبر الانترنت عددا من المخاطر التي قد ينجر عنها وقوعهم ضحايا للنصب والاحتيال، حيث يرتبط بعضها بالأجهزة والبرامج المستخدمة في التسوق ويرتبط بعضها الآخر بوسائل الدفع، في حين تنبثق مخاطر أخرى من كيفية إجراء وسيرورة عملية التسوق بصفة عامة والتي ترجع في الأساس لنقص الوعي وتحكم العملاء في الوسائط التكنولوجية، لذلك حاولت لاحقا وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية تدارك ذلك من خلال اصدار دليل إرشادي حول التجارة الإلكترونية. (وزارة البريد والمواصلات، 2024)
- إصدار النظام رقم 2020-02 بتاريخ 15 مارس 2020 والمحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية، ويهدف هذا النظام لتحديد العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية، القواعد المطبقة عليها، شروط ممارستها، من طرف البنوك والمؤسسات المالية، وكذا شروط الترخيص المسبق لها من طرف بنك الجزائر. وبحسب المادة 04 من ذات القانون تخص العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية، المنتجات التالية: المرابحة، المشاركة، المضاربة، الاجارة، السلم، الاستصناع، حسابات الودائع، الودائع في حسابات الاستثمار. (الصيرفة الإسلامية، الاطار التنظيمي والتشريعي، 2024)
- بحسب المادة 146 من قانون المالية لسنة 2021 نصت على أنه يتعين على كل متعامل اقتصادي أن يضع تحت تصرف المستهلك وسائل الدفع الإلكتروني قصد السماح له، وبناء على طلبه بتسديد مبلغ مشترياته عبر حسابه البنكي أو البريدي الموطن قانونا على مستوى بنك معتمد أو بريد الجزائر. (قانون المالية، 2021، صفحة 49)
- القانون النقدي والمصرفي 2023، القانون 23-09: وجاء في مضمونه العديد من الإصلاحات التي تتناسب مع تدعيم الشمول المالي، والتي نوجزها في الآتي:

- أمن نظم ووسائل الدفع: بحسب المادة 58 يحرص بنك الجزائر على السير الحسن لجميع نظم الدفع الوطنية التابعة له وفعاليتها، حيث يمكنه رفض إدخال أي وسيلة دفع لا تتناسب مع المعايير الموضوعة ولا تقدم ضمانات سلامة كافية. (القانون النقدي والمصرفي، 2024)
- إنشاء لجنة الاستقرار المالي: وذلك بموجب المادة 157، وهي سلطة مكلفة بالمراقبة الاحترازية الكلية وبتسيير الأزمات. وتتمثل مهام اللجنة والمحددة وفق للمادة 161 في: تحديد وتقييم المخاطر التي يحتمل أن تضر باستقرار النظام المالي في مجمله، الحرص على تعزيز شفافية النظام المالي من خلال تشجيع إنتاج ونشر المعلومات والإحصائيات المفيدة للمراقبة الاحترازية الكلية من طرف الفاعلين في النظام المالي، إصدار كل القرارات أو التعليمات الكفيلة بضمان السير الحسن للنظام المالي وفعاليته، وتقليل مخاطر حدوث أزمات مالية. (القانون النقدي والمصرفي، 2024)
- إنشاء اللجنة الوطنية للدفع: بحسب المادة 163 من القانون المالي والمصرفي فإنه تؤسس لدى بنك الجزائر، لجنة وطنية للدفع، تتمثل مهمتها الرئيسية في وضع مشروع الاستراتيجية الوطنية لتطوير وسائل الدفع الكتابية، والذي يهدف إلى تعزيز المعاملات المصرفية وكذا تقوية الشمول المالي. (القانون النقدي والمصرفي، 2024)

ما يمكن استخلاصه مما تقدم هو أن الإطار القانوني المنظم للخدمات المالية في الجزائر، قد شمل عموما مختلف المحاور التي يرتكز عليها الشمول المالي، من ناحية تسهيل الوصول للخدمات المالية واستخدامها، كما حرص على توجيه البنوك والمؤسسات المالية لتقديم الخدمات بالجودة المناسبة، لكن في المقابل لم يتطرق لعوائق الاستخدام الأساسية والتي من خلال معالجتها يمكن تحقيق قفزة نوعية في سياق تعميم الخدمات المالية الرقمية، حيث يمكن الإشارة هنا لأهمية تخفيف الأعباء الضريبية ومنح امتيازات للأفراد والمؤسسات الذين يتمون تعاملاتهم بشكل رقمي، وكذلك بالنسبة للتعاملات بالعملة الأجنبية، فهي تحتاج لإعادة مراجعة القوانين التي تؤطرها حتى تفتح المجال أمام الأفراد لتنفيذ تعاملاتهم المالية الدولية من خلال تسهيل حصولهم على العملة الأجنبية لتسديد ثمن مشترياتهم عبر الانترنت، وذلك لمواكبة الانفتاح الاقتصادي ولتفادي توجههم للسوق الموازية بحثا عن العملة الصعبة، فمن الضروري هنا وضع استراتيجية مناسبة لإنشاء مكاتب الصرف وذلك لمواكبة ما هو متعامل به في الدول المتقدمة.

3.2.2. تنظيم الدفع الإلكتروني:

من أجل تأطير نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر وبالأخص من ناحية إدارة وسائل الدفع وكذا تحديد المعايير والضوابط التي تضمن سلامة المعاملات المالية عن بعد ومرافقة البنوك لعصرنة خدماتها، فقد تم إنشاء المؤسسات التالية:

- **شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك "SATIM":**

وهي شركة تابعة لسبعة بنوك في الجزائر: CNEP، CPA، BNA، BEA، BDL، BADR، البركة، ومؤسسة CNMA للتأمين. حيث تأسست بمبادرة منها في عام 1995، وتعد شركة "SATIM" المشغل الإلكتروني بين البنوك في الجزائر للبطاقات المحلية والدولية، حيث تعمل كواحدة من الأدوات التقنية لدعم برنامج تطوير وتحديث البنوك وخاصة تعزيز وسائل الدفع عن طريق البطاقة. وتجمع حاليا 18 عضوا في شبكة البنوك الخاصة بها، والتي تتكون من 6 بنوك عمومية و11 بنكا خاصا، بالإضافة إلى بريد الجزائر. وتمكنت الشركة مع نهاية سنة 2023، من توصيل أكثر من 1351 جهاز صراف آلي و40000 محطة دفع إلكترونية متصلة بخوادمها، إضافة إلى 274 موقعا تجاريا على الويب يعمل على منصته. (شركة النقد الآلي والعلاقات لتلقائية بين البنوك، 2024) وتتمثل مهامها الأساسية فيما يلي:

- العمل على تطوير واستخدام طرق الدفع الإلكتروني.
- إنشاء وإدارة المنصة التقنية والتنظيمية لضمان التشغيل البيني الكامل بين جميع الفاعلين في الشبكة المصرفية الإلكترونية في الجزائر.
- المشاركة في تنفيذ القواعد بين البنوك لإدارة منتجات الدفع الإلكتروني بين البنوك من خلال كونها قوة اقتراح.
- دعم البنوك في إنشاء وتطوير منتجات الدفع الإلكتروني.
- تخصيص الشيكات وبطاقات الدفع والسحب النقدي.
- تنفيذ جميع الإجراءات التي تحكم عمل نظام الدفع الإلكتروني بمكوناته المختلفة، والمتمثلة في: إتقان التقنيات، أتمتة الإجراءات، سرعة المعاملات، اقتصاد التدفقات المالية.
- تخصيص بطاقات السحب بين البنوك للبنوك، وإنشاء مفاتيح للأعضاء بنظام تفويض خاص بهم.

- **تجمع النقد الآلي:**

هي مؤسسة تم إنشاؤها في جوان 2014، ترتكز مهامها أساسا على وضع نظام دفع إلكتروني فعال يمكن من خلاله التوجه نحو عصرنة النظام البنكي، ويتكون تجمع النقد الآلي من 19 عضو منخرط منهم

18 بنك وبريد الجزائر، كما يساهم فيه بنك الجزائر كعضو غير منخرط للتأكد من مدى تطابق المنظومات ووسائل الدفع، والمعايير المطبقة في هذا المجال طبقا للتنظيم الساري. ويشرف هذا التجمع على قيادة نظام النقد الآلي من خلال الوظائف الأساسية الآتية: (تجمع النقد الآلي، 2024)

- إدارة المواصفات والخصائص والمعايير في مجال النقد الآلي.
- تعريف المنتجات النقدية البنكية وقواعد تطبيقها العملية.
- تسيير الأرضية التقنية للتوجيه.
- المصادقة.
- تسيير الأمن.

كما أن لتجمع النقد الآلي دورا استراتيجيا في مراقبة نشاط النقد الآلي بين البنوك، فهو يعمل على تحسين آليات الأمن والسلامة وفق المعايير الدولية، للحفاظ على الثقة بين كافة فاعلي نظام النقد الآلي بين البنوك، لاسيما المستخدم النهائي سواء كان الزبون الحامل للبطاقة أو التاجر القابل لها. ومن بين الإجراءات المتخذة لهذا الغرض نذكر: (تجمع النقد الآلي، 2024)

- ميثاق الأمن: دون تجمع النقد الآلي قواعد ومعايير أمنية في ميثاق الأمن النافذ في حق فاعلي نظام النقد البيبنكي (بين البنوك) ويغطي الجوانب التقنية، التنظيمية والقانونية.
- أمن البطاقات: تستعمل بطاقة الدفع الصادرة تقنية "الشريحة" المتضمنة إعدادات أمنية تصعب قراءتها واستنساخها مثل مفاتيح التشفير وشهادات "EMV".
- أمن محطات الدفع الإلكتروني: محطات الدفع الإلكتروني (TPE) مقفلة بما يجعلها لا تقبل إلا قراءة الشريحة، وتقدم تسهيلات للزبون بما يمكنه بإدخال الرمز السري بعيدا عن الأنظار وبكل أمان.
- أمن أجهزة الصرف الآلي: أجهزة الصرف الآلي مجهز لحماية المعطيات السرية للبطاقة وحاملها، من خلال: التشفير، كاميرات المراقبة ومرايا الرقابة، كما أنه لا يمكن ربط أجهزة صرف آلي بالشبكة النقدية البيبنكية إلا إذا تمت المصادقة عليه من طرف تجمع النقد الآلي.
- أمن مواقع التجارة الإلكترونية: خدمة الدفع على الانترنت ببطاقة "CIB" مرخصة فقط على المواقع المصادق عليها من طرف تجمع النقد الآلي، والذي يفرض مجموعة من الشروط التي تضمن تشفير بينات العملاء.

4.2.2. التكنولوجيا المالية في الجزائر:

تعد التكنولوجيا المالية من أبرز الآليات التي يتم ربطها مع تعزيز الشمول المالي، فهي وسيلة يمكن من خلالها تقديم حلول مالية مبتكرة للأفراد والمؤسسات تسهل عليهم الوصول للخدمات المالية عن بعد، وتساعدهم على الاندماج في النظام المالي الرسمي باعتبار أنها تقدم خدمات ذات صيغ تتناسب مع تطلعات العملاء وتلبي احتياجاتهم خاصة في ظل التقدم التكنولوجي والانفتاح الاقتصادي، وعلى غرار الدول النامية فإن هذا القطاع في الجزائر مازال في مرحلة البناء، حيث شهد مؤخرا إنشاء مختبر للتكنولوجيا المالية على شكل مسرعة أعمال، كما تم إطلاق عدد محدود من شركات التكنولوجيا المالية، ويمكن عرض ما تقدم في النقاط التالية:

- **مخبر التكنولوجيا المالي في الجزائر"FINLAB":**

أطلقت هيئة التنظيم والإشراف على عمليات البورصة "COSOB"، أول مختبر مخصص لتطوير الابتكار التكنولوجي في السوق المالية بالجزائر "FINLAB"، يوم الأربعاء 29 سبتمبر 2021، حيث تم التوقيع على عقد تشكيل المختبر تحت اسم "GIE-Algeria FinLab" بين هيئة "COSOB" والاتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين "UAR"، على هامش المؤتمر السادس للمجلس العلمي للمركز المالي بالجزائر العاصمة. ويركز نشاط هذا المختبر بشكل خاص على إدارة الجوانب الفنية، التنظيمية والوظيفية بطريقة جماعية من خلال إشراك الأكاديميين والباحثين وممثلي المؤسسات المالية لتحديد احتياجاتهم، وذلك بهدف السماح للشركات الناشئة ورواد المشاريع في قطاع التكنولوجيا المالية بتطوير حلولهم لتحديث الخدمات المصرفية والتأمين، للتمكن من تعزيز مستويات الشمول المالي في الجزائر.(FINLAB, 2024)

- **شركات التكنولوجيا المالية في الجزائر:**

تقدم شركات التكنولوجيا المالية العديد من الحلول المبتكرة والتي من شأنها تسهيل وصول مختلف الفئات للخدمات المالية الرسمية، فمثلا طورت شركات التكنولوجيا المالية منصات إقراض رقمية لزيادة توفر القروض الصغيرة للأفراد الذين يفتقرون إلى الضمانات أو السجلات الائتمانية في الأنظمة التقليدية، كما أسهمت عبر خدمات الدفع الإلكتروني في خفض تكاليف المعاملات، بالإضافة إلى توفير أدوات الادخار عبر الهواتف المحمولة من خلال تقديم خيارات مريحة عبر الهاتف لتلبية احتياجات ذوي الدخل المنخفض الذين يعانون من دخول غير منتظمة. ومن التحسينات الأخرى التي تم إدخالها منصات الحوالات الرقمية، التي مكنت من إجراء تحويلات عابرة للحدود بشكل أسرع وأكثر كفاءة من حيث التكلفة، كما وتعتمد هذه الشركات على تقنيات "اعرف عميلك" للحد من الأعمال الورقية المطلوبة لفتح الحسابات من خلال أساليب

التحقق عن بعد. (Al Rifai, 2025, p. 45) ورغم كل هذه المميزات التي تقدمها في تعميم الخدمات المالية الرقمية والتحسين من مؤشرات الشمول المالي، إلى أنها لم تحظى بالاهتمام المناسب في الجزائر، خاصة في ظل سيطرة البنوك العمومية على مجال تقديم الخدمات المالية وغياب منافسة حقيقية في هذا القطاع، ومع ذلك هناك عدد من الشركات التي تنشط في الجزائر بشكل محدود كما أنها غير معروفة ولا توجد احصائيات لأعمالها وما حققته. لكن يبقى مجال التطور لهذه المؤسسات مفتوحا خاصة مع توجه الدولة الجزائرية مؤخرا لدعم المؤسسات المبتكرة وريادة الأعمال، والذي تجسد من خلال إنشاء حاضنات الأعمال، وبطاقة المقاول الذاتي وكذا مشروع تخرج مؤسسة ناشئة بالنسبة لطلبة الجامعة وفقا للقرار 1275. ومن أبرز شركات التكنولوجيا المالية الناشطة في الجزائر نذكر ما يلي:

- **شركة شارجيلي "CHARGILI"**: هي شركة تكنولوجيا مالية متخصصة في مجال تسهيل طرق الدفع والتجارة الإلكترونية. تقدم للمستخدمين من خلال منصاتها الإلكترونية العديد من الخدمات مثل الدفع عبر الهاتف المحمول، وزيادة رصيد الائتمان، والبطاقات المدفوعة مسبقا، ودفع الفواتير وغيرها. أما بالنسبة للشركات والمهنيين فتوفر Chargily بوابات الدفع عبر الإنترنت على مواقعها الإلكترونية وتطبيقات الهاتف المحمول. بالإضافة إلى تركيب أجهزة الدفع الإلكتروني بين البنوك مثلEPT، POS، Mpos، وغيرها.(Chargily, 2024)
- **شركة باين "BEYN"**: وهي شركة أجنبية تأسست منذ أكثر من 15 سنة، وتنشط في العديد من الدول في أوروبا، شمال افريقيا وغرب افريقيا، وتتمثل مهام شركة "BEYN"، في تعزيز أداء البنوك والمؤسسات المالية من خلال إثراء العلاقة مع عملائها وتقليل تكاليف معالجة المعاملات وذلك بتزويدها بحلول رقمية مبتكرة وقابلة للتطوير خلال فترة زمنية قصيرة. وقد تم اختيار "BEYN" من بين أفضل 10 مزودي حلول مصرفية رقمية من قبل "Banking CIO Outlook" في سنة 2020.

  ومن بين حلول الدفع الإلكتروني التي تقدمها للبنوك خدمة "WIMPAY" والتي تسمح بالدفع الإلكتروني بين الأفراد وتسويات عمليات الشراء عن بعد بشكل فوري وآمن، إضافة إلى أنه يسمح للأفراد بتتبع ميزانيتهم وللتجار بإدارة أجهزة الدفع الإلكتروني الخاصة بهم. ومن بين المستفيدين من هذه الخدمة نجد البنك الوطني الجزائري "BNA".
- **شركة "UbexPay"**: هي مؤسسة ناشئة مختصة في الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية متحصلة على علامة من وزارة المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، وتتيح هذه المؤسسات العديد من الحلول للأفراد

والمؤسسات لإدارة تعاملاتهم في الخدمات والتجارة الإلكترونية كاستقبال المدفوعات عبر الانترنت وتتبع الدفع الآلي، إضافة لتزويد التجار بأجهزة الدفع الإلكتروني. (UbexPay، 2024)

- **منصة "Ninvesti"**: وهي منصة رقمية للربط بين المستثمرين وأصحاب المشاريع، حيث تسمح لأصحاب المشاريع المبتكرة والتي تحتاج إلى تمويل خصوصا في مرحلة الانطلاق من تقديم مشاريعهم بشكل مفصل إلكتروني، وفي المقابل تكون للمستثمرين والذين يملكون فائض من الأموال الفرصة للمساهمة في تمويل المشاريع التي تناسبهم. (NINVESTI, 2024)
- **منصة "Chriky"**: وهي عبارة عن منصة للتمويل الجماعي تتكيف مع السوق واللوائح وثقافة ريادة الأعمال في الجزائر، حيث تستجيب للطلب المتزايد على الأموال سواء للاستثمار أو إنشاء مؤسسات، وذلك لتخفيف الضغط على البنوك والمؤسسات المالية التقليدية الأخرى. خاصة وأن هذه الأخيرة تتطلب ضمانات وشروط لا تستطيع أصحاب المؤسسات الصغيرة والناشئة تحقيقها، وبالتالي فإن هذه المنصة فرصة لصغار المستثمرين من أجل تمويل أعمالهم الريادية. (Chriky, 2024)

3.2. مؤشرات الشمول المالي في الجزائر:

انطلاقا مما تم عرضه في الجانب النظري يمكننا تحليل مؤشرات الشمول المالي وفق أبعاده المتمثلة في: الوصول، الاستخدام والجودة.

1.3.2. مؤشرات الوصول للخدمات المالية:

ويقاس هذا المؤشر اعتمادا على الانتشار المصرفي والذي ينعكس من خلال عدد الوكالات وكذا أجهزة الصراف الآلي والدفع الإلكتروني، مع الأخذ بعين الاعتبار المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهاتف المحمول التي تقدم من خلالها الخدمات الرقمية (يمكن الاستفادة منها عن بعد).

- **البنوك والمؤسسات المالية الناشطة في الجزائر:**

يضم النظام المصرفي الجزائري في نهاية ديسمبر 2022، 28 بنكا ومؤسسة مالية، مقرهم الاجتماعي كلهم بالجزائر العاصمة، ويمكن توضيح طبيعة وعدد البنوك والمؤسسات المالية الناشطة في الجزائر وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم (06): البنوك والمؤسسات المالية الناشطة في الجزائر خلال الفترة 2018-2022

البنوك والمؤسسات المالية	2018	2019	2020	2021	2022
البنوك	20	20	20	19	20

البنوك العامة	06	06	06	06	07
البنوك الخاصة	14	14	14	13	13
المؤسسات المالية	**08**	**08**	**08**	**08**	**08**
المؤسسات المالية العمومية	06	06	06	06	06
المؤسسات المالية الخاصة	02	02	02	02	02
المجموع	**28**	**28**	**28**	**27**	**28**

المصدر: بنك الجزائر (2023). التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي لسنة 2022 (ص.53).

يتضح من الجدول رقم (06) ثبات عدد البنوك والمؤسسات المالية الناشطة في الجزائر خلال الفترة بين سنة 2018 و2022، حيث شهدت الخمسة سنوات الأخيرة خروج بنك أجنبي في 2021، ليتقلص عدد البنوك الخاصة ل 13 بنكا، بينما ارتفع عدد البنوك العمومية ل 7 بنوك بعد انشاء البنك الوطني للإسكان والمعتمد في 29 ديسمبر 2022، أما بالنسبة للمؤسسات المالية فعددها جد محدود ولا يتجاوز 8 مؤسسات، مع ملاحظة أن 6 منها عمومية.

- **تطور عدد وكالات القطاع المصرفي المالي ومراكز الصكوك البريدية في الجزائر:**

تعد الوكالات نقطة الربط بين المؤسسات وعملائها، حيث كلما زاد انتشارها ستسهل على العميل الوصول للخدمات التي تقدمها، فبالنسبة لحالة الجزائر فالبنوك العامة تغطي بشكل كبير كافة المناطق وتنتشر في كل الولايات، ويمكن توضيح ذلك من خلال ما يلي:

الجدول رقم (07): عدد وكالات القطاع المصرفي المالي ومركز الصكوك البريدية الجزائري خلال الفترة 2018-2022

البنوك والمؤسسات المالية	2018	2019	2020	2021	2022
البنوك	**1541**	**1567**	**1577**	**1604**	**1626**
البنوك العامة	1160	1177	1188	1202	1226
البنوك الخاصة	381	390	389	402	400
المؤسسات المالية	**92**	**91**	**96**	**98**	**99**
المؤسسات المالية العمومية	76	75	79	80	81
المؤسسات المالية الخاصة	16	16	17	18	18

مجموع البنوك والمؤسسات المالية	1633	1658	1673	1702	1725
مركز الصكوك البريدية	3811	3862	3984	4055	4143
مجموع البنوك ومركز الصكوك البريدية	5352	5429	5561	5659	5769

المصدر: التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي لسنة 2022، بنك الجزائر، ص54.

من الجدول أعلاه يتبين أن مجموع الوكالات البنكية عرفت زيادة بما يقارب 100 وكالة خلال الفترة بين 2018 و2022، وكذلك بالنسبة لمراكز الصكوك البريدية، بينما عدد فروع المؤسسات المالية لم يشهد تغير كبير أين زاد ب 6 وكالات طيلة هذه الخمسة سنوات. حيث بلغ عدد وكالات القطاع المصرفي المالي ومركز الصكوك البريدية الجزائري مع نهاية سنة 2022 ما يقدر ب 5769 وكالة، مقسمة إلى 1626 وكالة بنكية، 99 مؤسسة مالية و4143 مركز صكوك بريدي، ويعكس هذا التوزيع واقع عدد عملاء كل مؤسسة، حيث يميل الجزائريين لإتمام تعاملاتهم المالية عبر بريد الجزائر بدل البنوك والمؤسسات المالية الأخرى. ويمكن عرض توزيع وكالات البنوك وبريد الجزائر بحسب كل مؤسسة وفقا للجدول الآتي:

الجدول رقم (08): توزيع الوكالات على المؤسسات

المؤسسة	وكالة تجارية	مجموعة الاستغلال
بنك الجزائر الخارجي (BEA)	106	11
البنك الوطني الجزائري (BNA)	235	21
بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)	334	39
بنك التنمية المحلية (BDL)	167	-
بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA)	161	15
CAISSE NATIONALE DEPARGNE ET DE PREVOYANCE(CNEP)	224	15
بنك البركة (BNNQUE AL BARAKA DALGERIE)	33	-
(NATIXIS ALGERIE)	19	-
(SOCIETE GENERALE ALGERIE)	103	-
(BNP PARIBAS EL DJAZAIR)	48	05
TRUST BANK ALGERIA(TBA)	40	-
بنك الخليج الجزائر GULF BANK ALGERIA(AGB)	61	-

-	09	THE HOUSING BANK FOR TRADE AND (HBTF – ALGERIA) FINANCE – ALGERIA
-	21	(FRANSABANK EL-DJAZAIR)
-	24	AL SALAM BANK – ALGERIA(ASBA) بنك السلام
58	3143	بريد الجزائر
-	24	ARAB BANKING CORPORATION ALGERIE(BANK ABC
-	02	CITIBANK N.A ALGERIE
-	02	(H.S.B.C. ALGERIA)
-	10	البنك الوطني للإسكان "BANQUE NATIONALE DE LABITAT"
-	03	ARAB BANK PLC ALGERIA

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على البيانات المنشورة في المواقع الرسمية للبنوك الناشطة في الجزائر

يعكس الجدول رقم (08) واقع أن مؤسسة بريد الجزائر لها انتشار يفوق ضعف عدد وكالات البنوك، إضافة إلى أن البنوك الخاصة في الجزائر تحجز فقط جزء بسيط من السوق مقارنة بالبنوك العمومية.

- **عدد فروع البنوك التجارية لكل 100 ألف بالغ:**

من أجل معرفة مدى كفاية عدد فروع البنوك التجارية مقارنة بعدد الأفراد البالغين، فقد اعتمدنا على بيانات البنك الدولي والذي يحين إحصاءات دورية كل ثلاثة سنوات تتعلق بمختلف دول العالم، والتي من خلالها استخرجنا ما يلي:

الجدول رقم (09): عدد فروع البنوك التجارية لكل 100 ألف بالغ في الجزائر

المؤشر	2017	2021
عدد فروع البنوك التجارية لكل 100 ألف بالغ في الجزائر	5.2	5.3
متوسط عدد فروع البنوك التجارية لكل 100 ألف بالغ دوليا	11.2	11.7

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، https://data.albankaldawli.org/indicator. تاريخ الاطلاع: 2 أفريل 2024.

نلاحظ من الجدول رقم (09) أن عدد فروع البنوك التجارية لكل 100 ألف بالغ في الجزائر بقي ثابت خلال الفترة بين 2017 إلى 2021، اين شهد زيادة طفيفة لم ترقى به للوصول لمتوسط هذا المؤشر عالميا والذي قدر ب 11.2 فرع لكل 100 ألف بالغ مع نهاية سنة 2021، في حين حددت قيمة المؤشر في الجزائر ب 5.3 أي أنها منخفضة نسبيا، لكن ما يمكن تقديمه في هذا الصدد أن أغلبية المتعاملين

الماليين في الجزائر ينخرطون ضمن شبكة بريد الجزائر، وبالتالي فإن معطيات المؤشر الذي سبق الإشارة إليه تعطينا معلومات عن مستوى النظام المصرفي الذي يعاني من نقص في الانتشار، لكن هذا لا يعكس مستوى الشمول المالي في الجزائر كونه ألغى عدد وكالات بريد الجزائر.

2.3.2. مؤشرات الاستخدام:

ويعكس هذا المؤشر استخدام الأفراد للخدمات المالية الرسمية والتي يمكن قياسها بعدد الحسابات المالية، كما تشمل كذلك عدد القروض والودائع، بالإضافة لعمليات الدفع الإلكتروني، الدفع عبر الانترنت والسحب من أجهزة الصراف الآلي.

- **مؤشر عدد الحسابات المالية:**

ويعد من أبرز المؤشرات التي تعتمد في الدراسات التي يتم من خلالها قياس نسب الشمول المالي، وتبعا لواقع الحسابات المالية في الجزائر فيمكننا تقسيمها لنوعين: الحسابات المصرفية والحسابات المالية في بريد الجزائر.

- **عدد الحسابات المصرفية النشطة:**

هناك نوعين من الحسابات المالية التي تقدمها البنوك الجزائرية، وتتمثل في الحسابات المصرفية بالدينار، والحسابات المصرفية بالعمة الصعبة، حيث أن هذه الأخيرة تستخدم عادة للتعاملات المالية الخارجية والتي تكون لتنفيذ عمليات شراء منتجات من مواقع تجارية عالمية كعلي اكسبريس، أو لتسديد الخدمات المتعلقة برحلات سياحية وغيرها من العمليات. ويمكن توضيح تطور عدد الحسابات النشطة وفقا للجدول الموالي:

الجدول رقم (10): عدد الحسابات المصرفية النشطة في الجزائر للفترة 2019-2022

نوع الحساب	2019	2020	2021	2022
الحسابات المقيدة بالدينار	11 286 720	10 807 055	11 655 576	12 023 128
الحسابات بالعملة الصعبة	4 282 334	3 426 738	4 199 931	4 523 160

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير البنك المركزي للسنوات 2020، 2021 و2022.

نلاحظ من الجدول رقم (10) أن الحسابات المصرفية النشطة المقيدة بالدينار بلغت مع نهاية سنة 2022 ما يقدر ب 12 مليون حساب وهي تمثل ثلاثة أضعاف عدد الحسابات النشطة بالعملة الصعبة،

وتعد هذه الأرقام منطقية كون التعاملات الأساسية في الجزائر تتم بالعملة المحلية (الدينار)، كذلك ينبغي الأخذ بعين الاعتبار أنه من أجل فتح حساب بالعملة الصعبة ينبغي على العميل أن يضع حد أدنى من العملة الصعبة، علما أن هذه الأخيرة لا يمكن الحصول عليها من البنوك وإنما يلجأ العملاء غالبا للسوق السوداء من أجل اقتنائها، أي أنه يوجد تضييق على مثل هكذا تعاملات.

بالنسبة لتطور عدد الحسابات بالدينار خلال السنوات الماضية فقد زادت عموما خلال الفترة بين 2019 و2022 ب 1 مليون حساب، أما الحسابات بالعملة الصعبة فبقيت ثابتة نسبيا عند 4 مليون حساب، مع ملاحظة أن كلا النوعين من الحسابات انخفض عددها خلال سنة 2020، وذلك راجعا بصفة كبيرة لما ميز تلك الفترة (انتشار فيروس كورونا) وما عايشته الجزائر من أزمة في السيولة خلفت من ورائها نقص ثقة الأفراد في المؤسسات المالية الرسمية، حيث وجدوا صعوبة في سحب أموالهم.

- **عدد الحسابات المالية لبريد الجزائر:**

من المعروف في الجزائر أن أغلبية الموظفين يتلقون رواتبهم من بريد الجزائر وكذلك بالنسبة لطلبة الجامعات، مؤسسات التكوين المهني، وغيرها من الهيئات، وبالتالي يتبين أن عدد الحسابات المفتوحة على مستوى مؤسسة بريد الجزائر سيكون أكبر مما هو متداول على مستوى البنوك التجارية، ويمكن توضيح تطور عدد حسابات CCP في الجزائر كما يلي:

الجدول رقم (11): عدد حسابات CCP في الجزائر خلال الفترة 2019-2023

السنوات	عدد حسابات CCP
2019	22 629 707
2020	23 613 552
2021	24 714 867
2022	27 039 740
2023	28 337 530

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على وزارة البريد والمواصلات،

https://www.mpt.gov.dz/%d8%a3%d8%b1%d9%82%d8%a7%d9%85-%d9%88%d9%85%d8%a4%d8%b4%d8%b1%d8%a7%d8%aa/ ، تاريخ الاطلاع: 9 أفريل 2024.

ما يمكن استخلاصه من الجدول أعلاه أن مؤسسة بريد الجزائر تستقطب المزيد من العملاء مع مرور السنوات حيث تزيد تدريجيا كل سنة بما يقارب 1 ميون حساب، كما أنها تجاوزت ضعف عدد الحسابات

المفتوحة على مستوى البنوك التجارية، حيث بلغت سنة 2023 ما يقدر ب 530 337 28 حساب مالي، وأبرز ما يمكن توضيحه في هذا السياق أن الأفراد في الجزائر يميلون للتعامل مع مؤسسة بريد الجزائر بدل البنوك في غالب الأحيان تفاديا للوقوع في التعاملات الربوية، وهذا ما أدركته البنوك مؤخرا خاصة العمومية منها حيث توجهت مؤخرا للترويج للخدمات المالية الإسلامية والتي تجسدت بفتحها لشبابيك الصيرفة الإسلامية، وفي أحيان بسبب ضعف انتشار البنوك مقارنة بمؤسسة بريد الجزائر، وكذلك لغياب الثقافة المالية أي ما يتعلق بالاقتراض من المؤسسات الرسمية.

- **نسبة ملكية الحسابات المالية في المؤسسات الرسمية:**

بغية معرفة مدى تناسب تطور عدد الحسابات المالية في المؤسسات الرسمية مع عدد الأفراد البالغين في الجزائر (أكبر من 25 سنة)، اعتمدنا على بيانات البنك الدولي، حيث خلصنا من خلالها للنتائج التالية:

الجدول رقم (12): نسبة ملكية الحسابات في المؤسسات المالية الرسمية في الجزائر

المؤشرات	2017	2021
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية الرسمية	42.78	44.1
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية الرسمية رجال	56.25	56.83
ملكية الحسابات في المؤسسات المالية الرسمية نساء	29.27	31.19

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، https://data.albankaldawli.org/indicator، تاريخ الاطلاع: 2024/04/02.

انطلاقا من أن نسبة ملكية الحسابات المالية في المؤسسات الرسمية يعد من أبرز المؤشرات التي تقيس به الهيئات الدولية مستويات الشمول المالي، ومن خلال المعطيات المقدمة في الجدول رقم (12)، يمكن القول أن الجزائر تصنف ضمن قائمة الدول ذات مستويات الشمول المالي المتوسط، ورغم الزيادة في عدد الحسابات المالية سنويا إلى أن ذلك رافقه تطور قليل في نسبة ملكية الحسابات حيث انتقل من 42.78% في 2017 إلى 44.1% مع نهاية سنة 2021. ويرجع ذلك أساسا إلى أن هناك فئات عديدة لازلت تجري تعاملاتها بعيدا عن النظام المالي الرسمي، وذلك يرجع بدرة أولى للتهرب من الرقابة الجبائية، أسباب دينية (عدم الرغبة في التعامل مع البنوك)، وكذا لغياب الثقافة المالية في الدل النامية بشكل عام. كذلك من خلال الجدول يتبين أن الرجال أكثر ملكية للحسابات المالية من النساء، أي أن هناك فجوة كبيرة بين الجنسين حيث قدرت ملكية الحسابات المالية في المؤسسات الرسمية ب 58% للرجال و31% للنساء

وهو ما يعكس طبيعة المجتمع الجزائري الذي تساهم فيه المرأة من الناحية الاقتصادية بشكل ضئيل خاصة في الجانب التجاري وريادة الأعمال.

- **مؤشر عدد البطاقات الإلكترونية في الجزائر:**

تشير إحصائيات تجمع النقد الآلي بتاريخ 29 ديسمبر 2022، إلى أنه: من ضمن مجموع 13585773 بطاقة مصرفية تم طرحها للتداول، أصدرت المصارف 3461317 بطاقة ما بين المصارف أي بمعدل 25.48%، في حين أصدر بريد الجزائر حوالي 10124456 بطاقة أي بمعدل 74.52%. ويمكن توضيح تطور عدد هذه الأخيرة خلال الفترة بين 2019 و2023 كالآتي:

الجدول رقم (13): عدد البطاقات الذهبية في الجزائر خلال الفترة 2019-2023

السنوات	عدد البطاقات الذهبية
2019	5 602 684
2020	6 766 383
2021	8 841 339
2022	10 124 456
2023	12 504 226

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات وزارة البريد والمواصلات،
https://www.mpt.gov.dz/%d8%a3%d8%b1%d9%82%d8%a7%d9%85-%d9%88%d9%85%d8%a4%d8%b4%d8%b1%d8%a7%d8%aa/ ، تاريخ الاطلاع: 9 أفريل 2024.

يظهر الجدول رقم (13) تزايد اصدار البطاقات الذهبية في الجزائر خلال الخمس سنوات الماضية بما يفوق ضعف عددها، وذلك ما يبين توجه العملاء لتبني الخدمات المقدمة بشكل رقمي والفرص المتاحة للاستثمار في الخدمات المالية الرقمية.

- **المعاملات باستخدام البطاقات الإلكترونية في الجزائر:**

يعد امتلاك البطاقة الإلكترونية الوسيلة التي يمكن من خلالها للعملاء الولوج للخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسة التي يتعاملون معها، حيث تمكنهم من تنفيذ عديد العمليات مثل: السحب من أجهزة الصراف الآلي، الدفع عبر الأنترنت وأجهزة الدفع الإلكتروني والتطبيق الإلكتروني، ويمكن تلخيص تطور المعاملات باستخدام البطاقات من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (14): تطور المعاملات باستخدام البطاقات الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2020-2022

طبيعة العملية	2020		2021		2022	
	الحجم	القيمة	الحجم	القيمة	الحجم	القيمة
السحب عبر الصراف الآلي	11،997	217،979	21،558	413،281	25،281	414،472
الدفع بالبطاقة	0،920	4،408	2،355	14،122	3،879	24،232
مجموع العمليات باستعمال البطاقات	12،920	222،411	23،867	427،758	29،173	438،834

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي (بنك الجزائر، 2022، صفحة 74)؛ (بنك الجزائر، 2023، صفحة 80)

يتبين من الجدول أعلاه أن المعاملات المالية عبر البطاقة البيبنكية والذهبية عرفت ارتفاعا خلال الفترة بين 2020 و2022، والذي يمكن تفسيره بزيادة وتيرة توجه عملاء البنوك وبريد الجزائر لتبني الخدمات المالية الرقمية، حيث ارتفع حجم وقيمة السحب عبر الصراف الآلي بين سنة 2020 و2021 بما يقارب 100%، بانتقاله من 11،997 إلى 21،558 مليون عملية بقيمة 217،979 مليار دينار و413،281 تواليا. بينما شهدت سنة 2022 ارتفاعا طفيفا في عدد العمليات والذي قدر ب 25،281 بقيمة 414،472 مليار دينار. وكذلك بالنسبة لعمليات الدفع بالبطاقة فقد زادت تدريجيا أين وصلت ل 3879 مليون عملية في سنة 2022 بعدما كانت 920 مليون عملية فقط في 2020. وللتفصيل أكثر في مؤشر التعامل عبر البطاقات الإلكترونية في الجزائر نعرض المؤشرات الجزئية التالية:

- **نشاط السحب على جهاز الصراف الآلي:** بعد انضمام بريد الجزائر إلى تجمع النقد الآلي وتحقيق تبادل المعاملات بين البطاقة البيبنكية/ الذهبية، والتي أصبحت سارية المفعول منذ 05 جانفي 2020، فإن الإحصائيات المنشورة ابتداءا من التاريخ سابق الذكر تشمل نشاط الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقة البيبنكية والبطاقة الذهبية.

الجدول رقم (15): تطور عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر خلال الفترة 2016-2023

السنة	العدد الاجمالي لأجهزة الصرف الآلي البيبنكية العاملة	العدد الإجمالي لمعاملات السحب	المبلغ الإجمالي لمعاملات السحب
2016	1370	6 868 031	98 822 524 500,00

2017	1443	8 310 170	126 398 291 000,00
2018	1441	8 833 913	136 233 452 000,00
2019	1621	9 929 652	164 116 233 000,00
2020	3030	58 428 933	1 073 004 953 000,00
2021	3053	87 722 789	1 728 937 064 000,00
2022	3658	128 035 361	2 182 896 695 000,00
2023	3848	174 415 895	3 262 245 367 500,00

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على تجمع النقد الآلي، https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm/ ، تاريخ الاطلاع: 7 أفريل 2024.

يظهر الجدول رقم (15) أن عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر في تزايد خلال السنوات من 2016 ل 2023، وهذ ما يعني تسهيل وصول العملاء للخدمات المقدمة عبر هذه الأجهزة، وقد نتج عن ذلك زيادة في عدد معاملات السحب متبوعا بزيادة في مبالغ المعاملات. وقد كان لإحصاء السحب عبر البطاقة الذهبية تغيير كبير في حجم التعامل حيث انتقل عدد العمليات من 9،92 مليون خلال 2019 لما يقدر ب 58،43 مليون عملية أي بزيادة قدرت بقرابة 50 مليون خلال عام واحد، وهذا ما يدل على أن التعامل عبر البطاقة الذهبية أكثر رواجا من البطاقات البنكية.

- **نشاط الدفع على محطة الدفع الإلكتروني:**

إن الدفع الإلكتروني من أهم المعاملات الرقمية المبتكرة حيث يسهل على العملات دفع التزاماتهم من دون الحاجة لحمل النقود وخصوصا عند السفر أو الشراء من المحلات التجارية، حيث يكفي تمرير البطاقة عبر محطة الدفع الإلكتروني لتتم العملية، ويعد تطور هذا المؤشر دلالة على الادماج المالي للأفراد حيث أن العمليات تتم تحت طابع رسمي، يمكن من خلالها تتبع حركة الأموال، والتقدير الصحيح للالتزامات الجبائية. وللتعرف على تطور نشطا الدفع الإلكتروني قمنا بتلخيص أهم إحصاءاته فيما يلي:

الجدول رقم (16): نشاط الدفع على محطة الدفع الإلكتروني خلال الفترة 2016-2023

السنة	محطات الدفع الإلكتروني	اجمالي معاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع
2016	5 049	65 501	444 508 902,40
2017	11 985	122 694	861 775 368,90
2018	15 397	190 898	1 335 334 130,76

2019	23 762	274 624	1 916 994 721,11
2020	33 945	711 777	4 733 820 043,01
2021	37 561	2 150 529	15 113 249 499,92
2022	46 263	2 712 848	19 343 056 538,17
2023	53 191	3 997 165	31 518 739 249,37

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات تجمع النقد الآلي، https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe/ ، تاريخ الاطلاع: 7 أفريل 2024.

ما يمكن تفسيره من الإحصاءات المقدمة من خلال الجدول رقم (16) أن الزيادة في عدد محطات الدفع الإلكتروني يتبعها زيادة في اجمالي معاملات الدفع، ومما لا شك فيه أن هذه الأخيرة ينتج عنها زيادة في اجمالي مبالغ الدفع. حيث كان عدد محطات الدفع الإلكتروني مع نهاية سنة 2016 ما يقدر ب 5049 جهاز، ثم ارتفعت تدريجيا بمعدل يقارب 10000 جهاز دفع سنويا، أما معاملات الدفع فقد زادت بقيم غير متقارب حيث زادت عموما من 501 65 معاملة بسنة 2016 إلى ما يقدر ب 165 997 3 معاملة مع نهاية سنة 2023. أما اجمالي مبالغ الدفع فقد انتقلت من 400 مليون، 4 مليار ثم 31 مليار توليا خلال السنوات 2016، 2020 و2023.

- **اجمالي عدد ومبالغ المعاملات عبر الانترنت:**

حاليا يوجد 510 تاجر ويب منخرط في نظام الدفع الإلكتروني البنكي، ويمكن عرض تطور المعاملات عبر الانترنت وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم (17): اجمالي عدد ومبالغ المعاملات عبر الانترنت خلال الفترة 2016-2023

السنة	العدد الإجمالي للمعاملات	المبلغ الإجمالي (دج)
2016	7366	15009842.02
2017	107844	267993423.40
2018	176982	332592583.28
2019	202480	503870361.61
2020	4593960	5423727074.80
2021	7821346	11176475535.68
2022	9048125	18151104423.96

2023	15351354	32196672024.03

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات نشاط الدفع عبر الانترنت، تجمع النقد الآلي، https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet ، تاريخ الاطلاع: 7 أفريل 2024.

من الجدول رقم (17) يتبين أن الأفراد والمؤسسات في الجزائر يميلون لتبني واعتماد المعاملات المالية عبر الانترنت حيث نلاحظ بشكل عام زيادة في عدد المعاملات المالية والمبالغ التي تتم بها، وهذا ما يعكس التوجه العام للدولة الجزائرية التي عملت خلال السنوات القليلة الماضية على تحفيز رقمنة مختلف قطاعاتها والجانب المالي تحديدا.

- **مجالات الدفع عبر الانترنت في الجزائر:**

لقد عممت إمكانية الدفع الإلكتروني في جميع القطاعات حسب احتياجات مصالحها، وذلك لتسهيل تعاملات الأفراد في تسديد التزاماتهم، ويمكن التفصيل في عرض عدد عمليات الدفع حسب كل مجال وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم (18): نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2023

مجالات الدفع	2019	2020	2021	2022	2023
الهاتف/اتصالات	141552	4210284	6993135	7490626	8400869
نقل	6292	11350	72164	195490	371317
تأمين	8342	4845	8372	23571	36996
فواتير	38806	85676	120841	302273	640485
خدمة إدارية	2432	68395	155640	153957	4086659
خدمات أخرى	5056	213175	457726	705114	1055672
بيع السلع	-	235	13468	24169	51154
رياضة وترفيه	-	-	-	152925	708212

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات نشاط الدفع عبر الانترنت، تجمع النقد الآلي، https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet ، تاريخ الاطلاع: 7 أفريل 2024.

نلاحظ من الجدول رقم (18) تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر في جميع المجالات، وبالأخص قطاع الهاتف والاتصالات الذي كان سباقا في هذا التوجه كونه يمثل وسيلة ضرورية والاشتراكات

عبره تتم تقريبا على مدار الأشهر أو الأيام، وحتى بالنسبة لمتعاملي الهاتف النقال كاتصالات الجزائر وجيزي، فقد واكبوا التطورات الحاصلة بشكل متسارع ووفروا لعملائهم إمكانية دفع اشتراكهم بشكل إلكتروني تزاما مع ترخيص هذه المعاملات من الجهات المختصة. فكما هو موضح في الجدول فقد قدر عدد التعاملات المتعلقة به مع نهاية سنة 2023 ما يقدر ب 8.4 مليون عملية متجاوزا عدد المعاملات التي تمت على مستوى الإدارات بمقدار الضعف حيث لم تتجاوز هذه الأخيرة 4.09 مليون عملية، وبقدر ما تعد الاحصائيات المتعلقة بالدفع عبر الانترنت في الجزائر قليلة فهي تعبر عن فرص يمكن تعزيزها مستقبلا، وخصوصا في مجالات حيوية كنقل وبيع السلع، حيث أن تقبل المتعاملين للانتقال لتسديد التزاماتهم عبر الانترنت سيكون تدريجيا ويتطلب المزيد من الوقت، الذي يجب أن تتم فيه توعية الأفراد بأهمية هذا التوجه.

- **وسائل الدفع عبر البطاقة الإلكترونية (البطاقة الذهبية):**

من المهم عند عرض البيانات المتعلقة بعمليات الدفع الإلكتروني أن نحدد مصدر أو أسلوب التي تم به الدفع سواء عبر التطبيق الإلكتروني أو مختلف المصادر الأخرى، وذلك لتحديد أيها أكثر ملاءمة للعملاء، ولتوضيح ما سبق يمكن عرض عمليات الدفع بالبطاقة الذهبية كالآتي:

الجدول رقم (19): عملية الدفع عبر البطاقة النقدية الذهبية خلال الفترة 2020-2023

أسلوب الدفع	2020	2021	2022	2023
بريدي موب	-	5 991 451	19 343 269	50 594 287
دفع عبر الخط	4 070 057	6 936 531	8 059 207	12 374 649
TPE	367 052	1 317 356	1 624 343	2 376 770
تعبئة الهاتف المحمول GAB	-	-	516 279	658 367
QR Code	161	1 231	-	1287

لمصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات وزارة البريد والمواصلات،

https://www.mpt.gov.dz/%d8%a3%d8%b1%d9%82%d8%a7%d9%85-%d9%88%d9%85%d8%a4%d8%b4%d8%b1%d8%a7%d8%aa/ ، تاريخ الاطلاع: 9 أفريل 2024.

من الجدول رقم (19) يتبين أن عمليات الدفع في تزايد حيث سجلت في سنة 2023 ما يقارب 66 عملية دفع عبر البطاقة النقدية الذهبية، ومن المهم الإشارة إلى أهمية تقديم الخدمات عبر التطبيق الإلكتروني، حيث يتضح من الاحصائيات المقدمة أن أغلب العمليات تمت عبر تطبيق بريدي موب حيث

قدرت بما يقارب 50.6 مليون عملية دفع، وذلك ما يؤكد على أن هذا الابتكار قد سهل على العملاء تنفيذ تعاملاتهم المالية.

- **الموارد المجمعة لدى البنوك:**

تتمثل الموارد المجمعة لدى البنوك في الودائع تحت الطلب، الودائع لأجل، والودائع كضمان ويمكن عرض إحصاءاتها خلال الخمسة سنوات الماضية في البنوك الجزائرية، من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (20): تطور الموارد المجتمعة لدى البنوك خلال الفترة 2018-2022

الودائع	2018	2019	2020	2021	2022
الودائع تحت الطلب	**4880.5**	**4313**	**4159.1**	**5216.3**	**6216.7**
البنوك العمومية	4054.7	3456.3	3270.4	4152.2	5104.8
البنوك الخاصة	825.8	856.8	888.74	1064.1	1111.9
الودائع لأجل	**5232.6**	**5531.4**	**5757.8**	**6463.2**	**7584.9**
البنوك العمومية	4738.3	4986	5150.6	5775.3	6855.4
البنوك الخاصة	494.3	545.5	607.3	687.9	72.6
الودائع كضمان	**809.6**	**795**	**839.1**	**805.4**	**728.8**
البنوك العمومية	626.7	635.2	690.6	635.5	609.4
البنوك الخاصة	182.9	159.9	148.5	170	119.4
مجموع الودائع المجمعة	**10922.7**	**10639.5**	**10756**	**12484.9**	**14530.4**
حصة البنوك العمومية	%86.24	%85.32	%84.71	%84.61	%86.51
حصة البنوك الخاصة	%13.76	%14.68	%15.29	%15.39	%13.49

المصدر: التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي لسنة 2022 (بنك الجزائر، سبتمبر 2023، صفحة 55)

يتبين من الجدول رقم (20) أن مجموع الودائع تطور خلال الفترة بين 2018 و2022 من 10922.7 إلى 14530.4 مليار دينار، بالنسبة للودائع تحت الطلب فقد شهدت انخفاضا طفيفا خلال سنة 2019 وسنة 2020 وذلك يرجع أساسا لأزمة السيولة في الجزائر التي تزامنت مع جائحة كورونا، ليعود بعدها حجم الودائع للتطور بشكل طبيعي حيث انتقل من 4159.1 مليار دينار في 2020 إلى 5216.3 في

سنة 2021، أما بالنسبة للودائع لأجل فهي تتميز بالثبات مقارنة بغيرها، وقد كان تطور متزايدا وتدريجيا أين وصل في سنة 2022 ل 7584.9 مليار دينار.

وتتمثل الملاحظة الأكثر أهمية فيما يتعلق بحجم الودائع في توزيع تطورها بين البنوك العمومية والخاصة، حيث قدرت حصة البنوك العمومية بما يقارب 87%، مقابل 13% حصة البنوك الخاصة والتي كانت ثابتة طيلة الخمسة سنوات الماضية، وهذا ما يدل على سيطرة البنوك العمومية على الموارد المجمعة، والتي ترجع بصفة أساسية لتعاملها مع المؤسسات العمومية الأخرى وكذا ثقة الأفراد في التعامل معها.

- **تصنيف القروض:**

تمثل القروض أحد المصادر الأساسية في تمويل المؤسسات والمشاريع الاستثمارية، حيث يعد تطورها مؤشرا على تطور النشاط الاقتصادي والمالي، ويمكن عرض تطورها من خلال الجدول أدناه:

الجدول رقم (21): تصنيف القروض المصرفية خلال الفترة 2018-2022

القروض	2018	2019	2020	2021	2022
الموجهة للقطاع العمومي	**4944.2**	**5636.6**	**5793.3**	**4144.2**	**4350.7**
البنوك العمومية	4934.7	5627.1	5778.5	4124.8	43235
البنوك الخاصة	9.5	9.5	14.8	19.4	27.3
الموجهة للقطاع الخاص	**5029.9**	**5219.1**	**5386.9**	**5647.9**	**5761.6**
البنوك العمومية	3701.4	3918.7	4093.6	4243.7	4330.4
البنوك الخاصة	1328.5	1300.4	1293.3	1404.2	1431.2
مجموع القروض	**9974**	**10855.6**	**11180.2**	**9792.1**	**10112.3**
حصة البنوك العمومية	%86.59	%87.93	%88.30	%85.46	%85.58
حصة البنوك الخاصة	%13.41	%12.07	%11.70	%14.54	%14.42

المصدر: التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي لسنة 2022 (بنك الجزائر، سبتمبر 2023، صفحة 60)

نلاحظ من الجدول أعلاه أن مجموع القروض في تزايد خلال الفترة بين 2018 و2022، حيث تطورت قيمة القروض تدريجيا لتصل مع نهاية سنة 2022 لما يقدر ب 10112.3 مليار دينار، ويتبين من الجدول أن القروض الموجهة للقطاع العمومي تراجعت قيمتها بعد سنة 2020، مقابل زيادة مستمرة في القروض الموجهة للقطاع الخاصة والتي تجاوزت سابقتها مع نهاية سنة 2022، حيث قدرت ب 5761.6

مليار دينار بالنسبة للقروض الموجهة للقطاع الخاص، مقابل 4350.7 مليار دينار موجهة للقطاع العام. ويرجع توجيه القروض للقطاع الخاص أساسا للسياسة المتبعة من قبل البنوك العمومية والتي تتفق مع الاتجاه العام للدولة، خاصة وأن البنوك العمومية تحتكر القطاع باعتبار أن حصتها من مجموع القروض 86%، وهي متطابقة مع حصتها من حجم الودائع.

- **مؤشر التحويلات المالية:**

إن التحويلات المالية تمثل نقل داخلي للأموال من حساب لحساب سواء في نفس البنك أو من بنك لبنك آخر، فهي عملية حيوية تدل على سلامة النشاط المالي وتمكن من تتبع حركة النقود، كما أنها تدر ربحا للبنوك في شكل اقتطاعات وعمولات.

الجدول رقم (22): التحويلات المالية للبنوك والأفراد خلال الفترة 2020-2022

مصدر التحويلات		2020	2021	2022
تحويلات الزبائن	العدد	231 696	266 180	297 469
	القيمة	–	–	16 926,560 مليار دج
التحويلات من مصرف لمصرف	العدد	99 976	97 714	98 874
	القيمة	22 121,955 مليار دج	21 150,262 مليار دج	25 658,267 مليار دج

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي، بنك الجزائر، 2022.

يبين الجدول رقم (22) أن عدد التحويلات المالية في الجزائر خلال السنوات من 2020 إلى 2022 كانت مستقرة نسبيا، حيث تراوحت بين 231696 و297469 عملية بالنسبة لتحويلات الزبائن وفي حدود 100 ألف عملية بالنسبة للتحويلات من مصرف لمصرف، كما أن المبالغ المعتمدة في التحويلات كانت متناسبة مع التغير في عددها.

خلاصة الفصل:

إن ما حاولنا تقديمه من خلال هذا الفصل هو تبيان أن الشمول المالي ليس فقط مسؤولية مقدمي الخدمات المالية، وإنما يمتد ليشمل توجه الدولة ككل، لإعداد بيئة مناسبة لتعميم الخدمات المالية الرقمية، حيث بينا في عرضنا لجملة من التجارب الدولية في العنصر الأول أن تعزيز الشمول المالي لا يتم بشكل عشوائي وإنما يتطلب الالتزام بصياغة أهداف عملية متبوعة باستراتيجيات تحقيقها وضمان التنسيق بين كل الأطراف المعنية لتحديد المسؤوليات وتقييم النتائج وذلك ما تضمنته تجربة كل من الهند والأردن. كما حاولنا من خلال تجربة الامارات التعرض لتقنية اعرف عميلك والتي تمكن مقدمي الخدمات المالية من تسهيل استخدام منتجاتهم بتجاوز العوائق المتعلقة بإثبات الهوية ومختلف الإجراءات الإدارية الأخرى. أما بالنسبة لتجربة المملكة العربية السعودية فهي تبين كيف يمكن النهوض بالقطاع المالي بخلق مؤسسات ناشئة للتكنولوجيا المالي لها قدرة على منافسة البنوك ودفعها لترقية خدماتها اعتمادا على أحدث الوسائل التكنولوجية، أما تجربة مصر فقد بينا من خلالها دور البنك المركزي وأهمية المبادرات التي يطلقها لدعم التوجه نحو الشمول المالي، فيما ركزنا عبر تجربة رومانيا على أهمية التثقيف المالي كأحد المحركات الأساسية للإدماج المالي المسؤول. أما في العنصر الثاني لهذا الفصل فشخصنا من خلاله البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر والتي تعد في تطور رغم انها لم تصل بعد لمستوى الدول الرائدة، أما بالنسبة للعنصر الثالث فقد شمل مؤشرات الشمول المالي والتي أظهرت أن الجزائر من الدول ذات مستوى الشمول المالي القريب من المتوسط وأنه يوجد مجال كبير للتطوير والاستثمار في الخدمات المالية الرقمية لإدماج المزيد من الأفراد في النظام المالي الرسمي.

الفصل 3: منهجية الدراسة

تمهيد:

بعد تحديد الإطار العام للدراسة وتقديم الإطار النظري الذي تم من خلاله الإحاطة بمختلف متغيرات الدراسة، سنقدم في هذا الفصل الطريقة والأدوات المتبعة في إجراء الدراسة الميدانية، والتي ستمكننا من اختبار صحة الفرضيات التي تم صياغتها، والذي يشمل تحديد الإطار المنهجي للدراسة والمتمثل في مجتمع وعينة الدراسة والمحدد بالمؤسسات المنخرطة في تجمع النقد الآلي الجزائري، كما تم توضيح نموذج الدراسة والعلاقة التي سيتم دراستها بين المتغيرات، إضافة للأساليب الإحصائية المستخدمة، كما بينا في هذا الفصل طريقة ومراحل إعداد الاستبيان مع التحقق من درجة ثبات وطبيعة توزيع البيانات المجمعة، إضافة لصدق أداة الدراسة. ولتحقيق ما تقدم قسمنا هذا الفصل للعناصر التالية:

1.3. تصميم الدراسة

2.3. أدوات الدراسة وتحليل البيانات

3.3. التحقق من درجة الثبات، الصدق وطبيعة التوزيع

1.3. تصميم الدراسة

تم تصميم الدراسة الحالية اعتمادا على مجموعة من الخطوات المترابطة والتي شملت تحديد المنهج، تصميم نموذج الدراسة والتعريف بمتغيراتها، ثم حصر المجتمع الذي يمكن من خلاله استخراج عينة ممثلة تسمح بتعميم النتائج التي سيتم التوصل لها.

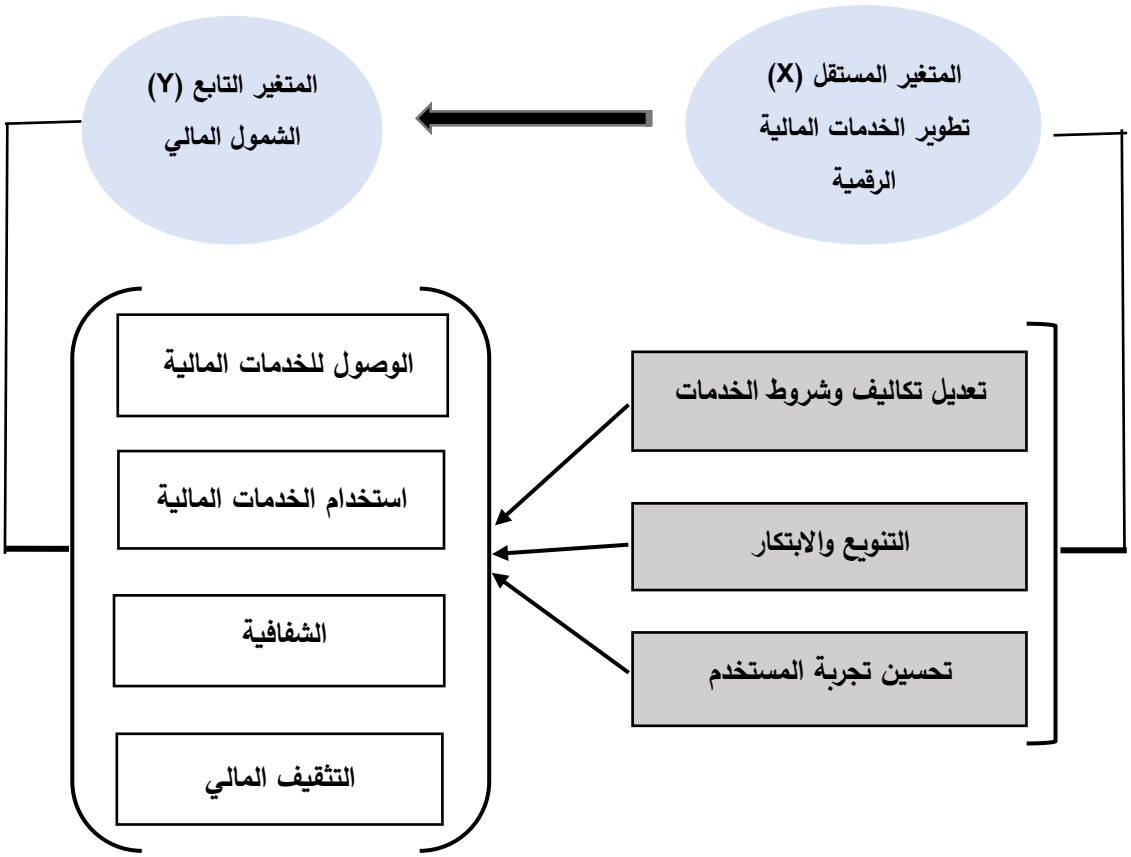
1.1.3. المنهج المستخدم

من أجل الإجابة على إشكالية البحث والوصول للنتائج ذات الصلة فقد تم اعتماد "المنهج الوصفي"، مع استخدام أسلوب التحليل ودراسة الحالة. حيث أن الدراسة تتضمن وصفا نظريا شاملا لمفهوم الشمول المالي وتطوير الخدمات المالية الرقمية، إضافة لوصف وتشخيص البنية التحتية الداعمة للشمول المالي في الجزائر وتحليل مؤشراته ومتطلبات تحقيقه. وكذلك يتضمن البحث جمع بيانات ميدانية باستخدام استبيان موزع على عينة من اطارات البنوك وبريد الجزائر كجزء من أسلوب دراسة الحالة، ليتم بعدها تحليل هذه البيانات إحصائيا للتعرف على مستوى تطوير الخدمات المالية الرقمية في المؤسسات المالية الجزائرية، وتوضيح علاقته ومساهمته في تعزيز الشمول المالي، والوصول إلى استنتاجات دقيقة حول دور تطوير الخدمات المالية الرقمية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر.

2.1.3. نموذج الدراسة ومتغيراتها

على ضوء أهداف الدراسة ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة والاختبار الميداني للفرضيات التي تم صياغتها فقد شكلنا نموذج الدراسة كما هو موضح أدناه:

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث

يتكون نموذج الدراسة من متغير مستقل يتمثل في تطوير الخدمات المالية الرقمية ومتغير تابع يتمثل في الشمول المالي، وتبرز طبيعة العلاقة بين المتغيرين كون "تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع" يعد من المرتكزات الأساسية التي يقوم عليها الشمول المالي وذلك بحسب النشرة التعريفية التي أصدرها بنك الجزائر حول الشمول المالي. وقد تم تحديد أبعاد المتغيرين اعتمادا على الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها، والإطار النظري للبحث مع اسقاط ذلك على واقع الخدمات الرقمية في المؤسسات المالية، بالنسبة للشمول المالي فقد تم صياغة أبعاده بناءا على ما قدمته مجموعة العشرين وبتوصية من الشراكة العالمية للشمول المالي، حيث حددت مجموعة أساسية من مؤشرات القياس التي تناولت ثلاثة أبعاد رئيسية هي: الوصول والاستخدام والجودة، هذه الأخيرة لخصناها في كل من الشفافية والتثقيف المالي وذلك لصعوبة قياسها وحتى تتناسب مع طبيعة البحث وأهدافه. أما أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية فقد تم صياغتها بالاعتماد على وجهة نظر الباحث عن طريق استقراء لتعريف، استراتيجيات،

مستلزمات والعوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية واسقاطها على الخدمات المالية بصفة عامة مع تكييفها وطبيعة الخدمات الرقمية. ويمكن عرض ما تقدم في النقاط التالية:

- **المتغير المستقل:** ويتمثل في تطوير الخدمات المالية الرقمية أي ترقية الخدمة وتحسينها من خلال تعديلها وإضافة مزايا جديدة لها ما يؤدي إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات واستخدامها، ويمكن قياس هذا المتغير بالاعتماد على أبعاده الرئيسية والمتمثلة في:
  - تعديل تكاليف وشروط الخدمات: ويعكس هذا البعد أهم خطوات التطوير في الخدمات والتي تحدد امكانية استخدامها من قبل العملاء، حيث تعكس الجهود المبذولة من المؤسسات لتخفيف متطلبات الحصول على خدماتها.
  - الابتكار وتوسيع الخدمات: يركز هذا البعد على محتوى الخدمات وامكانية تغطيتها لاحتياجات العملاء وتطلعاتهم خاصة بتقديم خدمات مبتكرة تواكب ديناميكية القطاع محليا ودوليا، وتمنح حلول عديدة للعملاء.
  - تحسين تجربة المستخدم: يعد هذا البعد حلقة الربط بين العميل والمؤسسة، حيث يعبر عن تفاعل المستخدم مع القنوات الرقمية لتوزيع الخدمات، وتطويره يعبر عن ترقية التفاعل مع العميل وهذا ما يشكل قيمة مضافة للخدمات ومحور تنافسي للمؤسسة.
- **المتغير التابع:** والمتمثل في الشمول المالي والذي يعبر عن درجة الاندماج المالي للأفراد في النظام المالي الرسمي، ويمكن قياسه في المؤسسات وفق الأبعاد التالية:
  - الوصول للخدمات المالية: ويتطلب تحديد وتحليل العوائق المحتملة لفتح واستخدام حساب مصرفي، مثل: درجة القرب من نقاط تقديم الخدمات، وتنوع الخدمات والمنتجات المالية وقنوات تقديمها، إضافة إلى توفر معلومات كافية عن هذه الخدمات.
  - استخدام الخدمات المالية: وتتعلق أساسا بانتظام وتواتر الاستخدام، مدة الاستخدام، وتنوع الخدمات المستخدمة.
  - الشفافية: وتشمل مجموعة متنوعة من متطلبات الافصاح، مثل: اللغة البسيطة، تقديم معلومات مفصلة للعميل حول حقوقه والتزاماته، المعدل الواجب دفعه مقابل الائتمان، إضافة إلى أسعار الخدمات وقيمة الاقتطاعات المفروضة على المعاملات.

- التثقيف المالي: ويعبر عن الإجراءات التي تتخذها المؤسسة لرفع الوعي المالي لدى العملاء، واعلامها بمختلف المزايا التي يمكن تحقيقها من خلال الخدمات التي توفها.

3.1.3. مجتمع الدراسة

من أهم الخطوات التي يجب تحديدها لإجراء الدراسة الميدانية هي حصر مجتمع الدراسة بما يتناسب مع اشكالية البحث وأهدافه. لذلك فقد حددنا من خلال هذا العنصر المجتمع والمعايير التي تم على أساسها تحديده، كما حاولنا تقديم المؤسسات محل الدراسة من خلال وصف كل منها بشكل مختصر.

- **تحديد مجتمع الدراسة**

مجتمع الدراسة الذي يتوافق مع طبيعة وموضوع البحث يتمثل في إطارات البنوك والمؤسسات المالية الناشطة في الجزائر والذين يعملون في وظائف تجعلهم على اطلاع ودراية بتوجهات مؤسساتهم في مجال تطوير الخدمات المالية وتحقيق الشمول المالي والذين يمكن تحديدهم أساسا بإطارات قسم التسويق، قسم التجارة، مديري الوكالات، مديري المديريات الجهوية للاستغلال، المدراء المركزيين.

ويتكون مجتمع الدراسة عموما من المؤسسات التي تقدم خدمات مالية في الجزائر والتي يمكن عرضها كالآتي:

- **البنوك التجارية:**
  - ✓ بنك الجزائر الخارجي (BEA)
  - ✓ البنك الوطني الجزائري (BNA)
  - ✓ بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)
  - ✓ بنك التنمية المحلية (BDL)
  - ✓ بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA)
  - ✓ CAISSE NATIONALE DEPARGNE ET DE PREVOYANCE (CNEP)
  - ✓ بنك البركة (BNNQUE AL BARAKA DALGERIE)
  - ✓ ARAB BANKING CORPORATION ALGERIE (BANK ABC)
  - ✓ (NATIXIS ALGERIE)
  - ✓ (SOCIETE GENERALE ALGERIE)
  - ✓ (CITIBANK N.A ALGERIE)

- ✓ (ARAB BANK PLC ALGERIA)
- ✓ (BNP PARIBAS EL DJAZAIR)
- ✓ TRUST BANK ALGERIA (TBA)
- ✓ بنك الخليج الجزائر (AGB) GULF BANK ALGERIA
- ✓ (HBTF - ALGERIA) THE HOUSING BANK FOR TRADE AND FINANCE - ALGERIA
- ✓ (FRANSABANK EL-DJAZAIR)
- ✓ بنك السلام (ASBA) AL SALAM BANK – ALGERIA
- ✓ (H.S.B.C. ALGERIA)
- ✓ البنك الوطني للإسكان

- **المؤسسات المالية:**

- ✓ (CNMA) Caissse natioal de mutaulité agricole: الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي
- ✓ (sofinance) Societe financiere d'investissement, de participation de placement -spa
  الشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف
- ✓ (SRH) Société de refinancement hypothcaire
- ✓ (ALC) Arab leasing corporation (société de crédit- bail)
- ✓ (MLA) Magreb leasing algerie
- ✓ (SNL) Société national deleasing
- ✓ (ILA) Ijar leasing algerie
- ✓ (EDI) El djazair idjar
- ✓ صندوق الوطني للاستثمار (fonds national d'investissement)

- **المؤسسات المالية غير البنكية:**

عددها 12 مؤسسة تنشط بالأساس في ميدان التأمين.

- **مؤسسات أخرى:**

"بريد الجزائر"

- **شركات التكنولوجيا المالية:**

شركة شارجيلي، شركة قيديني، شركة باين.

ومن أجل الحصول على نتائج دقيقة تخدم موضوع البحث ويمكن تعميمها، فقد حاولنا حصر مجتمع الدراسة من خلال تحديد مجموعة من الشروط التي يجب توفرها في المؤسسات التي تشملها الدراسة. وتتمثل هذه الشروط فيما يلي:

- ✓ أن تكون عبارة عن بنك وليس فرع لبنك أجنبي: بالنسبة للبنوك.
- ✓ أن تقدم خدماتها المالية عن بعد.
- ✓ أن تتيح بطاقتها الإلكترونية للعميل السحب من الصراف الآلي لمؤسسات أخرى (أن تكون منخرطة في تجمع النقد الآلي).
- ✓ أن تزيد عدد وكالاتها عن 10 وكالات.

وبعد تطبيق المعايير المذكورة أعلاه نجد أن 16 مؤسسة فقط تحقق الشروط المطلوبة وذلك بعد استثناء كل من بنك الإسكان والذي لازال حديث النشأة وانتشاره الجغرافي محدد ب 10 وكالات والخدمات التي يقدمها تعد موجهة بدرجة أولى لمنح قروض في مجال شراء السكنات وبنائها وكذلك بالنسبة لبنك الإسكان للتجارة والتمويل، بالإضافة إلى بنك CITIBANK N.A ALGERIE، بنك H.S.B.C. ALGERIA، وبنك ARAB BANK PLC ALGERIA والتي تمثل فروع لبنوك أجنبية وعدد وكالاتها أقل من 10 بالإضافة لكون نشاطها محدود داخل الجزائر. أما بالنسبة للمؤسسات المالية فهي لا تقدم خدماتها عن بعد، وبخصوص شركات التكنولوجيا المالية فنشاطها في الجزائر لا يزال في بدايته، وهي ترتكز أساسا على لعب دور الوساطة بين البنوك والعملاء أي أن نشاطها مدمج فيما تقدمه البنوك ولم تصل بعد لمرحلة المنافسة معها وبالتالي تم استثناؤها.

وتمثلت وحدة التحليل الخاصة بهذه الدراسة في الفرد (إطارات البنوك وبريد الجزائر)، والذي شمل جميع المستويات الإدارية وبالأخص العليا، خاصة وأن هذه الأخيرة لها إطلاع بموضوع الدراسة (المدراء المركزيين والجهويين، مدراء الوكالات، إضافة إلى رؤساء الأقسام).

- **التعريف بالمؤسسات محل الدراسة:**

يتكون مجتمع الدراسة من 16 مؤسسة مقسمة ل 06 بنوك عمومية، 09 بنوك خاصة ومؤسسة بريد الجزائر، وفيما يلي لمحة عن هذه المؤسسات:

- البنك الخارجي الجزائري (BEA): وهو بنك عمومي برأس مال قدره 230 مليار دينار جزائري، يضم 3961 موظف، ويتوزع عبر 11 مديرية جهوية و106 وكالة بنكية، ويحتوي على 150 صراف آلي و3539 جهاز دفع إلكتروني. ويبلغ عدد الحسابات المالية المفتوحة فيه ما يقدر ب 1.915.104 حساب بنكي للعملاء، أما عدد البطاقات الإلكتروني من نوع CIB فبلغ 276.536 بطاقة. (d'Algérie, 2024, p. 08)
- البنك الوطني الجزائري (BNA): ويعد أحد أكثر البنوك الفاعلة في الساحة المصرفية، أنشأ سنة 1966 ويضم أكثر من 6000 موظف يتوزعون على 227 وكالة، تشرف عليها 21 مديرية جهوية للاستغلال، ويبغ عدد الحسابات المفتوحة على مستوى البنك ما يقدر بأكثر من 2.8 مليون حساب للزبائن، يمتلك 473.427 منهم بطاقة بنكية، كما يشترك 106.231 من زبائنه في خدمة البنك عن بعد، وبغية تسهيل عمليات زبائنه خصص البنك 100 شباك أوتوماتيكي و171 موزع أوتوماتيكي للأوراق النقدية و7.656 جهاز دفع إلكتروني، إضافة إلى 32 وكالة رقمية. (البنك الوطني الجزائري، 2024)
- بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR): وهو مؤسسة مالية تم إنشاؤها في مارس 1982 تحت الإطار القانوني مؤسسة ذات أسهم، ويهدف أساسا لترقية القطاع الفلاحي، التنمية الريفية، قطاع الأغذية الزراعية، الصيد البحري وتربية المائيات بالجزائر. ومن أجل تحقيق ذلك يجند البنك تحت تصرف عملائه 340 وكالة تتضمن 8000 موظف موزعين عبر كامل التراب الوطني. (بنك الفلاحة والتنمية الريفية، 2024)
- بنك التنمية المحلية (BDL): وهو بنك عمومي تأسس في أفريل 1985، يبلغ رأس ماله ما يقارب 36.5 مليار دينار جزائري، يضم البنك ما يقدر ب 4500 موظف، ويتشكل تنظيمه الإقليمي من 16 مديرية جهوية للاستغلال، 167 وكالة تجارية، 125 شباك إسلامي و08 وكالة قرض رهن. (بنك التنمية المحلية، 2024)
- بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA): تأسس سنة 1966 ويعد إحدى البنوك الرئيسية في الجزائر، حيث أن رأسماله الاجتماعي المقدر ب 200 مليار دينار يعد ملكية حصرية للدولة. ويضم البنك أكثر من 4451 موظف، ويتوزع جغرافيا عبر 15 مجموعة استغلال، 163 وكالة، 103 شباك للصيرفة الإسلامية، و38 فضاء رقمي. (القرض الشعبي الجزائري، 2024)
- بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP): تأسس سنة 1966 وبدأ تغيير وضعه القانوني مع سنة 1997 ليتحول لبنك يقدم خدمات أكثر شمولا وتنوعا، ويضم البنك أكثر من 4.270 موظف على

مستوى 224 وكالة و17 مديرية شبكة تجارية. وقد بلغ عدد حسابات الزبائن به 9.330.997 حساب للزبائن، 300 ألف منهم منخرطون في خدمة البنك عن بعد وقد قام بإصدار ما يقدر ب 1.4 مليون بطاقة إلكترونية، ومن أجل ضمان راحة زبائنه في تعاملاتهم الرقمية فقد خصص البنك 156 موزع آلي، 30 شباك آلي و25 وكالة رقمية. (الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، 2024)

- بنك البركة (EL BARAKA): تعد مجموعة البركة من رواد الأعمال المالية والاستثمارية الإسلامية على مستوى العالم حيث تقدم خدمات مالية وفقا لمبادئ الشريعة الاسلامية من خلال وحداتها المصرفية في 13 دولة، ويعد أول بنك إسلامي في الجزائر يقدم خدماته حاليا عبر 33 وكالة. (بنك البركة، 2024)
- بنك "NATIXIS": نتيكسيس الجزائر هي الفرع الجزائري لمجموعة "Groupe BPCE" المدعومة من ناتيكسيس أحد البنوك الفرنسية، وهو أول بنك أوروبي أنشئ في الجزائر منذ عام 1999. مع ما يقرب من 800 موظف و28 وكالة في الجزائر. ويعتبر كذلك أول بنك نقال في الجزائر والذي يقدم خدماته عن بعد من خلال تطبيق "BANXY". (بنك نتيكسيس الجزائر، 2024)
- بنك "Societé Générale Algerie": وهو بنك فرنسي بدأ نشاطه في الجزائر سنة 2000، ويقدم خدماته في 33 ولاية عبر 104 وكالة بنكية تعمل تحت وصاية 12 مركز أعمال، ويضم البنك أكثر من 1500 موظف، بينما يبلغ عدد عملاءه حوالي 263000 عميل. (Societé Generale, 2024)
- بنك "PNB PARIBAS": وهو بنك فرنسي يقدم خدماته في الجزائر عبر 48 وكالة و05 مراكز أعمال. (Bnpparibas, 2024)
- بنك "TRUST": وهو عبارة عن شركة مساهمة تم إنشاؤها سنة 2002 كجزء من مجموعة ترست الدولية، يقدر رأسماله بما يفوق 17 مليار دينار، ويضم البنك 40 وكالة موزعة عبر كامل التراب الوطني الجزائري. (TRUST BANK, 2024)
- بنك الخليج الجزائر (AGB): وهو بنك كويتي بدأ نشاطه في الجزائر سنة 2004، ويعتبر من أكثر البنوك الأجنبية انتشارا في الجزائر حيث يقدر عدد وكالاته ب 61 وكالة، و04 مديريات جهوية، ويضم أكثر من 1074 موظف. (بنك الخليج الجزائر، 2024)
- بنك "FRANSABANK": وهي شركة مساهمة بأغلبية رأس مال لبناني، بدأ نشاطه في الجزائر في أكتوبر 2006، ويبلغ عدد وكالاته 21 وكالة. (Fransabank, 2024)

- بنك السلام (SALAM BANK): مصرف السلام الجزائر هو بنك بحريني تم اعتماده من قبل بنك الجزائر في سبتمبر 2008، وهو بنك متعدد المهام والخدمات يعمل طبقا للقوانين الجزائرية، ووفقا لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته، ويضم 25 فرعا موزع عبر كامل التراب الوطني الجزائري. (بنك السلام، 2024)
- بنك المؤسسة العربية المصرفية (ABC): وهو بنك عالمي موجود في الجزائر منذ أكثر من 25 عاما، وينشط في 15 ولاية عبر 24 وكالة بنكية و8 شبابيك للصيرفة الإسلامية، ويضم أكثر من 450 موظف. (بنك ABC، 2024)
- بريد الجزائر (ALGERIE POSTE): وهي مؤسسة عمومية وطنية ذات طابع صناعي تجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي. ويقدم بريد الجزائر لزبائنه مجموعة من الخدمات المالية والخدمات البريدية، ومن جملة ما يقدمه نذكر: فتح واستغلال حساب جاري، خدمات التطبيق الهاتفي بريدي موب، خدمات التطبيق ECCP، كما تمكن صاحب الحساب الجاري من طلب البطاقة النقدية (الذهبية) والاستفادة من الخدمات النقدية التي تقدمها. وتتكون شبكة فروعه من 4305 مكتب بريد. (وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2024)

4.1.3. وصف عينة الدراسة

تمثل العينة مجموعة جزئية من المجتمع الكلي، ويشترط فيها أن تكون ممثلة للمجتمع تمثيلا صحيحا، مبني على قواعد وأسس علمية تتم إجراءات الدراسة عليها، ومن ثم تعمم النتائج على كل المجتمع، (بن صالح، 2021، صفحة 161) ولذلك بررنا في هذا العنصر طبيعة وحجم العينة التي تم تحديدها، إضافة لتبيان المستويات الإدارية والمناطق الجغرافية لمفردات الدراسة.

- **طبيعة عينة الدراسة**

من أجل سحب عينة ممثلة فقد قمنا بمسح شامل لكافة المؤسسات التي تستجيب للشروط التي تم صياغتها حتى تتناسب مع موضوع الدراسة والمقدر عددها ب 15 بنك إضافة لبريد الجزائر.

أما بالنسبة للوحدات التحليلية وانطلاقا من كون مجتمع الدراسة كبيرا ومن الصعب تحديده بدقة وإخضاع جميع أفراده للدراسة، وذلك يرجع لجملة الأسباب التالية:

- إطارات البنوك يحتلون مناصب عليا، ولديهم التزامات متعددة وبالتالي من الصعب التواصل معهم ومقابلتهم.

- اتساع مساحة الجزائر وصعوبة تغطية كل المناطق.
- عدم القدرة على تحديد عدد إطارات البنوك وذلك لشح الإحصائيات المنشورة سواء في التقارير الصادرة عن البنوك أو البنك المركزي وعبر المواقع الرسمية، كما أنه من الصعب فرز الإطارات حسب التخصص.

فقد اعتمدنا على أسلوب المعاينة الغير الاحتمالية، من خلال اختيار عينة قصدية وذلك بتوجيه الاستبيان لإطارات المؤسسات وبالأخص الذين يشغلون مناصب في القسم التجاري وقسم التسويق، انطلاق من أن لهم دراية أكبر بموضوع الدراسة، واجابتهم ستكون أكثر مصداقية. ولأن مجتمع الدراسة مقسم ل 16 مؤسسة، فقد اعتمدنا على طريقة العينة الحصصية وهي من أبرز أنواع العينات القصدية وأكثرها استخداما في دراسة السوق، والتي تقوم على تقسيم المجتمع إلى طبقات وفئات بالنسبة لخصائص معينة (التقسيم هنا حسب مؤسسة الانتماء)، مع الأخذ بعين الاعتبار أن الحصص ستكون متساوية لأن موضوع الدراسة يتمحور حول توجه المؤسسات ولا يخضع لأي متغيرات يمكن على أساسها تغيير نسب الحصة لكل مؤسسة.

- **حساب حجم العينة:**

بما أن عدد مفردات مجتمع الدراسة غير معلوم، واحتمالية الظهور P لا يمكن حسابها، فقد اعتمدنا على الصيغة التالية: (البلداوي، 2007، صفحة 54)

$$n= z^2 * \delta^2 / d^2$$

حيث:

n : يمثل حجم العينة المراد حسابه.

z : الدرجة المعيارية وتساوي 1.96 عند درجة ثقة 95%.

δ: يمثل الانحراف المعياري.

d: نسبة الخطأ المسموح به، وتقدر ب 5%.

وبما أن العلاقة تتطلب قيمة الانحراف المعياري للمجتمع والتي تعد مجهولة، فيمكن تعويضها بطريقتين، الأولى تتم بالاعتماد على نتائج مسوحات سابقة والثانية بإجراء مسح تجريبي بتعبئة عدد من الاستبيانات من المجتمع المشمول بالمسح أي افتراض أن δ_i يساوي δ. ومن خلال هذه الأخيرة قمنا بحساب الانحراف المعياري لعينة أولية مكونة من 40 مفردة باستخدام برنامج SPSS، حيث خلصت النتائج إلى أن: δ_i=0،38.

وبتعويض قيمته في المعادلة السابقة نحصل على: n=222.

ولتحديد عدد المفردات التي يجب سحبها من كل مؤسسة نقسم حجم العينة على عدد المؤسسات، فنحصل على: n_i=222/16=14.

- **توزيع الاستبيان على عينة الدراسة:**

من أجل التمكن من جمع الحد الأدنى من الاستبيانات المعتمدة للدراسة في كل مؤسسة، فقد تم توزيع استبانة الدراسة خلال الفترة بين 08 فيفري 2024 و22 أكتوبر 2024. وذلك بتوزيع 593 استبيان إلكتروني استرجع منها 145، حيث كانت نسبة الإجابات ضئيلة وذلك راجع لأنها موزعة بشكل عشوائي دون مراعات التزامات الفئة المستهدفة وقدرتها على الإجابة. أما بالنسبة للتوزيع الميداني للاستبانة فقد شمل الزيارة الميدانية ل 23 وكالة بنكية، و02 مديريات جهوية للبنوك، ومديرية ولائية لبريد الجزائر، إضافة لزيارة 02 معارض وطنية موزعة بشكل عام على 04 ولايات هي: قالمة، عنابة، سكيكدة، الجزائر العاصمة. ويمكن عرض ذلك بالتفصيل من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (23): الاستبيانات الموزعة والمسترجعة ميدانيا

المؤسسة	سكيكدة		عنابة		قالمة		الجزائر	
	الموزعة	المسترجعة	الموزعة	المسترجعة	الموزعة	المسترجعة	الموزعة	المسترجعة
BEA	–	–	06	03	06	06	02	02
BNA	–	–	03	03	01	01	–	–
BADR	–	–	–	–	13	13	01	01
BDL	–	–	02	02	03	03	01	01
CPA	–	–	–	–	06	07	01	01
CNEP	–	–	06	05	03	06	02	02
بنك البركة	10	10	–	–	–	–	–	–
NATIXIS	–	–	07	07	–	–	–	–
SG	–	–	03	03	–	–	–	–
PNB- P	–	–	–	–	–	–	–	–
TRUST	04	04	–	–	–	–	01	01
AGB	–	–	10	10	06	06	–	–
FRANSA	–	–	–	–	–	–	–	–

بنك السلام	–	–	07	10	–	–	–	–
بريد الجزائر	–	–	–	–	08	07	01	01
ABC	04	04	–	–	–	–	–	–
المجموع	**18**	**18**	**40**	**47**	**50**	**45**	**09**	**09**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبيانات المجمعة

يتضح من الجدول أعلاه أن عدد الاستبيانات المسترجعة مقارب جدا لما تم توزيعه وذلك بنسبة 90%، حيث من بين إجمالي 124 استبيان موزع ميدانيا تم استرجاع 112، وتعد نسبة مرتفعة نتيجة إلى أن طريقة التوزيع تمت من خلال توجيه الاستبانات لفئة محددة من الموظفين، كما حرصنا على توزيع عدد قليل في كل مؤسسة، حيث حدد العدد بناءا على التشاور مع مدراء المؤسسات محل الدراسة وتحديد إمكانية وعدد الأفراد القادرين على الإجابة.

وبعد عملية جمع الاستبيانات تأتي مرحلة فرزها وترتيبها قبل نقل بياناتها للتحليل، ففي هذه المرحلة قمنا باستبعاد مجموعة من الاستبينات لأسباب مختلفة، تتعلق أساسا بتكرار الفرد الاجابة على استبيان آخر، أو لعدم التزام المجيب بالموضوعية اللازمة، فيما تم استبعاد استبيانات أخرى فقط لأنه تم جمع العدد المحدد (بعض المؤسسات جمع بها الحد الأدنى المطلوب) حتى نضمن تساوي التوزيع بين المؤسسات. وللتوضيح أكثر نقدم الجدول التالي:

الجدول رقم (24): الاستبيانات المسترجعة والمعتمدة للدراسة

المؤسسة	الاستبيانات الميدانية		الاستبيانات الإلكترونية		المجموع
	الاستبيانات المسترجعة	الاستبيانات المعتمدة	الاستبيانات المسترجعة	الاستبيانات المعتمدة	
BEA	11	10	04	04	14
BNA	04	04	12	10	14
BADR	14	13	01	01	14
BDL	06	05	11	09	14
CPA	07	05	10	09	14
CNEP	10	09	05	05	14
بنك البركة	10	08	07	06	14
NATIXIS	07	07	07	07	14

SG	03	03	13	11	14
PNB– P	_	_	16	14	14
TRUST	05	04	11	10	14
AGB	16	10	05	04	14
FRANSA	_	_	15	14	14
بنك السلام	07	05	10	09	14
بريد الجزائر	08	07	07	07	14
ABC	04	04	11	10	14
المجموع عدد	**112**	**94**	**145**	**130**	**224**
المجموع نسبة	**%100**	**%83،93**	**%100**	**%89،66**	

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على فرز الاستبيانات المسترجعة

اعتمادا على الجدول رقم (24) يتبين أنه قد تم اعتماد 94 استبانة من بين 112 استبانة تم جمعها ميدانية وذلك بنسبة 83،93%، بينما تم اعتمدا ما مجموعه 130 استبانة من بين 145 استبانة تم جمعها إلكترونيا بنسبة بلغت 89،66%، لتشكل مجملا 224 استبانة موزعة بشكل متساوي (14 استبانة) على 16 مؤسسة.

- **وصف عينة الدراسة:**

من أجل تبيان أن عينة الدراسة موزعة على كافة الولايات وأنها موجهة لإطارات البنوك يمكن تقديم التوزيعات التالية:

– **توزيع العينة حسب المستوى الإداري:**

من أجل تمثيل وجهات النظر المختلفة بالمؤسسة وذلك لتقديم تصور شامل حول توجه المؤسسات لتطوير خدماتها المالية وانعكاس ذلك على تعزيز الشمول المالي، فقد حرصنا على توزيع الاستبيان على المستويات الإدارية الثلاثة بالمؤسسة مع محاولة استرجاع أكبر عدد ممكن من الاجابات من الإدارة العليا، ويمكن توضيح توزيع العينة حسب المستوى الإداري من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (25): توزيع العينة حسب المستوى الإداري

المستوى الإداري	عدد مفردات الدراسة		نسبة مفردات الدراسة
	الاستبيانات إلكترونية	الاستبيانات الميدانية	

مدير/ نائب مدير "وكالة تجارية"	16	12	%12.5
رئيس قسم في "وكالة تجارية"	09	17	%11.61
مدير/ رئيس قسم "مديرية جهوية"	08	03	%4.91
مدير/ رئيس قسم "مديرية مركزية"	11	02	%5.80
وظائف أخرى	86	60	%65.18
المجموع	**130**	**94**	**%100**
	224		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبيانات المعتمدة للدراسة

ما يمكن ملاحظته من الجدول أعلاه هو أن عينة الدراسة مكونة من مختلف المستويات الإدارية خاصة العليا منها حيث حرصنا أن تشتمل مفردات الدراسة على موظفين من المديريات المركزية للبنوك ومؤسسة بريد الجزائر، المديريات الجهوية وكذا الوكالات التجارية والتي مثلت الحصة الأكبر من العينة نظرا لانتشارها الواسع وسهولة الوصول لمفرداتها مقارنة مع بقية المستويات.

- **توزيع العينة حسب الولايات (المنطقة الجغرافية):**

قبل عرض توزيع عينة الدراسة حسب المناطق الجغرافية من المهم الإشارة إلى أن المؤسسات محل الدراسة تخضع لنفس المتغيرات الخارجية التي تؤثر على توجهاتها مثل توصيات البنك المركزي، الحكومة، القوانين المنظمة لنشاطها، البنية التحتية الداعمة، بالإضافة إلى أنها تنسق فيما بينها من خلال التجمعات التي تنتمي لها مثل: الجمعية المهنية للبنوك، تجمع النقد الآلي، شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك. كما أن كل المؤسسات محل الدراسة تمتاز بالتجانس الداخلي فهي تدار بشكل مركزي، وتتبع نفس الاستراتيجيات والإجراءات عبر جميع فروعها، فهي تقدم خدمات موحدة، وبالتالي فإن التباين في آراء الموظفين حول توجهات مؤسستهم سيكون محدودا ولا يتأثر عموما باختلاف المناطق الجغرافية.

تتوزع عينة الدراسة تقريبا عبر كافة مناطق الجزائر، حيث شملت 28 ولاية. ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول أدناه:

الجدول رقم (26): توزيع العينة حسب الولايات (المنطقة الجغرافية)

الولاية	عدد مفردات الدراسة	الولاية	عدد مفردات الدراسة
أم البواقي	01	قالمة	35

باتنة	02	قسنطينة	03
بجاية	02	مستغانم	02
بسكرة	01	المسيلة	01
البليدة	01	معسكر	02
البويرة	03	ورقلة	03
تبسة	02	وهران	05
تلمسان	03	برج بوعريريج	03
تيزي وزو	01	بومرداس	01
الجزائر	88	الطارف	01
الجلفة	01	الوادي	02
سطيف	07	خنشلة	01
سكيكدة	15	غليزان	01
عنابة	36	تقرت	01

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبيانات المعتمدة للدراسة

يعرض الجدول أعلاه تنوع المناطق التي تضم عينة الدراسة، مع الأخذ بعين الاعتبار تمركز أغلبية العينة في كل من ولاية قالمة، عنابة وسكيكدة لأنه تم مسحها ميدانيا، فيما كانت أغلب الاستبيانات الإلكترونية من الجزائر العاصمة لأنها تضم المديريات المركزية للمؤسسات، حيث حاولنا استهداف الاطارات التي تتحكم في التوجه الاستراتيجي للمؤسسات، كما أن الجزائر العاصمة تضم أكبر عدد من موظفي البنوك وبريد الجزائر خاصة في ظل عدد الوكالات التي تنشط فيها.

2.3. أدوات الدراسة وتحليل البيانات

بعد تصميم الدراسة سنوضح في هذا العنصر أدوات جمع البيانات والتي اعتمدت بشكل أساسي على الاستبيان لتوافقه مع طبيعة المعلومات المراد الحصول عليها والعينة المستهدفة، كما وضحنا البرامج التي سنعتمدها في معالجة البيانات، وكذا الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليلها.

1.2.3. أدوات جمع البيانات

نظرا لطبيعة الدراسة ومحدداتها فقد حاول الباحث اعتماد مختلف أدوات جمع البيانات ميدانيا وفق ما يلي:

- **الاستبيان:** ويمثل الأداة الرئيسية للدراسة، وقد تم الاعتماد على الاستبيان المغلق من خلال صياغة مجموعة من العبارات التي تقدم اجابات محددة مسبقا للمستجيبين بحيث يختارون منها دون الحاجة إلى التعبير عن آرائهم بكل حرية، ويساعد هذا النوع على تسهيل جمع البيانات وتحليلها إحصائيا.
- **الملاحظة:** وهي أداة ثانوية وداعمة للاستبيان، تم اعتماد الملاحظة غير المنتظمة، والتي تتميز بأنها أكثر مرونة، فهي تساعد الباحث على جمع البيانات دون معايير محددة مسبقا، حيث عملنا على استغلال فترة تواجدنا بالمؤسسات محل الدراسة لمراقبة تفاعل واعتماد العملاء على استخدام البطاقة الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي.
- **المقابلة:** وهي أداة ثانوية وداعمة للاستبيان، تم اعتماد المقابلة غير المبرمجة مسبقا، والتي لا تحتوي على أسئلة محددة، وتمنح للباحث حرية أكبر في طرح الأسئلة حسب السياق وتفاعل المجيب، وقد خصصت لاستكشاف واقع متغيرات الدراسة وفهم وجهات نظر المجيبين حول توجه مؤسساتهم.

2.2.3. إعداد الاستبيان:

نظرا لكون الاستبيان يمثل الأداة الرئيسية للدراسة فقد حاولنا عرض مختلف جوانبه بشكل مفصل من خلال الإشارة إلى: مراحل اعداده، شكل الاستبيان ومقياس الأسئلة.

- **مراحل إعداد الاستبيان**

لقد تم اعداد الاستبيان من خلال صياغة عبارات بسيطة يمكن للمجيب فهمها بسهولة وفي نفس الوقت تكون تصف وتعبر عن المتغير المراد دراسته. وقد استغرق إعداده ما يقارب ثمانية أشهر في الفترة الممتدة بين جويلية 2023 وفيفري 2024، حيث مر تحضير الاستبيان بخمسة مراحل رئيسية يمكن توضيحها كالآتي:

- إعداد استبيان أولي من قبل الطالب، انطلاقا من الجانب النظري للدراسة واستبيانات دراسات سابقة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن عبارات المحور الأول (تطوير الخدمات المالية الرقمية) حاولنا صياغتها اعتمادا على الواقع الميداني لهذا المتغير بحسب اطلاع الباحث واستنتاجاته، أما عبارات المحور الثاني (الشمول المالي) فتم صياغتها اعتمادا على مقاييس أبعاد الشمول المالي الصادرة عن الشراكة العالمية للشمول المالي والتي تم التطرق لها في الفصل النظري.

- عرض الاستبانة على الأستاذ المشرف لتعديله وارساله للتحكيم.
- عرض الاستبانة على مجموعة من الأساتذة لتحكيمه وتقديم التعديلات التي يرونها مناسبة من الناحية المنهجية والإحصائية وموضوع الدراسة.
- عرض الاستبانة على الأستاذ المشرف بعد أخذ ملاحظات المحكمين بعين الاعتبار، وذلك لإعداد الصيغة النهائية للاستبيان قبل توزيعه.
- توزيع استبيان حضوريا على عينة من مفردات الدراسة ومناقشة عبارات الاستبيان معهم، وهذا ما قادنا لإعادة صياغة بعض العبارات التي وجدوا صعوبة في فهمها. كما تم حذف بعض العبارات التي رأتها هذه العينة بأنها غير مناسبة من ناحية عملية أو بغرض تقليل العبارات الأقل أهمية حتى لا تشكل عبئ على المجيب.

- **شكل الاستبيان:**

يتكون الاستبيان من جزئين أساسيين، نعرضهم كما يلي:

- الجزء الأول: ويتضمن معلومات شخصية تم تحديدها في سؤالين فقط للتعرف على المستوى الوظيفي للمجيب والمؤسسة التي ينتمي لها، حيث جاء هذا الجزء من أجل تمكين الباحث من فرز الاستبيانات حسب المؤسسات والعدد المحدد لها، مع استهداف إطارات هذه المؤسسات الذين يشغلون مناصب إدارية عليا.
- الجزء الثاني: ويتضمن محاور الاستبيان الممثلة لمتغيرات الدراسة والتي تم قياسها كالآتي:

المحور الأول: ويتعلق بتطوير الخدمات المالية الرقمية وتحسينها من خلال إضافة مزايا جديدة لها. وتم قياسه من خلال صياغة 18 عبارة مغلقة موزعة على أربعة ابعاد على النحو التالي:

- ✓ تعديل تكاليف وشروط الخدمات: تم قياسه من خلال العبارات من 01 إلى 04.
- ✓ التنويع والابتكار: تم قياسه من خلال العبارات من 05 إلى 10.
- ✓ تحسين تجربة المستخدم: تم قياسه من خلال العبارات من 11 إلى 18.

المحور الثاني: ويتضمن قياس الشمول المالي من خلال صياغة 16 عبارة تصف درجة الاندماج المالي للأفراد في النظام المالي الرسمي موزعة على أبعاده على النحو التالي:

- ✓ الوصول للخدمات المالية: تم قياسه من خلال العبارات من 19 إلى 23.
- ✓ استخدام الخدمات المالية: تم قياسه من خلال العبارات من 24 إلى 28.

- ✓ الشفافية: تم قياسه من خلال العبارات من 29 إلى 31.
- ✓ التثقيف المالي: تم قياسه من خلال العبارات من 32 إلى 34.

- **مقياس أسئلة الاستبيان:**

وقد تم قياس اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة على الاستبيان بالاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي، وذلك لتحديد درجة الموافقة على كل عبارة من عبارات الاستبيان وفق الجدول الموضح أدناه.

جدول رقم (27): درجات مقياس ليكرت الخماسي

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
1	**2**	**3**	**4**	**5**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: مسعود ربيع (2017). تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss. مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، جامعة بسكرة، العدد 03، جوان 2017، ص 110.

أما بالنسبة لقياس درجة الموافقة الكلية لكل محور وبعد والذي يمثل اتجاه متوسط إجابات المبحوثين، هذه الأخيرة يتم تصنيفها حسب المجالات ويمكن توضيح ذلك وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (28): مجالات المقياس الخماسي ليكرت المعتمد في الدراسة

درجة الموافقة	المجال
غير موافق تماما	]1 – 1.80[
غير موافق	]1.80 – 2.60]
محايد	]2.60 – 3.40]
موافق	]3.40 – 4.20]
موافق تماما	[4.20 – 5]

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على: مسعود ربيع (2017). تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss. مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، جامعة بسكرة، العدد 03، جوان 2017، ص 110.

3.2.3. أدوات جمع ومعالجة البيانات:

إن إنجاز الدراسات والبحوث الأكاديمية يجب أن يتم وفق منهجية علمية وعبر تطبيق أساليب واختبارات دقيقة، وذلك ما يتطلب توظيف البرامج الكفؤة التي تمكن الباحث من الحصول على نتائج معنوية وبأقل وقت ممكن، ومن ضمن ما اعتمد في هذه الدراسة ما يلي:

- برنامج "GOOGLE DOCS": وهو أحد الأدوات المكتبية التابعة ل Google Workspace، ويسمح هذا البرنامج للمستخدمين بإنشاء استبيانات ونماذج الكترونية بسهولة تمكن من جمع البيانات من المشاركين مباشرة عبر الانترنت.
- برنامج "EXCEL": وهو أحد برامج مجموعة Microsoft Office، ويستخدم لإنشاء وتحليل البيانات والجداول، كما يمكن استخدامه لنقل وتخزين البيانات، إجراء الحسابات، وإنشاء الرسوم البيانية.
- برنامج "SPSS": يرمز البرنامج الإحصائي SPSS إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statical Package for Social Sciences والذي يعمل بنظام Windows ويسمح للمستخدم بخزن المعطيات في ملف خاص وإجراء تحويل في صيغة المعطيات وكذلك رسم الأشكال البيانية، بالإضافة للهدف الرئيسي بإجراء التحليلات الإحصائية المختلفة. ورغم التشابه بين أغلب اصدارات البرنامج، فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الإصدار 26. (البلداوي، 2009، صفحة 34)
- برنامج "STATA17": وهو برنامج إحصائي يسمح بتنفيذ العديد من الاختبارات المتقدمة والتي من أهمها "النمذجة بالمعادلات الهيكلية"، حيث لا يمكن انجازها ببرنامج "SPSS".
- برنامج "SmartPLS": وتم اعتماد هذا البرنامج الإحصائي لاختبار الصدق التمايزي لمتغيرات الدراسة وهو ما لا يمكن تنفيذه عبر "SPSS" و "STATA17".

4.2.3. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لضمان جودة البيانات المستخلصة من الاستبيان، ومن أجل اختبار الفرضيات وتحليل البيانات التي تم جمعها اعتمدنا على مجموعة من الأساليب الإحصائية والمتمثلة في: (منسى، 2014، صفحة 35)

- قياس ثبات الاستبيان (Reliability): ويقصد به مدى اتساق الاجابات إذا تكرر الاستبيان بنفس الشروط، ويعد الثبات أساسيا لضمان موثوقية النتائج، ومن أبرز أساليبه معامل ألفا كرونباخ "Cronbach Alpha".
- صدق التقاربي والتمايزي: تم استخدام تحليل العوامل الاستكشافي باستخدام تقنية Principal Axis Factoring للكشف عن الأبعاد الكامنة للأداة، والتأكد من صدق البناء. كما تم احتساب متوسط التباين المستخرج (AVE) للتحقق من صدق التلازم التقاربي ومؤشر "HTMT" للصدق التمايزي.

- اختبار طبيعة التوزيع: إن فهم طبيعة توزيع البيانات أمر ضروري لاختيار الأساليب الإحصائية المناسبة، خاصة عند استخدام أساليب تتطلب التوزيع الطبيعي، والذي يتم التحقق منه عادة باستخدام اختبار كولموغوروف سيمونوف "Kolmogorov-Smirnov"، أو اختبار شابيرو–ويلك.
- التوزيعات التكرارية والنسب المئوية: تستخدم لتحديد تكرار كل إجابة أو فئة معينة، وتقديم صورة عامة عن اتجاهات الاستجابات.
- المتوسطات والانحراف المعياري: تساعد في قياس الاتجاه المركزي (المتوسط) وتوزع البيانات حوله (الانحراف المعياري)، مما يعطي فكرة عن انتشار وتوزع الآراء.
- الاتساق الداخلي: وتم بالاعتماد على معامل ارتباط سبيرمان.
- اخبار "Signed Rank Test One-Sample Wilcoxon": وهو أحد الاختبارات الإحصائية غير المعلمية، ويستخدم لمقارنة متوسط عينة واحدة بقيمة معينة (قيمة افتراضية أو معيارية).
- اختبار مان ويتني "Mann-Whitney": وهو اختبار غير معلمي يستخدم لمقارنة مجموعتين مستقلتين، مثلا: مقارنة إجابات أفراد العينة حسب العمر أو المستوى الوظيفي.
- نمذجة المعادلات البنائية (Strucucral Equation Modeling - SEM): وهي جملة طرق أو استراتيجيات إحصائية متقدمة في تحليل البيانات، تستخدم بهدف اختبار صحة شبكة العلاقات بين المتغيرات (النماذج النظرية) التي يفترضها الباحث، جملة واحدة بدون الحاجة إلى تجزئة العلاقات المفترضة غلى أجزاء واختبار كل جزء على حدة. (كتفي، 2020، صفحة 38)
- تحليل المسار: وهو جزء من النمذجة بالمعادلات الهيكلية، وتم استخدامه لقياس التأثير المباشر للمتغير المستقل على المتغير التابع، حيث يتيح هذا التحليل تقدير قوة واتجاه العلاقة السببية بين المتغيرات.

3.3. التحقق من الصدق، الثبات وطبيعة التوزيع

ويأتي هذا العنصر للتحقق من مصداقية أداة الدراسة والبيانات المجمعة والتأكد من طبيعة توزيعها للتوافق مع الطرق الإحصائية المستخدمة.

1.3.3. صدق أداة الدراسة:

ونعني بصدق أداة الدراسة، أن الأداة المستخدمة في الدراسة تتناسب مع نوع الدراسة وتحقق الغرض منها، وذلك بالتأكد من أن عبارات الاستبيان تساعد على جمع البيانات بدقة.

- **الصدق الظاهري لأداة الدراسة (صدق المحكمين):**

للتأكد من صدق أداة الدراسة فقد اعتمدنا مرحلتين سبق الاشارة إليهما في العنصر الذي يتضمن إعداد الاستبيان، حيث قمنا بعرضه على عدد من الأساتذة المحكمين، وذلك لأخذ آرائهم من ناحية صياغة العبارات، شكل الاستبيان ومنهجية إعداده، تناسب الاستبيان مع طبيعة مشكلة الدراسة، مع مناقشة مختلف تفاصيله. أما المرحلة الثانية فشملت مناقشة الاستبيان مع الأفراد الذين تم توزيعه عليهم حضوريا، حيث تم خلالها القيام بتعديلات إضافية شملت العبارات التي وجدو صعوبة في فهمها أو التي كانت غير ضرورية أو غير مناسبة من ناحية عملية.

- **صدق المحتوى (الاتساق الداخلي):**

صدق الاتساق الداخلي يعكس مدى ارتباط كل عبارة مع البعد الذي تنتمي له، وقد قمنا بحسابه اعتمادا على معامل الارتباط سبيرمان (Sperman).

- **حساب معاملات إرتباط أبعاد محور تطوير الخدمات المالية الرقمية:**

ينقسم محور تطوير الخدمات المالية الرقمية إلى ثلاثة أبعاد تتمثل في: تعديل تكاليف وشروط الخدمات، التنويع والابتكار، تجربة المستخدم، وسوف نتطرق لاتساق كل بعد تواليا من خلال الجداول التالية:

أولا: اختبار الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول "تعديل تكاليف وشروط الخدمات"

الجدول رقم (29): صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد تعديل تكاليف وشروط الخدمات

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر البطاقة الإلكترونية	0.435	0.000
02	تعمل مؤسستكم على تقليل التكاليف المرتبطة بفتح حساب مالي	0.782	0.000
03	تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على خدماتها المالية الرقمية	0.828	0.000
04	تعمل مؤسستكم على تقليل الوثائق المطلوبة للاشتراك في الخدمات المالية الرقمية	0.766	0.000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

يتضح من خلال الجدول رقم (29) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد "تعديل تكاليف وشروط الخدمات" والدرجة الكلية للبعد موجبة وقوية حيث انحصرت بين القيم 0.435 و0.828، كما أن كلها دال احصائيا حيث قدرت قيمة α= 0.000 وهي أقل من 0.05.

ثانيا: اختبار الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني "التنويع والابتكار":

الجدول رقم (30): صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد التنويع والابتكار

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
05	تعمل مؤسستكم على إضافة خدمات رقمية جديدة مثل الدفع عبر تقنية الدفع اللاسلكي بالهاتف المحمول"NFC"	0.655	0.000
06	تسعى مؤسستكم لعقد اتفاقيات مع شركات التكنولوجيا المالية للاستفادة من خبراتها في تقديم حلول مالية مبتكرة	0.645	0.000
07	تتجه مؤسستكم لابتكار خدمات مالية رقمية تتناسب مع أسس الشريعة الإسلامية	0.588	0.000
08	تعمل مؤسستكم على تنويع خدمات أجهزة الصراف الآلي مثل إضافة خاصية إيداع الأموال	0.626	0.000
09	تعملون على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت والهاتف/الماء/الكهرباء والغاز) عن بعد	0.531	0.000
10	تعمل مؤسستكم على زيادة عدد تجار التجزئة المساهمين في البطاقة الإلكترونية	0.556	0.000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

يتضح من خلال الجدول رقم (30) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد "التنويع والابتكار" والدرجة الكلية للبعد موجبة وقوية حيث انحصرت بين القيم 0.531 و0.655، كما أن كلها دال احصائيا حيث قدرت قيمة α= 0.000 وهي أقل من 0.05.

ثالثا: اختبار الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثالث "تحسين تجربة المستخدم":

الجدول رقم (31): صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد تجربة المستخدم

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
11	تلتزم مؤسستكم بالإجابة على مختلف استفسارات العملاء عبر الهاتف/ منصات التواصل الاجتماعي/ تطبيقGoogle play	0.708	0.000
12	تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم	0.798	0.000
13	توفرون لزبائنكم نشرات/فيديوهات تعريفية بكيفية الاستفادة من خدماتكم الرقمية	0.687	0.000
14	تعمل مؤسستكم على تبسيط وتسهيل الدخول والوصول إلى الخدمة	0.750	0.000
15	تعملون على تحسين تصميم واجهة المستخدم (للموقع الإلكتروني/الصراف الآلي/التطبيق الإلكتروني) لمؤسستكم بشكل دوري	0.764	0.000
16	تعملون على تحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري لتقليل الأخطاء في معالجة البيانات	0.706	0.000
17	تحرص مؤسستكم على اجراء صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي من أجل ضمان استمرارية نشاطها	0.654	0.000
18	تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها	0.694	0.000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

يتضح من خلال الجدول رقم (31) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد "تحسين تجربة المستخدم" والدرجة الكلية للبعد موجبة وقوية حيث انحصرت بين القيم 0.654 و0.798، كما أن كلها دال احصائيا حيث قدرت قيمة α= 0.000 وهي أقل من 0.05.

- **حساب معاملات ارتباط أبعاد محور الشمول المالي:**

يتكون محور الشمول المالي من ثلاثة أبعاد وهي: الوصول للخدمات المالية، استخدام الخدمات المالية وجودة الخدمات المالية، وسوف نتطرق لاتساق كل بعد تواليا من خلال الجداول التالية:

أولا: اختبار الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول "الوصول للخدمات المالية"

الجدول رقم (32): صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الوصول للخدمات المالية

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
19	تتجه مؤسستكم لإضافة الوكالات والفضاءات الرقمية بدل الفروع التقليدية	0.629	0.000
20	تلتزم مؤسستكم بتقديم خدماتها الرقمية 24/24 ساعة و7/7 أيام دون انقطاع	0.716	0.000
21	تتيح مؤسستكم تقديم مختلف خدماتها المالية عن بعد	0.687	0.000
22	العدد الحالي لأجهزة الصراف الآلي لمؤسستكم كافي لتغطية احتياجات عملائكم	0.679	0.000
23	عدد التجار /المؤسسات التي قمتم بتزويدها بأجهزة الدفع الإلكتروني في تزايد	0.614	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

يتضح من خلال الجدول رقم (32) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد "الوصول للخدمات المالية" والدرجة الكلية للبعد موجبة وقوية حيث انحصرت بين القيم 0.614 و0.716، كما أن كلها دال احصائيا حيث قدرت قيمة α= 0.000 وهي أقل من 0.05.

ثانيا: اختبار الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني "استخدام الخدمات المالية"

الجدول رقم (33): صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد استخدام الخدمات المالية

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
24	تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية	0.629	0.000
25	عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد	0.734	0.000

26	عدد عمليات التحويلات المالية لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ الصراف الآلي في تزايد	0.842	0.000
27	عدد عمليات الدفع الإلكتروني لعملائكم في تزايد	0.835	0.000
28	إجمالي قيمة المعاملات المالية الرقمية التي تتم عبر مؤسستكم في تزايد	0.829	0.000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

يتضح من خلال الجدول رقم (33) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد "استخدام الخدمات المالية" والدرجة الكلية للبعد موجبة وقوية حيث انحصرت بين القيم 0.629 و0.842، كما أن كلها دال احصائيا حيث قدرت قيمة α= 0.000 وهي أقل من 0.05.

ثالثا: اختبار الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثالث "الشفافية"

الجدول رقم (34): صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الشفافية

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
29	تقدم مؤسستكم للعميل نموذج لوصف الخدمة المالية في حالة تعقيدها	0.721	0.000
30	تحرص مؤسستكم على تقديم خدمات لا تحتوي أية بنود أو شروط مخفية	0.864	0.000
31	يعرض موقعكم الإلكتروني الخدمات التي تقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار/المميزات/الشروط)	0.733	0.000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

يتضح من خلال الجدول رقم (34) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد "الشفافية" والدرجة الكلية للبعد موجبة وقوية حيث انحصرت بين القيم 0.721 و0.864، كما أن كلها دال احصائيا حيث قدرت قيمة α= 0.000 وهي أقل من 0.05.

رابعا: اختبار الاتساق الداخلي لعبارات البعد الرابع "التثقيف المالي"

الجدول رقم (35): صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد التثقيف المالي

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
32	تحرص مؤسستكم على التثقيف المالي للأفراد من خلال منشوراتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي	0.828	0.000
33	تلتزم مؤسستكم بالمشاركة في الصالونات/ المعارض/ الملتقيات المنظمة وطنيا لفائدة الأفراد والمؤسسات لتعريفهم بالخدمات المالية الرقمية التي تقدمونها	0.813	0.000
34	تنظم مؤسستكم بشكل دوري أيام إعلامية لتوعية الأفراد بأهمية وفوائد الانخراط في المؤسسات المالية الرسمية	0.848	0.000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

يتضح من خلال الجدول رقم (35) أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد "التثقيف المالي" والدرجة الكلية للبعد موجبة وقوية حيث انحصرت بين القيم 0.813 و0.848، كما أن كلها دال احصائيا حيث قدرت قيمة α= 0.000 وهي أقل من 0.05.

- **الصدق التقاربي:**

يهدف هذا العنصر إلى اختبار الصدق التقاربي للمتغيرات الكامنة الرئيسية (تطوير الخدمات المالية الرقمية/الشمول المالي) بناء على العلاقة بين الأبعاد الفرعية المكونة لها. ويعد هذا الاختبار مهما لضمان أن الأبعاد الفرعية تنتمي فعليا إلى بنية واحدة متجانسة تمثل المفهوم المفترض. (عايد البلوي، 2022، صفحة 06) ولتحقيق ذلك تم اعتماد كل من تحليل العامل الاستكشاف (Principal Axis Factoring) وحساب متوسط التباين المستخرج (AVE) والذي يساوي مجموع مربع التحميلات العاملية تقسيم عددها (Handriana, 2016, p. 143)، ويمكن تبيان مخرجات ذلك وفق للجدول الآتي:

الجدول رقم (36): الصدق التقاربي لأبعاد ومتغيرات الدراسة

المتغير	البعد	التحميلات العاملية (Factor Loadings)	متوسط التباين (AVE)
تطوير الخدمات المالية الرقمية	التعديل	0.839	0.694
	التنويع	0.817	

	تجربة المستخدم	0.843	
الشمول المالي	الوصول	0.841	0.649
	الاستخدام	0.750	
	الشفافية	0.819	
	التثقيف	0.809	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

اعتماد على الجدول أعلاه نلاحظ أن التحميلات العاملية بين المتغير المستقل وأبعاده تعتبر قوية لأن جميع التحميلات تتجاوز 0.7 ما يعني أن هذه الأبعاد (التعديل، التنويع وتجربة المستخدم) تمثل تطوير الخدمات المالية الرقمية بشكل جيد، وكذلك بالنسبة لقيمة التباين المشترك بين الأبعاد والتي بلغت 0.694 وهي أكبر من 0.5، أي أنها مقبولة. أما بالنسبة للشمول المالي (المتغير التابع) فقد انحصرت قيمة التحميلات العاملية لأبعاده بين 0.750 و0.841 وهي ضمن المعدل المطلوب وكذلك بالنسبة لقيمة AVE فقد بلغت 0.648، وذلك ما يعني أن كل من الوصول، الاستخدام، الشفافية والتثقيف المالي تمثل المتغير التابع بشكل مقبول.

- **الصدق التمايزي:**

تم التأكد من الصدق التمييزي باستخدام مؤشر "Monotrait-Heterotrait Ration" وهو أسلوب جديد يستخدم لقياس صحة صدق التمايز من خلال تقييم نسب متوسط مؤشر الترابط بين العوامل، وهو إجراء صارم يمكن أن يكتشف العشوائية المحتملة بين العوامل الكامنة، وينطوي استخدام "HTMT" كمعيار على مقارنته بعتبة محددة مسبقا (يقترح بعض الباحثين عتبة 0.85، بينما يقترح آخرون قيمة 0.9)، حيث إن كانت قيمة "HTMT" أعلى من هذه العتبة فإنه لا يوجد صدق التمايز. (كشيدة، 2024، صفحة 143) ومن خلال تطبيق هذا المؤشر خلصنا للنتائج التي نعرضها في الجدول التالي:

الجدول رقم (37): الصدق التمييزي باستخدام مؤشر "HTMT"

العوامل	تعديل الشروط والتكاليف	التنويع والابتكار	تجربة المستخدم	الشمول المالي
تعديل الشروط والتكاليف				
التنويع والابتكار	0.521			

تجربة المستخدم	0.571	0.529		
الشمول المالي	0.632	0.533	0.760	

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على برنامج "Smart PLS4"

نلاحظ من الجدول رقم (37) أن قيم المؤشر "HTMT" كانت محصورة بين 0.52 و0.76 وهي أقل من 0.85 وبالتالي نستنتج تحقق شرط الصدق التمايزي.

2.3.3. ثبات أداة الدراسة:

نعني بالثبات إمكانية الحصول على نفس النتائج عند تكرار عملية القياس على نفس الأفراد عدة مرات. ويمكن التحقق من ذلك بالاعتماد على معامل ألفا كرومباخ، حيث يمكن اعتبار عبارات الاستبيان ثابتة إذا كانت قيمة ألفا أكبر أو تساوي 0.6، وللتحقق من ذلك قمنا بإعداد الجدول الموالي:

الجدول رقم (38): معامل ألفا كرومباخ للاستبيان

البعد/ المحور	المتغير	عدد العبارات	معامل الفا
البعد الأول	تعديل الشروط والخدمات	04	0.684
البعد الثاني	التنويع والابتكار	06	0.666
البعد الثالث	تجربة المستخدم	08	0.863
المحور الأول	**تطوير الخدمات المالية الرقمية**	**18**	**0.874**
البعد الأول	الوصول للخدمات المالية	05	0.702
البعد الثاني	استخدام الخدمات المالية	05	0.816
البعد الثالث	الشفافية	03	0.673
البعد الرابع	التثقيف المالي	03	0.752
المحور الثاني	**الشمول المالي**	**16**	**0.881**
الاستبيان		**34**	**0.929**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

من خلال الجدول أعلاه يمكن ملاحظة أن قيمة أفا كرومباخ للاستبيان ككل بلغت 0.929 وهي قيمة مرتفعة وتدل على ثبات أداة الدراسة، وكذلك بالنسبة للمحور الأول والثاني حيث بلغت قيمته 0.874

و 0.881 تواليا، فيما تراوحت قيمة ألفا كرونباخ بالنسبة للأبعاد بين 0.666 و 0.863 وهي قيم مقبولة عموما.

3.3.3. التحقق من طبيعة التوزيع:

من أجل تحديد الأساليب الإحصائية التي سيتم على أساسها تحليل بيانات الاستبيان فيجب أولا التعرف على طبيعة التوزيع، ولذلك فقد اعتمدنا على اختبار "Kolmogorov-Smirnov" واختبار "Shapiro-Wilk" للبيانات المتحصل عليها والتي تشكل الدرجات الكلية لمحاور كل من المتغير التابع والمستقل بأبعادهم، ويمكن عرض نتائج الاختبار في الجدول التالي:

الجدول رقم (39): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

المحاور	Shapiro-Wilk			Kolmogorov-Smirnov		
	الإحصاء	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الإحصاء	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تعديل التكاليف والشروط	,098	224	,000	,956	224	,000
التنويع والابتكار	,101	224	,000	,948	224	,000
تحسين تجربة المستخدم	,117	224	,000	,919	224	,000
محور تطوير الخدمات المالية الرقمية	,079	224	,002	,940	224	,000
الوصول للخدمات المالية	,124	224	,000	,956	224	,000
استخدام الخدمات المالية	,139	224	,000	,919	224	,000
الشفافية	,157	224	,000	,942	224	,000
التثقيف المالي	,179	224	,000	,889	224	,000
محور الشمول المالي	,076	224	,003	,962	224	,000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج "SPSS"

حسب الجدول رقم (39) فإن متغيرات الدراسة لا تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أن مستوى الدلالة المعنوية أقل من 0.05 في مختلف الأبعاد والمحاور، وهذا ما يعني ضرورة الاعتماد على أساليب إحصائية لا تتطلب أو تتجاوز شرط التوزيع الطبيعي للبيانات في تحليل واختبار فرضيات الدراسة.

خلاصة الفصل:

تم في هذا الفصل صياغة منهجية الدراسة، وذلك من خلال تحديد المنهج المستخدم (المنهج الوصفي، مع استخدام أسلوب التحليل ودراسة الحالة)، كما تم عرض نموذج الدراسة لتبيان العلاقة بين المتغيرات، فيما تم قياس هذه الأخيرة من خلال تقسيم تطوير الخدمات المالية الرقمية لثلاثة أبعاد تمثلت في: التعديل، الابتكار وتحسين تجربة المستخدم، بينما تمثلت أبعاد الشمول المالي في: الوصول، الاستخدام، الشفافية والتثقيف المالي. ومن أجل ترجمة ما تم تقديمه سابقا ميدانيا فإن أول خطوة تم تنفيذها في هذا الفصل تمثلت بتحديد وتعريف مجتمع الدراسة والطريقة التي تم على أساسها حساب حجم العينة الممثلة له، وفي نفس السياق عرفنا بطريقة بناء الاستبيان وكيفية قياس عباراته. وتمهيدا للانطلاق في تحليل البيانات في الفصل الموالي فقد قمنا في هذا الفصل كذلك بالتأكد من صدق وثبات الاستبيان للتأكد من أنه سيقدم نتائج ذات مصداقية، كما تعرفنا على طبيعة توزيع البيانات لتحديد لأساليب الإحصائية التي سيتم اعتمادها في اختبار فرضيات الدراسة.

الفصل 4: تحليل النتائج ومناقشتها

تمهيد:

بعد تقديم طريقة وأدوات الدراسة والتي تم من خلالها وضع الإطار المنهجي للدراسة الميدانية، وذلك بتحديد العينة وتحضير الاستبيان وتوزيعه، إضافة لاختبار الصدق والثبات وطبيعة التوزيع، حيث مكننا ذلك من التأكد من تحقيق البيانات المجمعة لشروط الاختبارات الإحصائية التي سيتم اعتمادها للإجابة على إشكالية الدراسة، سنخصص هذا الفصل لتحليل اجابات مفردات عينة الدراسة حول موضوع البحث، وكذا اختبار الفرضيات وتحليل النتائج، وقد قسمناه للعناصر التالية:

1.4. تحليل نتائج الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة

1.1.4. المعالجة الإحصائية لنتائج المحور الأول

2.1.4. المعالجة الإحصائية لنتائج المحور الثاني

2.4. اختبار فرضيات الدراسة

1.2.4. اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة

2.2.4. اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة

3.4. مناقشة النتائج

1.3.4. مناقشة نتائج الفرضية الرئيسية

2.3.4. مناقشة نتائج الفرضيات الفرعية

1.4. تحليل نتائج الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة

نقصد بالإحصاءات الوصفية هنا حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات الاستبيان، وكل بعد من أبعاد المتغير المستقل والتابع، وذلك لتحديد توجهات المؤسسات محل الدراسة فيما يتعلق بموضوع البحث.

1.1.4. المعالجة الإحصائية لنتائج المحور الأول:

نسعى من خلال هذا العنصر لتحديد درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور الأول للاستبيان وذلك لمعرفة مدى توجه مؤسسات تجمع النقد الآلي لتطوير خدماتها الرقمية وفقا لمختلف أبعاده، إضافة للتعرف على أي من هذه الأبعاد تركز عليها مؤسسات النقد الآلي، ويمكن عرض النتائج المتعلقة بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الأول من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (40): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الأول

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الاجابة
تعديل التكاليف والشروط	4.13	0.58	موافق
التنويع والابتكار	4.11	0.58	موافق
تحسين تجربة المستخدم	4.35	0.54	موافق تماما
تطوير الخدمات المالية الرقمية	4.22	0.47	موافق تماما

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (40) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل وأبعاده، حيث حقق هذا المتغير متوسطا حسابيا بلغ 4.22 بانحراف معياري 0.47 وهذا ما يشير إلى أن هناك مستوى عالي في التوجه العام لمؤسسات النقد الآلي نحو العمل على تطوير خدماتها.

أما بالنسبة للأبعاد المشكلة لهذا المحور فإن متوسطها الحسابي وانحرافها المعياري كان تقريبا متساوي في مجملها، أين قدرت قيمهما في كل من بعد التعديل، التنويع وتحسين تجربة المستخدم تواليا كما يلي: 4.13، 4.11 و 4.35 والتي تباينت بين موافق وموافق تماما بالنسبة للمتوسط الحسابي و0.58، 0.58 و0.54 بالنسبة للانحراف المعياري، وهذا ما يدل على توازن في تركيز المؤسسات محل الدراسة على مختلف أبعاد التطوير مع الميل أكثر للعمل على تحسين تجربة المستخدم.

بعدما تم تقديم نتائج الدراسة الكلية للمحور الأول، سيتم فيما يأتي دراسة كل بعد على حدا وذلك لمعرفة درجة موافقة مفردات عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات هذه الأبعاد والتي نوجزها فيما يلي:

- **عرض وتحليل نتائج بعد تعديل التكاليف والشروط:**

الجدول رقم (41): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول تعديل التكاليف والشروط

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه	الترتيب
1	تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر البطاقة الإلكترونية	4.62	0.56	موافق تماما	1
2	تعمل مؤسستكم على تقليل التكاليف المرتبطة بفتح حساب مالي	4.02	0.87	موافق تماما	3
3	تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على خدماتها المالية الرقمية	3.82	0.94	موافق	4
4	تعمل مؤسستكم على تقليل الوثائق المطلوبة للاشتراك في الخدمات المالية الرقمية	4.04	0.81	موافق	2

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

وفقا للجدول رقم (41) فإن العبارات من 1 إلى 4 والتي تصف توجه المؤسسات محل الدراسة لتخفيف شروط الاشتراك في الخدمات قد حققت متوسطات حسابية بلغ أعلاها 4.62 والمتعلقة بالعبارة رقم (1) "تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر البطاقة الإلكترونية" ويعكس هذا المتوسط المرتفع إدراك المبحوثين بأن رفع سقف التعاملات يمثل حلا عمليا ومتاحا لتعجيل شروط الخدمة، بينما أدنى متوسط حسابي يتعلق بالعبارة رقم (3) " تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على خدماتها المالية الرقمية" بقيمة قدرها 3.82 والتي تعتبر خيار صعب تطبيقه مقارنة بسابقتها. أما فيما يتعلق بالانحراف المعياري فكان أقل من 0.94 في كل العبارات ما يدل على وجود تجانس في آراء أفراد العينة.

- **عرض وتحليل نتائج بعد التنويع والابتكار:**

الجدول رقم (42): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول التنويع والابتكار

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه	الترتيب
5	تعمل مؤسستكم على إضافة خدمات رقمية جديدة مثل الدفع عبر تقنية الدفع اللاسلكي بالهاتف المحمول"NFC"	4.07	0.98	موافق	3
6	تسعى مؤسستكم لعقد اتفاقيات مع شركات التكنولوجيا المالية للاستفادة من خبراتها في تقديم حلول مالية مبتكرة	3.88	0.93	موافق	6
7	تتجه مؤسستكم لابتكار خدمات مالية تتناسب مع أسس الشريعة الإسلامية	3.93	1.11	موافق	5
8	تعمل مؤسستكم على تنويع خدمات أجهزة الصراف الآلي مثل إضافة خاصية إيداع الأموال	3.99	1.00	موافق	4
9	تعملون على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت والهاتف/الماء/الكهرباء والغاز) عن بعد	4.52	0.76	موافق تماما	1
10	تعمل مؤسستكم على زيادة عدد تجار التجزئة المساهمين في البطاقة الإلكترونية	4.25	0.83	موافق تماما	2

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول (42) أن أغلبية اجابات أفراد العينة حول عبارات بعد التنويع والابتكار تراوحت بين الموافق والموافق تماما حيث انحصر متوسطها الحسابي بين (3.88 و4.52)، وهو ما يعكس اهتمام المؤسسات محل الدراسة على تقديم خدمات جديدة وبالأخص ما جاء في العبارة رقم (9) والمتعلقة بالعمل على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت والهاتف/الماء/الكهرباء والغاز) عن بعد، مما يشير إلى إدراك المؤسسات لأهمية هذه الخدمات الأساسية بالنسبة للعملاء، نظرا لما توفر من سهولة في الدفع وتجنب عناء التنقل والانتظار في طوابير كما كان معمول به في السابق. أما الانحرافات المعيارية للعبارات (5-10) فكانت تعكس اتفاق عام في اجابات الأفراد ما عدى العبارة رقم (7) والمتحورة حول الخدمات المالية الاسلامية حيث قدر ب 1.11 وهو أعلى من باقي العبارات، ويمكن تفسير ذلك باعتبارها لا تدخل ضمن استراتيجيات بعض البنوك الأجنبية العاملة في الجزائر.

- **عرض وتحليل نتائج بعد تجربة المستخدم:**

الجدول رقم (43): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول تجربة المستخدم

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه	الترتيب
11	تلتزم مؤسستكم بالإجابة على مختلف استفسارات العملاء عبر الهاتف/ منصات التواصل الاجتماعي/ تطبيق Google play	4.17	0.92	موافق	8
12	تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم	4.16	0.83	موافق	7
13	توفرون لزبائنكم نشرات/فيديوهات تعريفية بكيفية الاستفادة من خدماتكم الرقمية	4.26	0.78	موافق تماما	6
14	تعمل مؤسستكم على تبسيط وتسهيل الدخول والوصول إلى الخدمة	4.42	0.68	موافق تماما	3
15	تعملون على تحسين تصميم واجهة المستخدم (للموقع الإلكتروني/الصراف الآلي/التطبيق الإلكتروني) لمؤسستكم بشكل دوري	4.33	0.77	موافق تماما	5
16	تعملون على تحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري لتقليل الأخطاء في معالجة البيانات	4.40	0.75	موافق تماما	4
17	تحرص مؤسستكم على اجراء صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي من أجل ضمان استمرارية نشاطها	4.50	0.70	موافق تماما	2
18	تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها	4.58	0.60	موافق تماما	1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

اعتمادا على البيانات في الجدول أعلاه يتبين تركيز مؤسسات تجمع النقد الآلي على العمل على تطوير تجربة المستخدم لخدماتها الرقمية وذلك وفقا للمتوسط الحسابي للعبارات (11–18) المكونة لهذا البعد والذي

كانت قيمه مرتفعة عموما وتقع غالبيتها في مجال الموافق تماما حيث بلغت أدنى قيمه ب4.16 والمتعلقة بالعبارة رقم (12) "تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم" في حين قدرت أعلى قيمه ب4.58 والمتعلقة بالعبارة رقم (18) "تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها"، أما فيما يخص الانحرافات المعيارية لهذه العبارات فقد انحصرت بين 0.6 و0.92 ما يدل على وجود تقارب في ردود عينة الدراسة حول العبارات.

2.1.4. المعالجة الإحصائية لنتائج المحور الثاني:

نسعى من خلال هذا العنصر لتحديد درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور الثاني للاستبيان وذلك لمعرفة مدى تحقيق مؤسسات تجمع النقد الآلي للشمول المالي وفقا لمختلف أبعاده، إضافة للتعرف على أي من هذه الأبعاد محقق أكثر من غيره، ويمكن عرض النتائج المتعلقة بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثاني من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (44): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الثاني

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التعليق
الوصول للخدمات المالية	3.91	0.63	موافق
استخدام الخدمات المالية	4.34	0.56	موافق تماما
الشفافية	4.04	0.65	موافق
التثقيف المالي	4.29	0.65	موافق تماما
الشمول المالي	4.14	0.50	موافق

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يعرض الجدول رقم (44) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير التابع وأبعاده، حيث حقق هذا المتغير متوسطا حسابيا بلغ 4.14 بانحراف معياري 0.50 وهذا ما يشير إلى أن هناك توجه عام لمؤسسات النقد الآلي لتضمين الشمول المالي في استراتيجياتها والعمل على تحقيقه.

أما بالنسبة للأبعاد المشكلة لهذا المحور فإن متوسطها الحسابي وانحرافها المعياري استمت بتقارب نسبي في قيمتها حيث قدرت في كل من بعد الوصول، الاستخدام، الشفافية والتثقيف المالي تواليا كما يلي: 3.91، 4.34، 4.04، 4.29 والتي تقع بين فئة موافق وموافق تماما بالنسبة للمتوسط الحسابي، وهذا ما يدل على اهتمام مؤسسات النقد الآلي بتحقيق مختلف أبعاد الشمول المالي وبالأخص الاستخدام والذي

يعتبر المقياس الحقيقي لهذا الأخير، أما بالنسبة لقيم الانحراف المعياري فجاءت تواليا كما يلي: 0.63، 0.56، 0.65، 0.65، وهي تدل على عدم وجود تشتت في الإجابات حول مختلف العبارات المشكلة لأبعاد المحور الثاني.

بعدما تم تقديم نتائج الدراسة الكلية للمحور الثاني، سيتم فيما يأتي دراسة كل بعد على حدا وذلك لمعرفة درجة موافقة مفردات عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات المتغير التابع والتي نوجزها فيما يلي:

- **عرض وتحليل نتائج بعد الوصول للخدمات المالي:**

الجدول رقم (45): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول الوصول للخدمات المالية

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه	الترتيب
19	تتجه مؤسستكم لإضافة الوكالات والفضاءات الرقمية بدل الفروع التقليدية	3.87	0.93	موافق	3
20	تلتزم مؤسستكم بتقديم خدماتها الرقمية 24/24 ساعة و7/7 أيام دون انقطاع	4.27	0.92	موافق تماما	1
21	تتيح مؤسستكم تقديم مختلف خدماتها المالية عن بعد	4.20	0.80	موافق تماما	2
22	العدد الحالي لأجهزة الصراف الآلي لمؤسستكم كافي لتغطية احتياجات عملائكم	3.45	1.07	موافق	5
23	عدد التجار /المؤسسات التي قمتم بتزويدها بأجهزة الدفع الإلكتروني في تزايد	3.77	0.90	موافق	4

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (45) نلاحظ أن هناك درجة مرتفعة عموما فيما يتعلق بتحقيق مؤسسات النقد الآلي للمتطلبات الضرورية لتمكين العملاء من الوصول للخدمات التي يقدمونها خاصة فيما يتعلق ما جاء في العبارة (1 و2) والتي تتعلق بتقديم مختلف الخدمات عن بعد وبشكل مستمر أي 24/24، هذا مع الأخذ بعين الاعتبار أن المتوسط الحسابي للعبارات رقم (19 و22 و23) والذي قدر

تواليا ب3.87، 3.45 و3.77 يشير إلى أنه هناك بعض النقائص فيما يتعلق بعدد الفضاءات الرقمية، أجهزة الدفع الإلكتروني وكذا الصراف الآلي.

- **عرض وتحليل نتائج بعد استخدام الخدمات المالية:**

الجدول رقم (46): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول استخدام الخدمات المالية

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه	الترتيب
24	تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية	4.50	0.64	موافق تماما	1
25	عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد	4.46	0.67	موافق تماما	2
26	عدد عمليات التحويلات المالية لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ الصراف الآلي في تزايد	4.19	0.83	موافق	5
27	عدد عمليات الدفع الإلكتروني لعملائكم في تزايد	4.34	0.72	موافق تماما	4
28	إجمالي قيمة المعاملات المالية الرقمية التي تتم عبر مؤسستكم في تزايد	4.21	0.80	موافق تماما	3

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (46) إلى ارتفاع ملحوظ في مستوى استخدام الخدمات المالية لمؤسسات تجمع النقد الآلي حيث أن أغلب الإجابات تقع ضمن نطاق الموافق تماما بمتوسطات حسابية بين 4.19 و4.50، وانحراف معياري بين 0.64 و0.83، وتدل هذه النتائج على أن هناك توجه عام من قبل العملاء لقبول وتبني التعامل بالخدمات المالية الرقمية. ويتجلى هذا التوجه بشكل خاص في المتوسط المرتفع للعبارة رقم (24) "تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية" و(25) "عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد" واللتان تعكسان المرحلة الأولى لتبني الخدمات المالية الرقمية.

- **عرض وتحليل نتائج بعد الشفافية:**

الجدول رقم (47): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول الشفافية

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه	الترتيب
29	تقدم مؤسستكم للعميل نموذج لوصف الخدمة المالية في حالة تعقيدها	3.96	0.76	موافق	2
30	تحرص مؤسستكم على تقديم خدمات لا تحتوي أية بنود أو شروط مخفية	3.96	0.97	موافق	3
31	يعرض موقعكم الإلكتروني الخدمات التي تقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار/المميزات /الشروط)	4.20	0.77	موافق تمام	1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بقراءة الجدول رقم (47) يتضح أن الفقرات (29، 30 و31) والتي تصف التزام مؤسسات النقد الآلي بتحقيق الشفافية في الخدمات التي تقدمها تنحصر بين اتجاه موافق وموافق تماما بمتوسطات حسابية بلغت تواليا: 3.96، 3.96، 4.20، وانحرافات معيارية: 0.76، 0.97، 0.77، وتدل هذه النتائج على حرص مؤسسات النقد الآلي على عرض الخدمات التي يقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار/المميزات /الشروط) عبر الموقع الإلكتروني "العبارة رقم (31)" والتي جاءت في المرتبة الأولى، ثم تقديم نموذج لوصف الخدمة مع شرح مختلف بنودها وتفاصيلها للعميل "العبارتين (29 و30)" والتي كانت في المرتبة الثانية والثالثة أي بدرجة أقل من سابقتها.

- **عرض وتحليل نتائج بعد التثقيف المالي:**

الجدول رقم (48): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول التثقيف المالي

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الاتجاه	الترتيب
32	تحرص مؤسستكم على التثقيف المالي للأفراد من خلال منشوراتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي	4.30	0.74	موافق تماما	2

33	تلتزم مؤسستكم بالمشاركة في الصالونات/ المعارض/ الملتقيات المنظمة وطنيا لفائدة الأفراد والمؤسسات لتعريفهم بالخدمات المالية الرقمية التي تقدمونها	4.45	0.74	موافق تمام	1
34	تنظم مؤسستكم بشكل دوري أيام إعلامية لتوعية الأفراد بأهمية وفوائد الانخراط في المؤسسات المالية الرسمية	4.15	0.89	موافق	3

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بقراءة الجدول رقم (48) يتضح أن الفقرات (32، 33 و34) والتي تصف حرص مؤسسات النقد الآلي على التثقيف المالي للعملاء تقع في نطاق موافق وموافق تماما بمتوسطات حسابية بلغت على التوالي: 4.30، 4.45، 4.15، وانحرافات معيارية: 0.74، 0.74، 0.89، وتشير هذه النتائج إلى التزام مؤسسات النقد الآلي بالتقرب من عملائها وتعريفهم بالمزايا التي توفرها خدماتها، ونلاحظ من خلال العبارة رقم (33)، والتي سجلت أعلى متوسط حسابي (4.45)، وجود توجه واضح من قبل المؤسسات المالية للالتزام بالمشاركة في الصالونات، المعارض والملتقيات المنظمة وطنيا لفائدة الأفراد والمؤسسات لتعريفهم بالخدمات المالية الرقمية التي يقدمونها.

2.4. اختبار فرضيات الدراسة:

بعد دراسة الإحصاءات الوصفية وتحليلها، سنخصص هذا العنصر لاختبار مختلف الفرضيات التي تم صياغتها سابقا وذلك للتأكد من صحتها، حتى نتمكن من تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة وتفسير نتائجها ومناقشتها.

1.2.4. اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة:

للتعرف على معنوية تأثير تطوير الخدمات المالية الرقمية على الشمول المالي في المؤسسات محل الدراسة. تم صياغة كل من الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

H_0 : لا يوجد تأثير إيجابي لتطوير الخدمات المالية الرقمية على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

H_1 : يوجد تأثير إيجابي لتطوير الخدمات المالية الرقمية على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

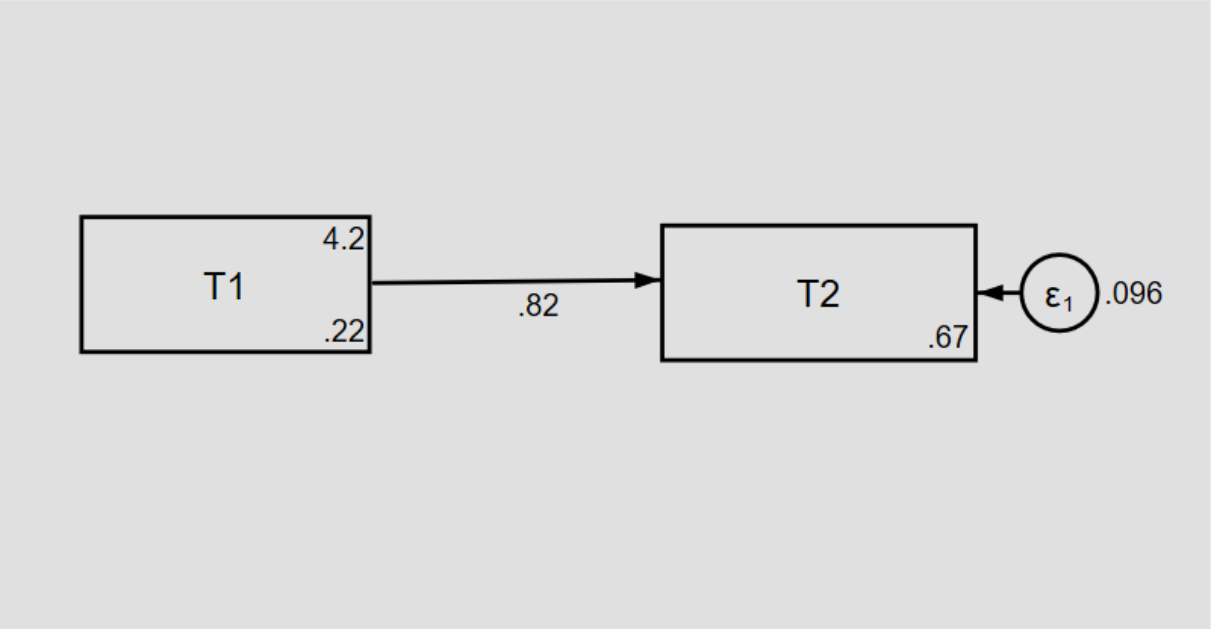
وتم الاعتماد في اختبار هذه الفرضية على نمذجة المعادلة البنائية (SEM) وفيها تم تطبيق أسلوب تحليل المسار (Path Analysis)، باستخدام تقنية "Boostrapping" والتي تسمح بتقدير التوزيع التجريبي

للمعاملات الإحصائية دون الحاجة إلى افتراض التوزيع الطبيعي (Smart PLS, 2025). ويمكن عرض اجراءات هذا الاختبار في النقاط التالي:

- **بناء النموذج الهيكلي:**

تتمثل أول خطوة في هذا الاختبار برسم وتحديد العلاقة بين المتغيرات في البرنامج الإحصائي والتي نعرضها في الشكل التالي:

الشكل رقم (02): نموذج تحليل المسار بين تطوير الخدمات المالية والشمول المالي



المصدر: برنامج Stata17

الشكل أعلاه يوضح النموذج الهيكلي المفترض لاختبار الفرضية الرئيسية، والذي يفترض وجود علاقة تأثير مباشرة من المتغير المستقل T1 (تطوير الخدمات المالية الرقمية) إلى المتغير التابع T2 (الشمول المالي).

- **تقييم جودة ملاءمة النموذج (التفسير والمطابقة):**

قبل الاعتماد على نتائج تحليل المسار واختبار الفرضية، من الضروري التأكد من مدى ملاءمة النموذج الإحصائي المستخدم للبيانات المدروسة. ويتم ذلك من خلال فحص مجموعة من المؤشرات التي تبين مدى كفاءة النموذج في تمثيل العلاقة بين المتغيرات بدون انحرافات كبيرة. وفيما يلي جدول يلخص أبرز مؤشرات جودة ملاءمة النموذج وتفسيراتها الإحصائية:

الجدول رقم (49): مؤشرات جودة النموذج للفرضية الرئيسية

الاسم المختصر للمؤشر	التسمية	الحدود المقبولة للمؤشر	القيمة
R^2	معامل التحديد	تجاوز قيمة 0.6	0.67
RMSEA (Root Mean Squared Error of Approximation)	الجذر التربيعي لمتوسط خطأ الاقتراب	أقل من 0.05	0.000
SRMR (Standardized Root Mean Squared Residual)	مقدار التباين المتبقي الغير مفسر	أقل من 0.08	0.000
CFI (Comparative Fit Index)	مؤشر المطابقة المقارن	أعلى من 0.9	1.000
TLI (Tucker-Lewis Index)	مؤشر توكرلويس	أعلى من 0.9	1.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: آل عواض عسيري. (2021). أثر اختلاف طريقة التقدير وحجم العينة على مؤشرات جودة المطابقة في نموذج تحليل المسار كأحد أنماط النمذجة بالمعادلة البنائية في البحوث النفسية والتربوية. مجلة العلوم التربوية والدراسات النفسية، 7 (18) 108؛ ومخرجات برنامج STATA17.

يعكس الجدول أعلاه تقييما شاملا لمدى ملاءمة نموذج تحليل المسار المستخدم في الدراسة، وتشير القيم إلى أن النموذج يتمتع بمستوى ممتاز من المطابقة للبيانات وقوة التفسير، راجع إلى ما يلي:

- ✓ قوة النموذج التفسيرية: تشير قيمة معامل التحديد (R^2= 0.67) إلى أن النموذج يمتلك قوة تفسيرية جيدة، حيث أن 67% من التغيرات في مستوى الشمول المالي (T2) يمكن تفسيرها من خلال المتغير المستقل (T1)، وتعد هذه النسبة مقبولة جدا في الدراسات الاقتصادية حيث تعتبر القيم بين 0.6 و0.7 دلالة على نموذج ذو كفاءة تفسيرية قوية نسبيا.
- ✓ مؤشر جذر متوسط الخطأ التقريبي "RMSEA" = 0.000: وتدل القيمة المنخفضة لهذا المؤشر على تطابق أفضل، فكلما كانت القيمة قريبة جدا من الصفر دل ذلك على جودة التطابق.
- ✓ مؤشر توكر لويس "CFI" و"TLI" بقيمة 1.000: وتظهر أن النموذج يحقق توافقا مع البيانات ما يعكس دقة بناء النموذج.
- ✓ مؤشر جذر متوسط مربعات البواقي المعياري "SRMR" = 0.000: قيمته منخفضة وهو ما يشير إلى أن القيم المتوقعة من النموذج قريبة جدا من القيم الفعلية في العينة.

- **تقييم معاملات المسار:**

سيتم في هذه المرحلة رفض الفرضية أو قبولها، اعتمادا على أن المسار يكون دالا احصائيا إذا كانت قيمة P أقل من مستوى الدلالة 5%، وقيمة Z تكون أكبر من القيمة الحرجة 1.96، مع الأخذ بالاعتبار

أن قيم معاملات المسار تتراوح بين (1) و(1−) ويكون هناك تأثير عندما تكون القيمة موجبة ويعتبر قويا كلما اقترب القيمة من الواحد. (بوقنس، 2025، صفحة 160) ويمكن عرض ذلك في الجدول التالي:

الجدول رقم (50): اختبار تحليل المسار للفرضية الرئيسية

معامل المسار B	الخطأ المعياري SE	القيمة الحرجة Z	القيمة الاحتمالية P	فاصل الثقة 95%
0.821801	0.0425615	19.30854	4.55e−83	0.905 – 0.734

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج STATA17

اعتمادا على الجدول رقم (50) والشكل رقم (02) أظهرت نتائج تحليل المسار وجود تأثير ايجابي قوي بين المتغير المستقل (T1) والمتغير التابع (T2)، حيث بلغ معامل التأثير قيمة قدرها (B= 0.822) مع خطأ معياري قدره 0.042 ما يعني أن التقدير موثوق ودقيق، وقد كانت قيمة Z الناتجة عن هذا الاختبار 19.31 وهي قيمة تفوق الحد الحرج عند مستوى الدلالة 0.05، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بدرجة عالية بين المتغيرين. كما أن قيمة الاحتمال الإحصائي (P) أقل من 5% وهو ما يعزز قوة النتائج الإحصائية. وبالتالي يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير معنوي لتطوير الخدمات المالية الرقمية على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

2.2.4. اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة:

بعد اجراء الإحصاءات الوصفية وتحليلها حسب كل عبارة، وبعد الاجابة على الفرضية الرئيسية سيتم من خلال هذا العنصر اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة، وذلك بالاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل التحليل أكثر في طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

1) اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

من أجل اختبار الفرضية الفرعية الأولى تم استخدام اختبار "Signed One-Sample Wilcoxon Rank Test" لدراسة مدى تضمين المؤسسات محل الدراسة لأبعاد الشمول المالي في الخدمات التي تقدمها، وذلك لتدعيم نتائج الوسط الحسابي لأن الاعتماد عليه وحده غير كافي باعتباره يتأثر بالقيم الشاذة. حيث تم مقارنة المتوسطات الحسابية مع المتوسط المعياري 3 والذي تم حسابه من خلال المعادلة (1+2+3+4+5/5=3)، وبذلك صغنا كل من الفرضية الصفرية والبديلة على النحو التالي:

H_0 (الفرضية الصفرية): لا تحقق مؤسسات تجمع النقد الآلي أبعاد الشمول المالي ضمن إطار الخدمات التي تقدمها.

H_1 (الفرضية البديلة): تحقق مؤسسات تجمع النقد الآلي أبعاد الشمول المالي ضمن إطار الخدمات التي تقدمها.

ويمكن توضيح مخرجات هذا الاختبار من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (51): نتائج اختبار "ويلكوكسون" لمحور الشمول المالي

الأبعاد	قيمة المعيار = 3	
	قيمة Z	مستوى الدلالة
الوصول	12.097	0.000
الاستخدام	12.850	0.000
الشفافية	12.191	0.000
التثقيف	12.721	0.000
محور الشمول المالي	**12.891**	**0.000**
الوسيط الملاحظ		**4.19**

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (51) نلاحظ أن قيمة Z للمحور مرتفعة جدا حيث تساوي 12.891 مما يشير إلى أن الفارق بين العينة والقيمة المرجعية كبير إحصائيا، كما أن مستوى الدلالة يساوي 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (5%)، وذلك ينطبق بالنسبة لمختلف الأبعاد المشكلة للمحور، لذلك **نرفض الفرضية الصفرية (H0)** لصالح **الفرضية البديلة (H1)**، أي أن مؤسسات تجمع النقد الآلي تحقق أبعاد الشمول المالي ضمن خدماتها بشكل دال إحصائيا.

ويمكن الوصول لنفس النتيجة بمقارنة كل من الوسيط الافتراضي 3 بالوسيط الملاحظ 4.19 حيث أن قيمة هذا الأخير أعلى بشكل ملحوظ من الوسيط الافتراضي.

2) اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

من أجل التعرف على ما إذا كان هناك اختلاف في مستوى الشمول المالي بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر، تم الاعتماد على اختبار مان ويتني "Mann-Whitney" للإجابة على الفرضية التالية:

H_0 : لا يوجد اختلاف في مستوى التوجه نحو تطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر؟

H_1 : يوجد اختلاف في مستوى التوجه نحو تطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر؟

ويمكن توضيح نتائج الاختبار من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (52): اختبار "Mann-Whitney" لمتغير الشمول المالي

Independent-Samples Mann-Whitney U Test Summary	
224	**Total N**
6841,000	**Mann-Whitney U**
14842,000	**Wilcoxon W**
6841,000	**Test Statistic**
480,764	**Standard Error**
1,387	**Standardized Test Statistic**
,165	**Asymptotic Sig.(2-sided test)**

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (52) يتبين أن قيمة Sig هي 0.165 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية **H_0** ونرفض الفرضية البديلة **H_1**، أي أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التوجه نحو تطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر.

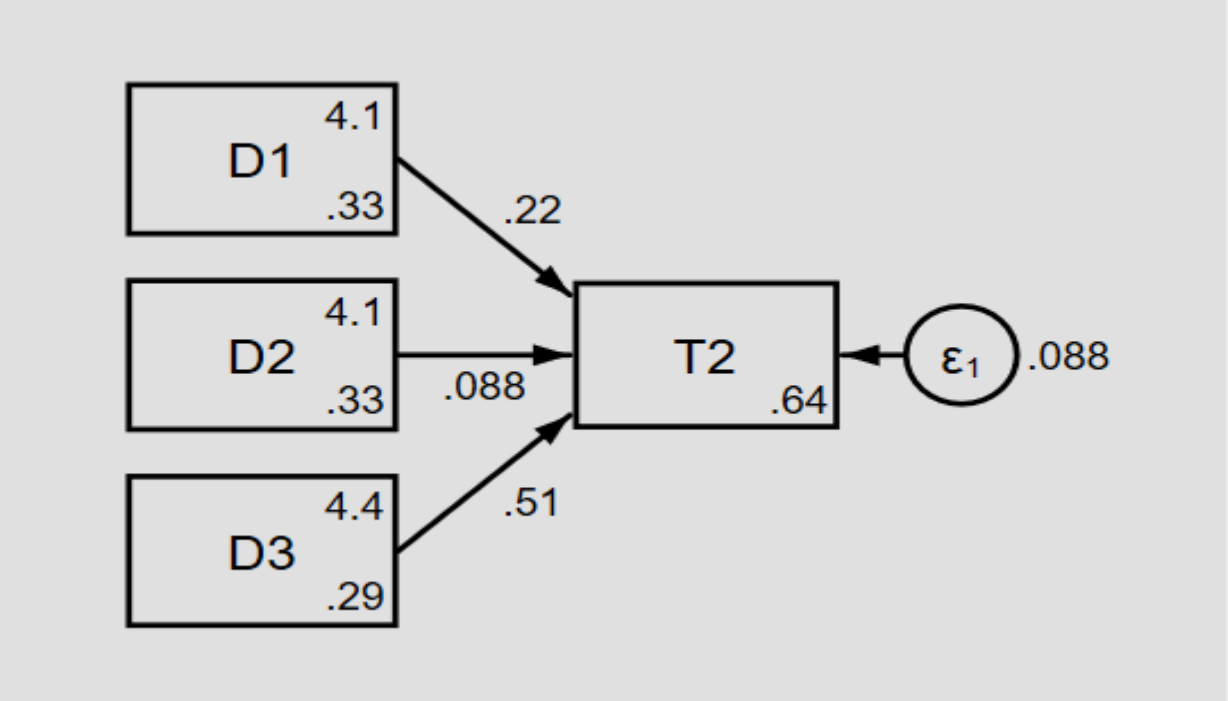
3) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

للتعرف على معنوية التأثير بين أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية (التكاليف وشروط الاستخدام، الابتكار، تجربة المستخدم) على الشمول المالي في المؤسسات محل الدراسة. تم الاعتماد في ذلك على نمذجة المعادلة البنائية (SEM) وفيها تم تطبيق أسلوب تحليل المسار (Path Analysis)، ويمكن عرض اجراءات هذا الاختبار في النقاط التالي:

- **بناء النموذج الهيكلي:**

تتمثل أول خطوة في هذا الاختبار برسم وتحديد العلاقات بين المتغيرات في البرنامج الإحصائي والتي نعرضها في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): نموذج تحليل المسار بين أبعاد تطوير الخدمات المالية والشمول المالي



المصدر: برنامج Stata17

النموذج أعلاه يوضح تأثير الثلاثة متغيرات المستقلة (D1, D2, D3) والتي تمثل تواليا أبعاد التطوير (التعديل، التنويع، تجربة المستخدم) على المتغير التابع T2 (الشمول المالي).

- **تقييم جودة ملاءمة النموذج (التفسير والمطابقة):**

قبل الاعتماد على نتائج تحليل المسار واختبار الفرضية، من الضروري التأكد من مدى ملاءمة النموذج الإحصائي المستخدم للبيانات المدروسة. ويتم ذلك من خلال فحص مجموعة من المؤشرات التي تبين مدى كفاءة النموذج في تمثيل العلاقة بين المتغيرات بدون انحرافات كبيرة. وفيما يلي جدول يلخص أبرز مؤشرات جودة ملاءمة النموذج وتفسيراتها الإحصائية:

الجدول رقم (53): مؤشرات جودة النموذج للفرضية الفرعية الثالثة

الاسم المختصر للمؤشر	التسمية	الحدود المقبولة للمؤشر	القيمة
R^2	معامل التحديد	تجاوز قيمة 0.6	0.64
RMSEA (Root Mean Squared Error of Approximation)	الجذر التربيعي لمتوسط خطأ الاقتراب	أقل من 0.05	0.000

SRMR (Standardized Root Mean Squared Residual)	مقدار التباين المتبقي الغير مفسر	أقل من 0.08	0.000
CFI (Comparative Fit Index)	مؤشر المطابقة المقارن	أعلى من 0.9	1.000
TLI (Tucker-Lewis Index)	مؤشر توكرلويس	أعلى من 0.9	1.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: آل عواض عسيري. (2021). أثر اختلاف طريقة التقدير وحجم العينة على مؤشرات جودة المطابقة في نموذج تحليل المسار كأحد أنماط النمذجة بالمعادلة البنائية في البحوث النفسية والتربوية. مجلة العلوم التربوية والدراسات النفسية، 7 (18) 108؛ ومخرجات برنامج STATA17.

يعكس الجدول أعلاه تقييما شاملا لمدى ملاءمة نموذج تحليل المسار المستخدم في الدراسة، وتشير القيم إلى أن النموذج يتمتع بمستوى ممتاز من المطابقة للبيانات وقوة التفسير، وذلك من خلال ما يلي:

- قوة النموذج التفسيرية: تشير قيمة معامل التحديد (R^2= 0.64) إلى أن النموذج يمتلك قوة تفسيرية جيدة، حيث أن 64% من التغيرات في الشمول المالي (T2) يمكن تفسيرها من خلال المتغيرات المستقلة المدروسة (D1, D2, D3).
- مؤشر جذر متوسط الخطأ التقريبي "RMSEA" = 0.000: وتدل القيمة المنخفضة لهذا المؤشر على تطابق أفضل، فكلما كانت القيمة قريبة جدا من الصفر دل ذلك على جودة التطابق.
- مؤشر توكر لويس "CFI" و"TLI " بقيمة 1.000: وتظهر أن النموذج يحقق توافقا مع البيانات ما يعكس دقة بناء النموذج.
- مؤشر جذر متوسط مربعات البواقي المعياري "SRMR" = 0.000: قيمته منخفضة وهو ما يشير إلى أن القيم المتوقعة من النموذج قريبة جدا من القيم الفعلية في العينة.

- **تقييم نتائج تحليل المسار:**

سيتم في هذه المرحلة رفض أو قبول الفرضيات الجزئية للفرضية الفرعية الثالثة، حيث يمكن التفصيل في ذلك كالآتي:

- **أثر تعديل تكاليف وشروط الخدمات المالية على الشمول المالي (الفرضية الجزئية الأولى):**

H_0 : لا يوجد تأثير إيجابي لتعديل تكاليف وشروط الخدمات المالية الرقمية على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

H_1 : يوجد تأثير إيجابي لتعديل تكاليف وشروط الخدمات المالية الرقمية على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

الجدول التالي يبين نتيجة تقييم معاملات المسار واختبار الفرضية الجزئية الأولى:

الجدول رقم (54): اختبار تحليل المسار للبعد الأول

معامل المسار B	الخطأ المعياري SE	القيمة الحرجة Z	القيمة الاحتمالية P	فاصل الثقة 95%
0.224	0.0468817	4.777233	1.78e-06	0.316 – 0.132

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج STATA17

اعتمادا على الجدول رقم (54) والشكل رقم (03) أظهرت نتائج تحليل المسار وجود تأثير ايجابي متوسط بين تعديل تكاليف وشروط الخدمات (D1) والمتغير التابع (T2)، حيث بلغ معامل التأثير قيمة قدرها (B= 0.244) مع خطأ معياري قدره 0.047 ما يعني أن التقدير موثوق ودقيق، وقد كانت قيمة Z الناتجة عن هذا الاختبار 4.78 وهي قيمة تفوق الحد الحرج عند مستوى الدلالة 0.05، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بدرجة عالية بين المتغيرين. كما أن قيمة الاحتمال الإحصائي (P) أقل من 5% وهو ما يعزز قوة النتائج الإحصائية. وبالتالي نقبل الفرضية البديلة بأن تعديل تكاليف وشروط الخدمات يؤثر بشكل إيجابي على زيادة مستوى الشمول المالي في مؤسسات تجمع النقد الآلي بالجزائر.

- **أثر التنويع والابتكار على الشمول المالي (الفرضية الجزئية الثانية):**

H_0 : لا يوجد تأثير إيجابي للتنويع والابتكار على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

H_1 : يوجد تأثير إيجابي للتنويع والابتكار على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

الجدول التالي يبين نتيجة تقييم معاملات المسار واختبار الفرضية الجزئية الثانية:

الجدول رقم (55): اختبار تحليل المسار للبعد الثاني

معامل المسار B	الخطأ المعياري SE	القيمة الحرجة Z	القيمة الاحتمالية P	فاصل الثقة 95%
0.0879	0.0466919	1.883292	0.0596609	0.179_ (– 0.004)

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج STATA17

اعتمادا على الجدول رقم (55) والشكل رقم (03) أظهرت نتائج تحليل المسار وجود تأثير إيجابي ضعيف بين التنويع والابتكار (D2) والمتغير التابع (T2)، حيث بلغ معامل التأثير قيمة قدرها (=B

0.088) مع خطأ معياري قدره 0.047 ما يعني أن التقدير موثوق ودقيق، وقد كانت قيمة Z الناتجة عن هذا الاختبار 1.88 وهي قيمة أقل من الحد الحرج عند مستوى الدلالة 0.05، ورغم أن العلاقة كانت قريبة من مستوى الدلالة الإحصائية (P = 0.059) إلى أن فاصل الثقة المعياري كان محصور بين (0.004 –) و0.208 أي أنه يحتوي على الصفر، مما يدل على عدم تأكيد وجود تأثير حقيقي عند مستوى الدلالة 5%، وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، مما يعني عدم وجود دليل إحصائي كافي يدعم وجود تأثير حقيقي للتنويع والابتكار على زيادة مستويات الشمول المالي في مؤسسات تجمع النقد الآلي بالجزائر.

- **أثر تحسين تجربة المستخدم على الشمول المالي (الفرضية الجزئية الثالثة):**

H_0 : لا يوجد تأثير لتحسين تجربة المستخدم على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

H_1 : يوجد تأثير إيجابي لتحسين تجربة المستخدم على زيادة مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي.

الجدول التالي يبين نتيجة تقييم معاملات المسار واختبار الفرضية الجزئية الثالثة:

الجدول رقم (56): اختبار تحليل المسار للبعد الثالث

معامل المسار B	الخطأ المعياري SE	القيمة الحرجة Z	القيمة الاحتمالية P	فاصل الثقة 95%
0.5099761	0.0453208	11.25258	2.25e-29	0.598 – 0.421

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج STATA17

اعتمادا على الجدول رقم (56) والشكل رقم (03) أظهرت نتائج تحليل المسار وجود تأثير ايجابي قوي بين تحسين تجربة المستخدم (D3) والمتغير التابع (T2)، حيث بلغ معامل التأثير قيمة قدرها (B= 0.51) مع خطأ معياري قدره 0.045 ما يعني أن التقدير موثوق ودقيق، وقد كانت قيمة Z الناتجة عن هذا الاختبار 11.25 وهي قيمة تفوق الحد الحرج عند مستوى الدلالة 0.05، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بدرجة عالية بين المتغيرين. كما أن قيمة الاحتمال الإحصائي (P) أقل من 5% وهو ما يعزز قوة النتائج الإحصائية. وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة بأن تحسين تجربة المستخدم يؤثر بشكل إيجابي على زيادة مستوى الشمول المالي في مؤسسات تجمع النقد الآلي بالجزائر.

بناءا على نتائج تحليل المسار واختبار الفرضيات الجزئية، **نقبل الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أن أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية تختلف في مدى تأثيرها على الشمول المالي**، وقد تبين أن بعد تجربة المستخدم هو الأكثر تأثيرا، يليه بعد التعديل، في حين كان تأثير التنويع والابتكار ضعيفا جدا.

3.4. مناقشة نتائج فرضيات الدراسة:

من خلال نتائج اختبارات الفروق وتحليل المسار وبمقارنتها مع الدراسات السابقة والإطار النظري الذي تم صياغته، يمكن تفسير فرضيات الدراسة كما يلي:

1.3.4. مناقشة نتائج الفرضية الرئيسية:

جاءت الفرضية الرئيسية للدراسة مرتبطة بالتعرف على دور تطوير مؤسسات تجمع النقد الآلي لخدماتها في تعزيز الشمول المالي، وقد تم صياغتها كالآتي:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لتطوير الخدمات المالية الرقمية على تحسين الشمول المالي في مؤسسات تجمع النقد الآلي في الجزائر.

كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين تطوير الخدمات المالية الرقمية وتحقيق الشمول المالي في الجزائر، حيث أن هذا الأخير يتأثر بشكل إيجابي بتوجه مؤسسات تجمع النقد الآلي لتطوير خدماتها المالية الرقمية، وهذا ما أكده النموذج البنائي لاختبار تحليل المسار الذي تم عبر برنامج "STATA17"، حيث قدر معامل التأثير بين المتغيرين بقيمة 0.822، وهي قيمة مرتفعة جاءت متبوعة بخطأ معياري قليل قدر ب0.04 وقيمة احتمالية أقل من 5% ما يؤكد على الدلالة الإحصائية لهذا التحليل، كما أن النموذج يمتلك قوة تفسيرية جيدة بنسبة 67%. ومنه تم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة. وهذا ما يتوافق مع ما جاء في الأدبيات السابقة التي بينت أن تطوير الخدمات المالية يعد من ركائز تعزيز الشمول المالي. وتعتبر هذه النتيجة مقاربة لما توصلت له دراسة (بن موسى اعمر، 2020) التي توصلت إلى أن اهتمام البنوك التجارية في الجزائر بالتكنولوجيا وتحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري يساهم في زيادة التعامل بخدماتها.

2.3.4. مناقشة نتائج الفرضيات الفرعية:

تعتبر الفرضيات الفرعية امتدادا أو تفصيل أكثر لطبيعة العلاقة بين المتغيرات التي تم طرحها في الفرضية الرئيسية، ويمكن تفسير نتائج هذه الفرضيات في النقاط التالية:

- **مناقشة نتيجة الفرضية الفرعية الأولى:**

تم صياغة الفرضية الفرعية الأولى كما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى: تحقق مؤسسات تجمع النقد الآلي أبعاد الشمول المالي ضمن إطار الخدمات التي تقدمها

من خلال نتائج اختبار ويلكوكسون "Signed Rank Test One-Sample Wilcoxon" لمحور الشمول المالي، قدرت قيمة Z ب 12.891 وهي أعلى من القيمة المرجعية، كما أنها كانت دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 5% حيث قدرت P ب 0.000، هذا وبالإضافة إلى نتيجة المتوسطات الحسابية التي تجاوزت القيمة المرجعية 3 بالنسبة لكل أبعاد الشمول المالي فإنه تم قبول الفرضية الفرعية الأولى. أي أن هناك تطبيق للشمول المالي في كل من بريد الجزائر والبنوك العمومية والخاصة الناشطة في الجزائر، والتطبيق هنا لا نقصد به بالضرورة تحقيق الإدماج المالي لمختلف فئات المجتمع بشكل مثالي أو بنفس مستوى دول أخرى رائدة في هذا المجال، وإنما من خلال نتائج الأبعاد نستنتج أن مؤسسات تجمع النقد الآلي تعمل على تسهيل وصول الأفراد لخدماتها المالية وذلك بتوسيع شبكة الصراف الآلي وأجهزة الدفع الإلكتروني وكذا إنشاء الوكالات الرقمية، وهذا ما يتوافق مع ما تم عرضه في العنصر (1.3.2. مؤشرات الوصول) في فصل واقع الشمول المالي في الجزائر تبع للبيانات التي تم جمعها من التقارير الرسمية، وكذلك بالنسبة لبعد الاستخدام فهناك زيادة فعلية في التعاملات داخل النظام المالي الرسمي وفقا للبيانات التي تم عرضها في العنصر (2.3.2. مؤشرات الاستخدام)، بالنسبة للبعد الثالث (الشفافية) وبعد الاطلاع على المواقع الرسمية لمؤسسات تجمع النقد الآلي تبين أن الشفافية مطبقة أي تتناسب مع نتيجة الاختبار، ولكن هناك بعض النقائص والمتعلق بتقديم تفاصيل أكثر خصوصا حول المعاملات المعقدة كالقروض ونسبة الفوائد مع التفصيل أكثر في تكاليف المعاملات بالبطاقات البنكية وشروطها والتي وجدنا صعوبة في الوصول إلى معلومات حولها، إضافة لذلك فإن بعد التثقيف المالي كذلك محقق ونتيجته تتطابق مع ما تم ملاحظته ميدانيا بزيارة العديد من المعارض المنظمة وطنيا، تنظيم بريد الجزائر والبنوك التجارية لأبواب مفتوحة عبر مختلف شبكاتها، وكذا عبر النشاط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المحاولة باستمرار شرح مختلف خدماتها والمميزات التي تحققها. وهذا ما توصلت له كذلك دراسة (قاجة آمنة، 2020) بأن البنوك في الجزائر تتجه إلى تنمية وتطوير أسواقها عن طريق القيام بحملات ترويجية ومحاولة إيصال الخدمات لأسواق جديدة. وكذلك بالنسبة لدراسة (سيف علي حسين، 2021) وغيرها من الدراسات الكثيرة التي توصلت لوجود دور إيجابي بين الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في تقديم الخدمات المالية وتحسين

مستويات الشمول المالي، مع الإشارة إلى أن هذه الإجراءات تبقى غير كافية مقارنة مع ما عرضناه من تجارب دولية في هذا السياق والتي تقدم برامج تثقيف مالي منظمة وفق استراتيجية وطنية.

- **مناقشة نتيجة الفرضية الفرعية الثانية:**

تم صياغة الفرضية الفرعية الثانية كما يلي:

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد اختلاف في مستوى التوجه نحو تطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر

بالاعتماد على اختبار مان ويتني "Mann-Whitney" وبعد تقسيم اجابات مفردات الدراسة حسب طبيعة البنك (عمومي/خاص) تبين أن قيمة Sig هي 0.165 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1، أي أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التوجه نحو تطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر. ويمكن ارجاع ذلك لكون المؤسسات المالية الناشطة في الجزائر وفي مقدمتها البنوك تتبع تقريبا استراتيجية موحدة باعتبار أنها تخضع لنفس المتغيرات الخارجية (نفس البيئة الاقتصادية والمالية)، وكذا تتعاون فيما بينها لتنشيط هذا القطاع وهذا ما تم الاشارة إليه في العنصر (3.1.2. تنظيم الدفع الإلكتروني في الجزائر)، أي أن حجم الاختلاف في تطوير الخدمات يبقى محدودا ويمكن إرجاع ذلك لغياب منافسة حقيقية في القطاع وذلك حسب النتيجة التي توصلت لها دراسة (دراسة بن موسى اعمر، 2020).

- **مناقشة نتيجة الفرضية الفرعية الثالثة:**

تم صياغة الفرضية الفرعية الثانية كما يلي:

الفرضية الفرعية الثالثة: تؤثر أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية بشكل إيجابي ومتفوات على تحسين مستويات الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة بتجمع النقد الآلي

من أجل اختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى ثلاث فرضيات جزئية حسب كل بعد للمتغير المستقل وقد أظهرت نتائج تحليل المسار أن هناك تفاوت في درجة تأثير أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية (تعديل تكاليف وشروط الخدمات، التنويع والابتكار، تحسين تجربة المستخدم) على الشمول المالي، وسنوضح ذلك في التالي:

- ✓ وجود تأثير ايجابي متوسط بين البعد الأول (تعديل تكاليف وشروط الخدمات) والشمول المالي، حيث بلغ معامل التأثير قيمة قدرها (B= 0.244) مع خطأ معياري قدره 0.047 ما يعني أن التقدير موثوق

ودقيق، وقد كانت قيمة Z الناتجة عن هذا الاختبار 4.78 وهي قيمة تفوق الحد الحرج عند مستوى الدلالة 0.05، مما يؤكد وجود علاقة دلالة إحصائية بدرجة متوسطة بين المتغيرين. كما أن قيمة الاحتمال الإحصائي (P) أقل من 5% وهو ما يعزز قوة النتائج الإحصائية. وبالتالي تم قبول الفرضية الجزئية الأولى. وجاءت قوة تأثير هذا البعد في المرتبة الثانية من حيث درجة الأهمية في هذا النموذج. وتتناسب هذه النتيجة مع ما وصلت له دراسة ((Ali Mahamoud Alrabei, 2022 ودراسة (Svitlana Naumenkova, 2019) التي بينت بأن ارتفاع تكاليف الخدمات من أبرز الاسباب التي تحول دون تحقيق الإدماج المالي للأفراد.

- ✓ وجود تأثير إيجابي ضعيف جدا بين التنويع والابتكار والشمول المالي، حيث بلغ معامل التأثير قيمة قدرها (B= 0.088)، فيما كانت قيمة Z الناتجة عن هذا الاختبار 1.88 وهي قيمة أقل من الحد الحرج عند مستوى الدلالة 0.05، كما أن الاحتمال الاحصائي (P = 0.059) أكبر من 0.05، وهذا ما يدل على عدم وجود دليل احصائي كافي يدعم وجود تأثير بين البعد الثاني والشمول المالي، ومنه تم رفض الفرضية الجزئية الثانية التي تنص على أنه: "يوجد تأثير إيجابي للابتكار والتنويع على تحسين الشمول المالي في مؤسسات تجمع النقد الآلي". ويمكن ارجاع هذه النتيجة لكون مجال الابتكار بالنسبة للبنوك يعتبر محدود نسبيا، حيث من خلال ما تم عرضه في قسم التجارب الدولية فإن شركات التكنولوجيا المالية ربما يكون لها تأثير أكبر في هذا السياق كونها تقدم حلولا مالية مبتكرة وتتجاوز النشاط التقليدي للبنوك، ومن جهة أخرى يمكن الإشارة هنا لنتيجة دراسة (رشيد نعيمي، 2023) التي أكدت على قلة إقبال العملاء على المنتجات الجديدة والمتوافقة مع الشريعة الإسلامية تبعا لشكوكهم بخصوص مصداقيتها. ويمكن القول عموما أن الشمول المالي في الجزائر يتأثر أكثر في المرحلة الحالية بجانب تكاليف وشروط الخدمات وكذا تفاعل المستخدم مع الخدمات الرقمية أكثر من التأثير الناتج عن إضافة خدمات جديدة خاصة وأن التحول الرقمي في الجزائر لا يزال في بدايته كما أن بعض الخدمات لا تتوافق وتتطلعات العملاء وقدراتهم المالية.
- ✓ وجود تأثير ايجابي قوي بين تحسين تجربة المستخدم والشمول المالي، حيث بلغ معامل التأثير قيمة قدرها (B= 0.51) مع خطأ معياري قدره 0.045 ما يعني أن التقدير موثوق ودقيق، وقد كانت قيمة Z الناتجة عن هذا الاختبار 11.25 وهي قيمة تفوق الحد الحرج عند مستوى الدلالة 0.05، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بدرجة عالية بين المتغيرين. كما أن قيمة الاحتمال الإحصائي (P) أقل من 5% وهو ما يعزز قوة النتائج الإحصائية. وبالتالي تم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة

بأن تحسين تجربة المستخدم يؤثر بشكل إيجابي على زيادة مستوى الشمول المالي في مؤسسات تجمع النقد الآلي بالجزائر. ويمكن ارجاع أهمية هذا البعد في تعزيز الشمول المالي مقارنة بغيره لأنه وكما عرضنا في الإطار النظري فإن تجربة المستخدم تمثل أساس تبني العملاء للخدمات المالية الرقمية كونها تحدد مدى رضاه لأنه لا يوجد مقدم للخدمة في هذه الحالة بل تتم بشكل ذاتي، فمثلا من خلال الملاحظة الميدانية واجه العديد من مستخدمي تطبيق بريدي موب العديد من المشاكل التقنية المتعلق بتوقف هذا الأخير خلال فترات معينة، وهذا ما يمكن أن يحد من تنفيذ تعاملاتهم المالية عن بعد. وهذا يتوافق مع ما توصلت له دراسة (بن صالح ماجدة، 2021) بأن تعقيد إجراءات الخدمات الذاتية أو أجهزة السحب والدفع الآلية تجعل العملاء يتجنبون اللجوء إليها.

خلاصة:

تم من خلال هذا الفصل عرض وتفسير نتائج الدراسة الميدانية، وذلك بتحليل محاور الاستبيان باحتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة ولكل بعد، بهدف التعرف على اتجاهات إجابات أفراد العينة، وقد مكن هذا التحليل الوصفي من تكوين صورة أولية حول مستوى تطوير الخدمات المالية والشمول المالي في المؤسسات المنخرطة في تجمع النقد الآلي في الجزائر. ولاختبار فرضيات الدراسة قمنا بالاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية والتي من أبرزها تحليل المسار، حيث أظهرت النتائج دلالة إحصائية قوية وموجبة بين تطوير الخدمات المالية الرقمية وتحسين مستوى الشمول المالي في الجزائر مع تسجيل تباين في درجة التأثير حسب كل بعد من أبعاد التطوير (تعديل الشروط والخدمات، التنويع والابتكار، تجربة المستخدم)، كما تبين أن مؤسسات تجمع النقد الآلي تحقق أبعاد الشمول المالي المتمثلة في الوصول، الاستخدام، الشفافية والتثقيف المالي ضمن الخدمات التي تقدمها، كما استخلصنا أنه لا يوجد اختلاف في مستوى التوجه لتطوير الخدمات المالية الرقمية بين البنوك العمومية والخاصة الناشطة في الجزائر.

خاتمة:

خاتمة عامة:

في ظل سعي بنك الجزائر لتحقيق الشمول المالي، ومع التحولات التي يشهدها القطاع المالي نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع، تناولت هذه الدراسة موضوع تطوير الخدمات المالية الرقيمة ودوره في تحسين مستوى الشمول المالي في الجزائر، وذلك انطلاقا من أن تطوير المؤسسات المالية لخدماتها عبر تعديل تكاليف وشروط الاستفادة منها، التنويع والابتكار في الخدمات المقدمة وتحسين تجربة المستخدم يعتبر من الركائز الأساسية التي يمكن اعتمادها لتوجيه ودفع العملاء للاندماج في النظام المالي الرسمي، وذلك باعتبار أن عملية التطوير هذه ستساعد على تجاوز معيقات الوصول والاستخدام. وللإجابة على الإشكالية المطروحة فقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة لأربعة فصول، أين عرفنا في الفصل الأول بمتغيرات الدراسة وحاولنا الإحاطة بمختلف المفاهيم النظرية التي تشملها، ثم وضحنا في الفصل الثاني واقع الشمول المالي في الجزائر بالتطرق لمؤشراته، فيما خصصنا كل من الفصل الثالث والرابع للدراسة الميدانية التي شملت المؤسسات المنخرطة في تجمع النقد الآلي (بريد الجزائر والبنوك التجارية)، وذلك بتوزيع استبيان وتحليل نتائجه لتفسير طبيعة العلاقة بين المتغيرات.

1) نتائج الدراسة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى عدة نتائج يمكننا عرضها وفقا لما يلي:

- **نتائج الإطار النظري:**

✓ إن الشمول المالي يستهدف أساسا إدماج الفئات المهمشة أي بعبارة أخرى الأفراد الذين لا يستوفون شروط الاستفادة من الخدمات المالية الرسمية، ومن جانب آخر الفئات التي اختارت طواعية عدم استخدامها نظرا لعدم استجابتها لاحتياجاتهم وتوقعاتهم من ناحية التكاليف والمواصفات.

✓ الشمول المالي يتعدى مفهوم القدرة على الوصول للخدمات المالية، أو امتلاك العميل لحساب في مؤسسة مالية رسمية، وإنما يتعدى ذلك إلى التساؤل هل العميل ينجز كافة تعاملاته المالية عبر هذه المؤسسة، أي هل المؤسسة توفر له مختلف الحلول التي تتناسب مع احتياجاته وتوقعاته وبالجودة المناسبة، بالإضافة إلى تثقيفه ماليا وتوعيته بالفوائد التي يمكن تحقيقها بواسطتها.

✓ من أهم أهداف الشمول المالي تعزيز المنافسة بين المؤسسات المالية مما يتيح المزيد من الخيارات للعملاء ويقلل من تكلفة المنتجات والخدمات المالية المقدمة.

- ✓ تتمثل ركائز تحقيق الشمول المالي في: دعم البنية التحتية، حماية المستهلك، تطوير الخدمات والتثقيف المالي.
- ✓ إن تحقيق الشمول المالي اعتمادا على التحول الرقمي سيمكن من تقليل النقد المتداول، وهذا ما سيسمح بتحقيق رقابة جبائية أكثر فعالية.
- ✓ تتمثل أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية في: تعديل تكاليف وشروط الخدمات (متطلبات الحصول على الخدمة)، التنويع والابتكار في الخدمات (محتوى الخدمة) وتحسين تجربة المستخدم (تفاعل العميل مع الخدمة).

- **نتائج تحليل الوثائق:**

- ✓ عدد الاشتراكات في الانترنت والتعاملات المالية عبرها في الجزائر في زيادة خلال الفترة بين 2019 و2023.
- ✓ القوانين واللوائح التنظيمية في الجزائر واكبت التطورات الحاصلة في القطاع المالي من أجل إدماج الأفراد وذلك من خلال سن بعض القوانين واللوائح التنظيمية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، الصيرفة الإسلامية، الشفافية في المعاملات، نشر وسائل الدفع الإلكتروني، توجيه المؤسسات المالية لجذب المدخرات وغيرها. مع ملاحظة أنها كذلك لم تتطرق إلى العديد من الجوانب التي من شأنها تعزيز الشمول المالي كتحرير التعامل بالعملة الصعبة وتقديم امتيازات جبائية للتعاملات الرقمية.
- ✓ عدد شركات التكنولوجيا المالي ونشاطها في الجزائر جد محدود، ومقارنة مع دول أخرى كالمملكة العربية السعودية فإنه من المهم الاستثمار أكثر في هذا المجال نظرا للحلول المالية المبتكرة التي تقدمها سواءا كخدمات داعمة لنشاط البنوك أو كمنافس لها.
- ✓ هناك ثبات في عدد البنوك والمؤسسات المالية الناشطة في الجزائر خلال الفترة من 2018 إلى 2022، مع الإشارة إلى أن شبكة هذه المؤسسات في تزايد خلال نفس الفترة، حيث عرفت زيادة بما يقارب 100 وكالة بالنسبة للبنوك و300 وكالة بالنسبة لمراكز الصكوك البريدية.
- ✓ يميل أغلبية الأفراد والمؤسسات في الجزائر لإجراء تعاملاتهم المالية عبر مؤسسة بريد الجزائر، حيث تستحوذ هذه الأخيرة تقريبا على ثلثي الحسابات المالية المفتوحة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن انتشارها الجغرافي من حيث الوكالات والمديريات كذلك يتجاوز شبكة وكالات البنوك.

- ✓ البنوك العمومية في الجزائر عددها قليل مقارنة مع البنوك الخاصة، لكن هذه الأخيرة نشاطها وعدد عملائها جد محدود، وحتى بالنسبة لانتشارها الجغرافي.
- ✓ زيادة عدد الحسابات المصرفية النشطة المقيدة بالدينار من 11.28 مليون إلى 12.02 مليون خلال الفترة بين 2019 و2022. بينما تطور عدد الحسابات المالية على مستوى مؤسسة بريد الجزائر من 22.63 مليون حساب في 2019 إلى 28.34 مليون حساب في 2023.
- ✓ أظهرت بيانات البنك الدولي أن نسبة ملكية الحسابات المالية بالنسبة للأفراد البالغين في مؤسسات رسمية في الجزائر بلغت سنة 2021 ما يقارب 44.1%، وهي نسبة متوسطة عموما. مع ملاحظة أن هناك فجوة جندرية حيث أن النسبة بلغت عند الرجال 56.83% و31,19% للنساء.
- ✓ زيادة عدد البطاقات الذهبية في الجزائر بما يفوق الضعف، من 5.6 مليون بطاقة خلال سنة 2019 إلى 12.50 مليون بطاقة مع نهاية سنة 2023.
- ✓ تطور المعاملات باستخدام البطاقة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة بين 2020 و2022 والمتعلقة أساسا بالسحب عبر الصراف الآلي والدفع الإلكتروني.
- ✓ زيادة عدد أجهزة الصراف الآلي والدفع الإلكتروني في الجزائر توالیا من 1370 و5049 جهاز سنة 2016 إلى 3848 و53191 جهاز سنة 2023، وقد تناسب ذلك مع زيادة كل من عدد وحجم المعاملات التي تمت عبرها خلال نفس الفترة.
- ✓ عدد المعاملات عبر الانترنت زاد من 7366 معاملة سنة 2016 إلى ما يقارب 15 ألف معاملة سنة 2023.
- ✓ تبين من خلال تجربة كل من الهند والأردن أن تعزيز الشمول المالي ليس نتيجة للمصادفة أو إجراءات عشوائية وإنما هو نتيجة لاستراتيجية وطنية يتم صياغتها من قبل العديد من الهيئات الفاعلة في المجال وتسهر على تطبيقها هيئة مخصصة لذلك وفق أهداف وخطة محددة مسبقا.
- ✓ حسب تجربة الإمارات العربية المتحدة فإنه من الضروري اتباع رقمنة الخدمات المالية برقمنة الهوية، وذلك لمنح كل من العميل والمؤسسات المالية مرونة أكثر في معاملاتهم، بعيدا عن إلزامية التنقل والمعاملات الورقية.

- **نتائج اختبار الفرضيات:**

- ✓ يعد تطوير الخدمات المالية الرقمية عاملا أساسيا في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، فقد دلت نتائج تحليل المسار على وجود تأثير إيجابي قوي وذو دلالة إحصائية بين تطوير مؤسسات تجمع النقد الآلي لخدماتها المالية الرقمية وزيادة مستويات الشمول المالي.
- ✓ تحرص مؤسسات تجمع النقد الآلي على تحقيق أبعاد الشمول المالي ضمن الخدمات التي تقدمها، وذلك بعملها على تسهيل وصول العملاء لخدماتها من خلال زيادة عدد أجهزة الصراف الآلي والدفع الإلكتروني مع تقديم مختلف الخدمات عن بعد وضمان استمراريتها، كما أن عدد وحجم التعاملات التي ينجزها عملاؤها في تزايد، بالإضافة إلى أنها تلتزم بشرح مختلف البنود المتعلقة بخدماتها والمنافع التي تترتب عليها.
- ✓ هناك تقارب في استراتيجية التوجه الرقمي بالنسبة للبنوك العمومية والخاصة في الجزائر، حيث أنه لا يوجد اختلاف في مستوى توجهها لتطوير خدماتها الرقمية، وذلك يرجع أساسا لدرجة التنسيق العالية بين هذه البنوك وكذا المتغيرات الخارجية التي تحكم هذا النوع من النشاط في الجزائر (الإطار التشريعي، الحرية المالية، التكنولوجيا المالية).
- ✓ تؤثر أبعاد تطوير الخدمات المالية الرقمية بشكل متفاوت على مستوى الشمول المالي في المؤسسات المنخرطة في تجمع النقد الآلي، حيث يؤثر تحسين تجربة المستخدم بشكل قوي وإيجابي، بينما تأثير تعديل تكاليف وشروط الخدمات جاء إيجابي ومتوسط، في حين تأثير التنويع والابتكار كان ضعيفا جدا.

2) مقترحات الدراسة:

من خلال النتائج السابقة يمكن تقديم مجموعة من المقترحات والمتمثلة في:

- ضرورة نقل تبني الشمول المالي في الجزائر من مجرد تعليمات ولوائح تنظيمية صادرة من البنك المركزي للبنوك التجارية إلى صياغة استراتيجية وطنية وتشكيل لجنة تشرف على تطبيقها حتى نتمكن لاحقا من تقييم نتائج هذا التوجه ومدى نجاح السياسات المتبعة وتجاوز العقبات التي تحول دون رفع مؤشراته.
- أهمية تفعيل مخبر التكنولوجيا المالية في الجزائر حتى يمارس مهامه بالشكل المطلوب مقارنة بدول أخرى مثل المملكة السعودية، وذلك لرفع عدد مؤسسات التكنولوجيا المالية لتغطية احتياجات العملاء وخلق منافسة في القطاع.

- العمل على تحرير التعاملات بالعملة الأجنبية وإنشاء مكاتب الصرف، لأنها وسيلة لجذب المزيد من الأموال للنظام المالي الرسمي، وكذا ستمنح خيارات أكثر للعملاء فيما يتعلق بتعاملاتهم. كما ستمكن المؤسسات المالية من تنويع خدماتها.
- ضرورة تركيز المؤسسات المالية على تطوير خدماتها بشكل مستمر حتى تضمن مواكبة التحولات الرقمية المتسارعة والتغير في تطلعات العملاء.
- من المهم تأطير برامج التثقيف المالي وتوجيهها بشكل أكثر تنظيما، وذلك بإدماجها في البرامج الدراسية في الجامعات والمؤسسات التعليمية، وكذا يمكن إنشاء مؤسسات تتكفل بتحقيق هذا الهدف، لأن قيام البنوك بتنظيم أيام مفتوحة، المشاركة في المعارض وتنظيم حملات تحسيسية يعد تأثيره محدودا من حيث عدد الأفراد المستفيدين وحجم المعلومات المقدمة لهم.
- ضرورة تحسين المؤسسات المالية لتجربة المستخدم، وذلك لتجاوز العقبات التقنية التي تحول دون استخدام العملاء لخدماتها، مثل: توقف التطبيق الإلكتروني خلال فترات معينة أو خروج أجهزة الصراف الآلي عن الخدمة وذلك ما تم ملاحظته ميدانيا من قبل الباحث.
- إن التوجه نحو الرقمنة يقتضي إرفاقه بخلق بنية تحتية تكنولوجية تتناسب مع هذا الهدف وتتجاوز المعاملات الورقية البيروقراطية، ومن أولويات ذلك ضرورة اعتماد الهوية الرقمية في المعاملات المالية.
- إن إضافة خدمات جديدة وتنويع الحلول المتاحة للعملاء لن يمكن وحده من جذبهم للتعامل مع المؤسسات المالية، بل يجب أيضا التركيز على تعديل شروط وتكاليف هذه الخدمات لتتناسب مع امكانات وتطلعات العملاء وخاصة بالنسبة للفئات المهمشة أو ذوي الدخل المحدود.
- إن تطوير الخدمات المالية لا يرتبط بالضرورة بإجراء دراسات سوق أو القيام بأنشطة البحث والتطوير داخل المؤسسة، وإنما يمكن تحقيق ذلك بنسخ الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية في دول أخرى رائدة في المجال، خاصة وأن هذا النوع من المعاملات أصبح يتجاوز الحدود داخل الدولة الواحدة.
- تقييم امكانية تحويل بريد الجزائر لبنك كونه يتوفر على عدد حسابات مالية ومعاملات يفوق مختلف البنوك الناشطة في الجزائر مجتمعة.

3) آفاق الدراسة:

بما أن الدراسة لم تغطي جميع جوانب الموضوع نظرا لكون التطوير في الخدمات المالية يتأثر بالعديد من العوامل ولا ينحصر في نشاط المؤسسات المالية فقط، إلى أنها قد فتحت المجال للبحث مستقبلا في عدة جزئيات تترابط مع ما تم طرحه، ونذكر منها:

- أثر الثقافة المالية الرقمية على تحسين مستويات الشمول المالي في الجزائر: دراسة حالة عينة من العملاء.
- المعوقات التنظيمية والتقنية للتحول الرقمي في البنوك الجزائرية.
- التحول الرقمي في القطاع المالي: دراسة مقارنة بين الجزائر والمملكة العربية السعودية.
- الآفاق المحتملة لإنشاء مكاتب الصرف كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر.

قائمة المراجع:

- **قائمة المراجع:**

bank of Algeria. (2022, 08 02). *Note aux banques.* Récupéré sur https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/nb2018/note022018.pdf

Global partnership for Financial inclusion. (2023, 11 03). *G20 Financial inclusion indicators.* Retrieved from https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/G20

البنك المركزي المصري. (30 08, 2024). *مشاريع الشمول المالي*. تم الاسترداد من https://www.cbe.org.eg/ar/financial-inclusion/projects/haya-karima

البنك المركزي المصري. (02 09, 2024). *مشاريع الشمول المالي*. تم الاسترداد من https://www.cbe.org.eg/ar/financial-inclusion/projects/digitization-of-micro-enterprises-and-associations

المعهد المصرفي المصري. (2019). *الشمول المالي*. سلسلة مفاهيم مالية، العدد السابع والعشرون.

بنك الجزائر. (02 08, 2022). مذكرة *تنظيمية رقم 03-2018*. تم الاسترداد من https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/nb2018/note032018.pdf

بنك الجزائر. (28 04, 2024). *الصيرفة الإسلامية، الاطار التنظيمي والتشريعي*. تم الاسترداد من https://www.bank-of-algeria.dz/wp-content/uploads/2023/02/02-2020.pdf

حكومة الامارات العربية المتحدة. (20 12, 2024). *مرسوم بقانون اتحادي بشأن المنصة الرقمية "اعرف عميلك"* . تم الاسترداد من https://uaelegislation.gov.ae/ar/legislations/2711

AFI core set of financial inclusion indicators. (2013, 01 14). *Alliance for financial inclusion policy model.* Retrieved from https://www.afi-global.org/sites/default/files/publications/2019-12/AFI_PM_Core%20Set_FINAL_digital.pdf

Agence de l'inclusion financière de Cote D'ivoire. (2019, 06). *Stratégie nationale d'inclusion financière 2019-2024.* Retrieved from https://apif.finances.gouv.ci/images/app/publications/17/livre-snif.pdf

Al Rifai, M. (2025). The role of financial technology in enhancing financial inclusion: a regulatory persperctive on current industry trends. *Corporate and business strategy review, Volume 6, Issue 1*.

Alfred, H., & JANSEN, S. (2010). *Financial Inclusion and financial stability : current policy issues.* Tokyo: Asian Developement Bank Institute (ABDI) Working paper, N°259.

Alrabei, A. m. (2022). The impact of mobile Payment on the financial Inclusion rates. *An international Journal of Information Science Letters, Vol : 11, No. 4*, p1033-1044.

Amnas, M. B. (2024). FinTech and Financial Inclusion: Exploring the mediating role of digital financial literacy and moderating influence of perceived regulatory support. *Journal of risk and financial management 17: 108*.

and, C.-Y. P., & Rogelio , V. (Martch 2018). *Financial inclusion : new mesurement and cross-country impact assessment,.* Economics working paper series, N° 539: Asian deelopment bank.

Anupama, S., & Sumia , K. (march 2013). An analytical study : relevance of financial inclusion for developing nations. *International Journal of engineering and sience, vol 2, issue 6*.

bank of Algeria. (2022, 08 02). *Note aux banques, bank of Algeria.* Retrieved from https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/nb2018/note012018.pdf

Bnpparibas. (2024, 11 27). Récupéré sur https://www.bnpparibas.dz/nous-connaitre/

CENFRI. (2022). *تقرير حالة أنظمة الدفع الفوري الشاملة في افريقيا*. أعد هذا التقرير من خلال شراكة تضم: "AfricaNenda" ومجموعة البنك الدولي واللجنة الاقتصادية لأفريقيا التابعة للأمم المتحدة (UNECA)، وأجري البحث بواسطة وكالة سينفري (Cenfri).

Central Bank of Jordan. (2018). *Financial Inclusion Indicators, The National Inclusion Strategy 2018-2020.* Central Bank of Jordan with support from: Deutche Gesellschaft fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

CGAP. (2023, 01 19). Retrieved from Consultative Group to Assist the Poor: http://www.cgap.org/financial-inclusion

CGAP. (October 2011). *Global Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor : Toword proportionate standars and Guidance,.* A White Paper prepared by CGAP on Behalf of the G-20's Global Partnership for Financial Inclusion.

Chargily. (05 05, 2024). *شركة شارجيلي*. تم الاسترداد من https://chargily.com/ar/about

Chriky. (05 05, 2024). Comment ça marche - Chriky site de crowdfunding en Algérie تم الاسترداد من

d'Algérie, B. e. (2024, 11 27). *Rapport d'actiitè annuel, exercice 2022.* Récupéré sur https://www.bea.dz/pdf/Rapport_2022.pdf

Dasgupta, R. (2009). Tow Approaches to financial inclusion, Vol. 44, No. 26/27. *Economic and Political Weekly*, 41-44.

educatiefinanciara. (2025, 04 08). *Financial education in Romania.* Retrieved from https://www.educatiefinanciara.info/educatia-financiara-in-romania/

EduTime. (2025, 03 16). *Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF).* Retrieved from https://edutime.ro/

Emagia. (05 04, 2025). *التحويل الإلكتروني للأموال في الخدمات المصرفية*. تم الاسترداد من Emagia: /https://www.emagia.com/ar/resources/glossary/electronic-fund-transfer-in-banking

Falaiye, T. (2024). Financial Inclusion Through technology : A review of trends in emerging market. *international journal of management and entrepreneurship research, Volume 6, Issue 2*.

Financial education in romania. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من

FINLAB. (03 05, 2024). تم الاسترداد من https://www.algerie-eco.com/2021/09/30/la-cosob-lance-le-premier-finlab-en-algerie/

Fransabank. (2024, 11 27). Récupéré sur https://www.fransabank.dz/ar/%D9%81%D8%B1%D9%86%D8%B3%D8%A8%D9%86%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1/

Gatnar, E. (2013). , Financial Inclusion Indicators In Poland. *Acta universitatis lodziensis folia economica 286*.

Gavriluk, V. (2023, 12 05). *How to Improve Digital Banking User Experience.* Retrieved from How to Improve Digital Banking User Experience (arounda.agency)

Handriana, T. (2016). The role of relationship marketing in small and medium entreprises (SMEs) . *Jurnal Pengurusan, 48*, 137-148.

Irving Fisher Committee. (January 2015). *Financial inclusion indicators.* Irving Fisher Committee on Central Bank Statistics, Bulletin No 38.

Lamaa. (08 09, 2024). تم الاسترداد من https://lamaa.sa/ar/

Mhlanga, D. (2022). *Digital financial inclusion : Revisiting poverty theories in the context of the fourth industrial revolution.* Swizeland: Palgrave studies in impact finance, Springer nature.

Monye, O. (2022). *Digital financial inclusion and regulation.* Routledge studies in developement economics, Taylor and francis.

Naumenkova, S. (2019). Digital Financial Inclusion : Evidence from Ukraine. *journal of Investment Management and Financial innovations, 16 (3)*, 194-205.

Nguen, T. T. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam : applying UTAUT2 MODEL. *Journal of Asian Economic and Financial Review, vol : 10, No. 6*, 680-697.

NINVESTI. (2024, 05 05). Récupéré sur - Yinvesti

Noelia, C., & David , T. (September 2014). *Measuring Financial Inclusion : A Multidimensional Index.* Madrid: BBVA Research, Working Paper, N° 14/26.

Nwosu, N. T. (2024). Behavioral finance and financial inclusion: A conceptual review and framework development. *World Journal of Advanced Research and Reviews 22(03)*.

OECD/INFE. (2013). *Financial literacy and inclusion : results of OECD/INFE survey across counries and by gender.* financial literacy and education Russia Trust Fund.

Oracle Modern Data. (24 11, 2024). *زيادة الربحية في الخدمات المالية من خلال الكفاءة التشغيلية القائمة على البيانات*. تم الاسترداد من https://www.oracle.com/ae-ar/data-platform/

paysera. (2025, 04 05). *كيفية استخدام ميزة رمز الاستجابة السريعة (QR) في Paysera للدفعات*. Retrieved from https://www.paysera.com/v2/ar/blog/dufuaat-ramaz-el-qr

QuickLegal. (2025, 03 26). *Financial education in romania.* Retrieved from https://quicklegal.ro/en/financial-education-in-romania-building-a-knowledgeable-

Rana, N., & Luthra, S. (2020). Key challenges to digital financial services in emerging economies : the Indian context. *Information Technology and people. 33 (1)*, 198-229.

Reserve bank of India. (2020, 01 10). *national strategy for financial inclusion 2019-2024.* Retrieved from https://rbidocs.rbi.org.in/rdocs//PublicationReport/Pdfs/NSFIREPORT100119FF91DAA6B73B497A923CC11E0811776D.PDF

Sarma, M. (2008). *Index of financial inclusion.* New Delhi: Indian Council for research on international economic relations (ICRIER), Working paper, N°215.

Sharmista, A., & Minita, V. (June 20, 2019). *Digital ID – a critical enabler for financial inclusion.* World bank blogs.

Smart PLS. (2025, 05 22). *Path Analysis and PROCESS Bootstrapping.* Retrieved from https://www.smartpls.com/documentation/algorithms-and-techniques/path-analysis-and-process-bootstrapping

Societé Generale. (2024, 11 27). Récupéré sur https://particuliers.societegenerale.dz/fr/nous-connaitre/presentation-societe-generale-algerie/

The global Financial Index. (2011). *Asli Demirguc-Kunt and Leora Klapper, Measuring Financial Inclusion, , 2011.* The global Financial Index, Bill & Melinda Gates Fondation, the world Bank.

The Romanian Association of Banks. (2025, 03 14). *financial education.* Retrieved from https://www.educatiefinanciara.info/project-list/educatie-financiara/

TRUST BANK. (2024, 11 27). Récupéré sur https://www.trustbank.dz/index.php/2015-04-11-19-56-06/notre-reseau#

Tuesta, D. (January 2015). *Financial inclusion and its determinants : the case of Argentina.* Madrid: Working paper n° 15/03, BBVA Research.

UbexPay. (05 05, 2024). تم الاسترداد من معلومات عنا - مؤسسة ناشئة للدفع الإلكتروني (ubexpay.com)

ابتسام علي حسين. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات المالية في تعزيز الشمول المالي في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة استطلاعية في مصرف النهرين الاسلامي. *مجلة الإدارة والاقتصاد لجامعة المستنصرية، العدد 124*، 45-61.

إبراهيم عواد المشاقبة. (2013). *أثر الخصخصة على إدارة تطوير المنتجات*. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

اتحاد المصارف العربية. (21 07, 2023). *تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية*. تم الاسترداد من https://uabonline.org/ar/

اتحاد المصارف العربية. (21 07, 2023). *تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية*. تم الاسترداد من https://uabonline.org/ar/

احمد بلقاسم المختار التواتي. (2013). تأثير خصائص الخدمة المقدمة على إقبال العملاء على قنوات الصيرفة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية. *مجلةجامعة المرقب للعلوم الاقتصادية والسياسية، العدد الثاني*، 3-43.

أحمد طاهر كاظم العنبكي. (2021). أ، دور المصارف الشاملة في تحقيق الشمول المالي. *مجلة وارث العلمية، المجلد الثالث*، عدد *خاص للمؤتمر العلمي الأول، أكاديمية الوارث العلمية، بالتعاون مع كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة وارث الأنبياء*، 151-160.

أحمد عبد الله عايد البلوي. (2022). التكامل بين التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي كطريقتين للتحقق من البنية العاملية لمقياس جودة الحياة المختصر لمنظمة الصحة العالمية، ، 2022، ص06. *المجلة العلمية لكلية التربية بجامعة اسيوط، المجلد 38، العدد 07*، 2-30.

أحمد محمود محمد النقيرة. (2019). دور الشمول المالي في تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية بمنطقة وسط الدلتا. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة بعين الشمس، المجلد 49، العدد 02*، 429-502.

أسماء أحمد عزيز أحمد. (2022). أثر العمق المالي في تعزيز الشمول المالي في بعض البلدان العربية. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 18، العدد 57*، 380-400.

أسماء مبارك إبراهيم بكري. (2022). دور تطبيق التجول الرقمي في ترشيد تكاليف الخدمات المصرفية في البنوك التجارية المصرية. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية بجامعة مدينة السادات، المجلد 13، العدد 02*، 471-499.

آسيا بوقنس. (2025). *أثر عناصر المزيج الترويجي الإلكتروني الفندقي على سلوك الزبون: دراسة إستقصائية لعينة من مستخدمي المنصات والمواقع الإلكترونية*. أطروحة دكتوراه في الطور الثالث تخصص تسويق فندقي وسياحي بجامعة قالمة.

أسيا قاسيمي. (2015). *أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية*. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص اقتصاديات المالية والبنوك: جامعة أحمد بوقرة -بومرداس.

افتخار محمد مناحي الرفيعي. (2020). دور البنك المركزي العراقي في تحقيق الشمول المالي. *مجلة كلية الإسراء الجامعة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 02، العدد 02*، 33-68.

الأكاديمية التونسية للشمول المالي. (08 05, 2024). تم الاسترداد من https://www.atif.tn/

البنك المركزي الأردني. (2024). *وثيقة الاستراتيجية الوطنية الاستراتيجية الوطنية للشكول المالي (2023-2028)*. تم الاسترداد من https://www.cbj.gov.jo/ebv4.0/root_storage/ar/eb_list_page/

البنك المركزي السعودي. (25 05, 2024). *سياسة المصرفية المفتوحة*. تم الاسترداد من Open_Banking_Policy-AR.pdf (sama.gov.sa)

البنك المركزي المصرفي. (02 09, 2024). *مشاريع الشمول المالي*. تم الاسترداد من https://www.cbe.org.eg/ar/financial-inclusion/projects/school-bank

البنك المركزي المصري. (30 08, 2024). *استراتيجية الشمول المالي (2022-2025)*. تم الاسترداد من البنك-المركزي-المصري-يطلق-استراتيجية-الشمول-المالي-(-2022---2025).pdf (cbe.org.eg)

البنك المركزي المصري. (02 09, 2024). *مشاريع الشمول المالي*. تم الاسترداد من https://www.cbe.org.eg/ar/financial-inclusion/projects/building-technical-capacity

البنك الوطني الجزائري. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.bna.dz/

البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة. (24 08, 2024). تم الاسترداد من معلومات وخدمات | البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة (u.ae)

الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.cnepbanque.dz/web/ar

القرض الشعبي الجزائري. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.cpa-bank.dz/index.php/ar/

اللجنة الوطنية للشمول المالي في فلسطين. (19 01, 2023). تم الاسترداد من https://www.financialinclusion.ps/category-11/11.html

المجلس القومي للمرأة. (12 12, 2024). *الشمول المالي (مشروع مجموعات الإدخار والإقراض الرقمي)*. تم الاسترداد من https://ncw.gov.eg/Page

المصرف التجاري العراقي. (01 01, 2024). *الخدمات المصرفية الإلكترونية للشركات*. تم الاسترداد من الخدمات المصرفية الإلكترونية للشركات – Commercial Bank of Iraq (cbiq.com.iq)

الوليد طلحة. (2019). *دور الهوية الرقمية في تعزيز الشمول المالي*. الامارات العربية المتحدة: الدائرة الاقتصادية، صندوق النقد العربي.

أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية. (2019). *العلاقة المتداخلة بين الاستقرار المالي والشمول المالي، فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي*. الإمارات: إصدارات صندوق النقد العربي.

أمانة محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية. (2015). *متطلبت تبني استراتيجية وطنية للشمول المالي في الدول العربية*. أمانة محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، صندوق النقد العربي.

أمانة محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية. (2025). *متطلبت تبني استراتيجية وطنية للشمول المالي في الدول العربية*. صندوق النقد العربي.

آمنة خلج. (2022). *دور الصناعة المالية الإسلامية في تعزيز الشمول المالي في الدول العربية بالإشارة لحالة الجزائر*. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه مالية وتأمينات: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف.

آمنة قجة. (2019). واقع تطوير الخدمات المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية: دراسة حالة البنوك العمومية بولاية ميلة. *مجلة الباحث بجامعة ورقلة، المجلد 19، العدد 01*، 529-540.

آمنة قجة. (2020). *تأثير إدارة معرفة الزبون في تطوير الخدمات المصرفية: دراسة حالة البنوك في ولاية ورقلة*. أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث تخصص بنوك وتأمينات: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

اسراء احمد خميس. (2021). أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية . *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية بجامعة دمياط، المجلد 02، العدد 02*، 998-1044.

إيمان سعيد. (2023). محددات الشمول المالي في الجزائر: دراسة قياسية خلال الفترة 2019-2044. *المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 06، العدد 02*، 532-551.

بتول عبد علي غالي. (2017). دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية: دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية. *مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 07، العدد 04*، 100-116.

بسمة محمد إدريس الحريري. (2021). تأثير استخدام التمويل الرقمي في تعزيز الشمول المالي: الدور المعدل للمعرفة المالية- دراسة تطبيقية على عملاء البنوك المصرية، ، 2021. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 02، العدد 02*، 873-906.

بشار أحمد العراقي. (27 06, 2018). الشمول المالي وأثره في تعزيز الاستقرار المالي في البلدان العربية. عدد *خاص بالمؤتمر العلمي الدولي الثاني لجامعة جيهان-اربيل في العلوم الادارية والمالية*.

بشار أحمد العراقي. (2020). المحددات الرئيسية للشمول المالي في البلدان العربية. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 12، العدد 67*، 184-214.

بشار أحمد العراقي. (2020). المحددات الرئيسية للشمول المالي في البلدان العربية. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 12، العدد 67*، 184-214.

بن صالح ماجدة. (2021). *العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية -دراسة حالة البنوك الجزائرية-*. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم التسيير: جامعة 8 ماي 1945 قالمة.

بن موسى اعمر. (2020). *الخدمات المصرفية الالكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر: دراسة ميدانية*. أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في تخصص دراسات مالية: جامعة غرداية.

بنك ABC. (03 01, 2023). *شروط وأحكام الخدمات الرقمية*. تم الاسترداد من https://www.bank-abc.com/En/AboutABC/Documents/TC/Group/Digital-Services-Terms-and-Conditions

بنك ABC. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.bank-abc.com/ar/CountrySites/Algeria

بنك البركة. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.albaraka.com/ar/about-al-baraka/about-us/introduction

بنك التنمية المحلية. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.bdl.dz/ar/

بنك الجزائر. (02 08, 2022). تم الاسترداد من https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/inclusion6.pdf

بنك الجزائر. (12 07, 2023). *نشرة تعريفية حول الشمول المالي*. تم الاسترداد من https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/inclusion6.pdf

بنك الجزائر. (28 04, 2024). *القانون النقدي والمصرفي*. تم الاسترداد من https://www.bank-of-algeria.dz/ar/

بنك الجزائر. (سبتمبر 2023). *التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي لسنة 2022* .

بنك الخليج الجزائر. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.agb.dz/organisation/quisommenous.html

بنك السلام. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.alsalamalgeria.com/ar/page/list-10-0-186.html

بنك الفلاحة والتنمية الريفية. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://badrbank.dz/ar/%d9%85%d9%80%d9%80%d9%86-/%d9%86%d9%80%d9%80%d8%ad%d9%80%d9%80%d9%86

بنك نتيكسيس الجزائر. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.banxybank.com/ar/banxy-au-quotidien

بيت التمويل الكويتي. (20 07, 2023). *جيل جديد من الخدمات المصرفية*. تم الاسترداد من https://www.kfh.com/home/Personal/Tools-services/Cardless.html

بيسان بوشارب. (2023). *دور التكنولوجيا المالية في تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية دوليا: دراسة حالة بنك السلام*. تبسة: أطروحة دكتوراه الطور الثالث LMD تخصص تسويق وتجارة دولية بجامعة الشهيد العربي التبسي.

تجمع النقد الآلي. (09 04, 2024). تم الاسترداد من https://giemonetique.dz/ar/activites/securite/

تجمع النقد الآلي. (12 04, 2024). *تجمع النقد الآلي*. تم الاسترداد من https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/gie-monetique

تغريد مختار سيد معوض. (2021). تقييم مدى قدرة ركائز الشمول المالي على دعم الميزة التنافسية للبنوك التجارية في ظل جائحة كورونا. *مجلة التجارة والتمويل، المجلد 41، العدد 01*، 1-25.

تقرير صندوق النقد العربي. (04, 2020). *المبادئ الارشادية حول الهوية الرقمية وقواعد اعرف عميلك الالكترونية في الدول العربية*. تم الاسترداد من المبادىء الارشادية حول الهوية الرقمية وقواعد إعرف عميلك الالكترونية في الدول العربية | المطبوعة | بوابة الشمول المالي للتنمية (findevgateway.org)

جمال محمود عطية. (2019). التجارب الدولية في الشمول المالي: دراسة قياسية مقارنة. *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 33، العدد 01*، 79-129.

حاتم محمد خير. (2017). *أثر جودة الموقع الإلكتروني في قبول الأنترنت المصرفي في السودان*. رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الدراسات المصرفية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

حبيبة كشيدة. (2024). نموذج بنائي لتحديد العوامل المؤثرة على قبول الزبائن المحتملين لمنتجات الصيرفة الإسلامية على مستوى الشبابيك الإسلامية الجزائرية. *مجلة الإبداع، المجلد 14، العدد 01*، 126-146.

حدة مشراوي. (2023). دور الهوية الرقمية في رفع مستويات الشمول المالي -دراسة حالة بعض الدول العربية. *مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، المجلد 12، العدد 01*، 219-236.

حفيظة فرطاسي. (2017). *دراسة العوامل المؤثرة على استراتيجية تطوير المنتجات: دراسة عينة من المؤسسات*. أطروحة دكتوراه علوم في خصص إدارة أعمال بجامعة البليدة 2.

حمزة فائق وهيب الزبيدي. (2016). تطور الصيرفة الالكترونية وأثر الرقابة الداخلية على العمليات المصرفية الالكترونية (بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية الخاصة) . *مجلة كلية التراث الجامع، العدد 20*، 361-388.

حميد عبد النبي الطائي، و بشير عباس العلاق. (2008). *تطوير المنتجات وتسعيرها*. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

حميد قارة عشيرة. (2023). *دور تطبيقات الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة عينة من البنوك الجزائرية*. أطروحة دكتوراه LMD تخصص تسويق الخدمات بجامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.

حنان الطيب. (2020). *الشمول المالي*. ابو ظبي: سلسلة كتيبات تعريفية العدد 01، موجه إلى الفئات العمرية الشابة في الوطن العربي، صندوق النقد العربي.

حنان سلاوتي. (2015). *دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفة: دراسة حالة عينة من البنوك الجزائرية* . أطروحة دكتوراه الطور الثالث تخصص بنوك ومالية بجامعة البليدة 2.

حنان علاء الدين عبد الصادق جعفر. (2020). آلية لتعزيز الشمول المالي في مصر في ظل التحديات والمعوقات. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 50، العدد 01*، 487-520.

خالد أحمد علي محمود. (2019). *اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية*. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.

خالد أحمد علي محمود. (2019). *الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية*. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.

خالد سحنون. (2016). *تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك دراسة حالة: مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية*. أطروحة دكتوراه تخصص بنوك ومالية بجامعة أبو بكر بلقايد تلمسان.

خديجة مضي. (2021). الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية: منظومة رقمية جديدة في خدمة تطوير قطاع المالية. *مجلة ابن خلدون للدراسات القانونية والاقتصادية والاجتماعية، العدد01*، 192-171.

خديجة يحياوي. (2017). *دور تنمية الموارد البشرية في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية: دراسة حالة مجموعة من المنظمات السياحية في الجزائر*. أطروحة دكتوراه تخصص تسيير المنظمات بجامعة بومرداس.

خليفة آدم قوي الصادق. (2018). ، *الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في جذب العملاء بالمصارف السودانية (دراسة ميدانية على عينة من المصارف)*. بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الدراسات المصرفية: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

دغنوش العطرة. (2017). *استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي: حالة البنوك الجزائرية*. جامعة محمد خيضر بسكرة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم تخصص نقود ومالية.

رابح الوافي. (2019). *أثر استخدام الإدارة الالكترونية على جودة الخدمات في المؤسسات العمومية الجزائرية: قطاع العدالة نموذجا*. أطروحة دكتوراه علوم التسيير بجامعة محمد بوضياف المسيلة.

راكز علي محمود الزعارير. (2019). *الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني لمنظمات الأعمال المعاصرة*. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية.

رشيد نعيمي. (2023). *التمويل الأصغر الإسلامي آلية لتعزيز الشمول المالي: دراسة وصفية استكشافية على عينة من فئات ذوي الدخل المحدود في الجزائر*. أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

رفيق صباغ. (2020). الشمول المالي في الدول العربية: واقع وآفاق. *مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 10، العدد 02*، 510-527.

رهام غربية. (2020). *إنجاح التمويل الرقمي للمرأة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا*. سلسلة التعلم الخاصة بصندوق مشاريع المرأة العربية.

ريناد المجد لتقنية المعلومات. (07 01, 2024). *تقنية البلوك تشين*. تم الاسترداد من https://www.rmg-sa.com

ريهام محود دياب. (2022). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء الخدمات المصرفية. *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المجلد 03، العدد 09*، 68-96.

زبير عياش. (2021). مساهمة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي بالمؤسسات البنكية، دراسة ميدانية على عينة من متعاملي بنك البركة الجزائري. *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الثامن، العدد الثاني*، 362-384.

زهراء جار الله حمو اسكندر. (2020). دور التكنولوجيا المالية في تعزيز فعالية الشمول المالي: دراسة قياسية لآراء عينة من العاملين في مصرف الموصل للتنمية والاستثمار في محافظة نينوى. *مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 09، العدد 33*، 92-124.

زهراء صالح حمدي. (2021). أهمية التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي للمصارف مع الإشارة لتجارب دولية. *مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 12، العدد 28*، 166-181.

سارة كرازدي. (2022). دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير البنوك الإلكترونية. *المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 07، العدد 01*، 689-712.

سالم صلاح الحسناوي. (2020). دور الشمول المالي في تعزيز نمو الاقتصاد العراقي: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية . *مجلة مركز دراسات الكوفة، المجلد 01، العدد 58، العراق*، 28-50.

سعاد دهيني. (2022). *محاولة تحديد متطلبات الابتكار في المؤسسة الجزائرية*. أطروحة دكتوراه تخصص إدارة أعمال بجامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس.

سليمان شكيب الجيوسي، و محمود جاسم الصميدعي. (2009). *تسويق الخدمات المالية*. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

سمير بن قري. (2022). *أثر تحرير تجارة الخدمات على تنافسية المصارف الجزائرية: دراسة حالة عينة من البنوك العمومية والخاصة العاملة بولاية سطيف*. أطروحة دكتوراه علوم اقتصادية بجامعة فرحات عباس سطيف.

سمير هربان. (2022). *إشكالية تطوير آليات صيغ التمويل الإسلامي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: نموذج مقارنة بين التجربة السودانية وتجربة المملكة الأردنية*. أطروحة تخصص إدارة أعمال بجامعة الجزائر 3.

سنان عبد الله هرجان. (2021). دعم عمليات التنمية المستدامة وقياس تأثير الشمول المالي عليها. *مجلة جامعة جيهان-أربيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 05، العدد 02*، 60-68.

سهى سنكري. (2023). تأثير تنوع نظم الخدمات المصرفية الإلكترونية وولاء العملاء للمصارف: دراسة حالة المصارف الخاصة في سورية. *مجلة جامعة البعث، المجلد 45، العدد 8*، 49-100.

سهير محمود معتوق. (2021). الشمول المالي. *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 35، العدد 01* ، 81-102.

سوق أبوظبي العالمي. (20 12, 2024). *سوق أبوظبي العالمي، بالتعاون مع ابرز المؤسسات المالية في الدولة سوق أبوظبي العالمي يستكمل المرحلة الأولى من تطوير التقية الإلكترونية لإجراءات عملية "اعرف عميلك"*. تم الاسترداد من https://assets.adgm.com/download/assets/16+20181128adgmsuccessfulcompletespocandissueskeyfind

سيف على حسين. (2021). ، دور التمويل الرقمي في تحسين وتعزيز الشمول المالي/ بحث تطبيقي في الجهاز المصرفي العراقي. *مجلة دراسات مالية ومحاسبية، المجلد 16، العدد 57*، 102-118.

شركة النقد الآلي والعلاقات لتلقائية بين البنوك. (03 04, 2024). تم الاسترداد من https://www.satim.dz/ar/la-satim-2/2021-04-21-13-08-37.html

شريف حسام مختار القاضي. (2021). *الائتمان المصرفي: الطريق إلى الشمول المالي*. مصر: مؤسسة الكاتب العربي.

صباح مخم عبيد. (2023). الشمول المالي وتأثيره قي جودة الخدمات المصرفية: بحث استطلاعي تحليلي لآراء عينة من القيادات الإدارية العاملة في المصارف الأهلية في بغداد. *جلة الدراسات الاقتصادية والإدارية، العدد 29*، 43-56.

صليحة فلاق. (2020). ، دور صناعة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي بالعالم العربي (تجربة مملكة البحرين). *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 21، العدد01*، 297-320.

صندوق النقد العربي. (12 12, 2022). *العمليات المصرفية الإلكترونية والإطار الاشرافي*. تم الاسترداد من صندوق النقد العربي: ÌáÓÉ ÇáÚãá ÇáËÇäíÉ (amf.org.ae)

صندوق النقد العربي. (12 12, 2023). *العمليات المصرفية الإلكترونية والإطار الاشرافي*. تم الاسترداد من صندوق النقد العربي: ÌáÓÉ ÇáÚãá ÇáËÇäíÉ (amf.org.ae)

صورية شنبي. (2018). أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية. *مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 03، العدد02*، 104-129.

صورية شنبي، و السعيد بن لخضر. (2019). *البحث والتطوير لتحقيق التنمية السياحية المستدامة -حالة الريادة العالمية (فرنسا)*. القاهرة: دار حميثرا للنشر.

طلال عبد الكريم القرعان. (2022). أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز ولاء العملاء للقطاع المصرفي الأردني: دراسة ميدانية على البنوك التجارية العاملة في العاصمة عمان. *مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات، المجلد 08، العدد 01*، 11-45.

عادل زواغي. (2023). آفاق استخدام الخدمات المالية الرقمية في المصارف لتعزيز الشمول المالي في الجزائر. *مجلة إسراء الدولية للمالية الإسلامية، المجلد 14، العدد 01*، 24-53.

عادل عبد العزيز السن. (2019). دور الشمول المالي في تحقيق الاستقرار والنمو الاقتصادي. *مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية بجامعة مدينة دمياط، المجلد 05، العدد 02*، 1-103.

عبد الحميد عبد المجيد البلداوي. (2007). *أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدويا وباستخدام برنامج SPSS*. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

عبد الحميد عبد المجيد البلداوي. (2009). *أساليب الإحصاء للعلوم الاقتصادية وادارة الأعمال مع استخدام برنامج SPSS*. الأردن: دار وائل للنشر.

عبد الرحمان طاهر شنيتر. (2020). ، تأثير الشفافية المالية على الشمول المالي/ بحث تحليلي في مصرف الرافدين. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 16، العدد 50، الجزء 01*، 176-199.

عبد الرحمان وصفي النعسة. (2011). *التسويق المصرفي*. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.

عبد الرزاق حسن حساني. (2011). *التسويق المصرفي*. منشورات جامعة دمشق.

عبد العزيز خنفوسي. (2018). *قانون الدفع الإلكتروني*. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

عبد العزيز خنفوسي. (2018). *قانون الدفع الإلكتروني*. مركز الكتاب الأكاديمي.

عبد الفتاح محمد حسين محمد. (2020). الواقع الاستراتيجي للخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك اليمنية. *مجلة جامعة البيضاء، المجلد 02، العدد 02*، 105-228.

عبد القادر كموم. (2022). *تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل المعطيات الحديثة في الجزائر*. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المصرفية والمالية، جامعة الجزائر 3.

عبد الكريم أحمد جميل. (2015). *التسويق المصرفي*. الأردن: الجندارية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

عبد الكريم أحمد جميل. (2015). *التسويق المصرفي* . الأردن: الجندارية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

عبد الهادي مسعودي. (2014). *التحديات المصرفية للأعمال الإلكترونية العربية وإمكانية تطويرها: حالة الجزائر*. أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية بجامعة عمار ثليجي بالأغواط.

عبد الهادي مسعودي. (2014). المواقع الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الخدمات البنكية: دراسة مسحية. *مجلة جامعة الاغواط للدراسات العدد الاقتصادي، المجلد 05، العدد 01*، 175-193.

عزوز كتفي. (2020). التدريب على معالجة الفرضيات السببية باستخدام النمذجة البنائية (تحليل المسار نموذجا). *مجلة الروائز، المجلد 04، العدد 01*، 35-52.

علي بن عويض الأزوري. (25 11, 2024). *البيروقراطية البنكية*. تم الاسترداد من صحيفة مال: https://maaal.com/2024/06

علي حمو. (2022). *دور التكنولوجيا الحديثة في تنمية القدرات التسويقية في المؤسسات الخدمية: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر لخدمات الهاتف النقال*. أطروحة دكتوراه علوم تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية بجامعة الجزائر 3.

علي غذوان. (2021). *الخدمات مصرفية* . تم الاسترداد من منشورات الجامعة الافتراضية السورية: pedia.svuonline.org

علياء عبد الحيد محمد واصل. (2019). دور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات محاسبيا ومهنيا في تفعيل متطلبات الشمول المالي لتحقيق استراتيجية مصر 2030. *مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، العدد 02، المجلد 03*، 106-157.

فاطمة الزهراء يحياوي. (2018). *دور راس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية بين البنوك العمومية والخاصة في مدينة المدية*. المدية: أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية بجامعة يحيى فارس.

فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي. (2017). *نشرة تعريفية حول مفاهيم الشمول المالي*. الامارات العربية المتحدة: أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، صندوق النقد العربي.

فنتك السعودية. (25 05, 2024). تم الاسترداد من الأسئلة المتكررة – Fintech Saudi

قانون المالية. (2021). تم الاسترداد من https://www.mf.gov.dz/images/pdf/A2020083.pdf

كمال كاظم جواد الشمري. (2019). تأثير الشمول المالي على مؤشرات كفاية رأس المال (العراق حالة دراسية للمدة 2010-2016). *مجلة جامعة أهل البيت، المجلد 14، العدد 30*.

كمال كاظم جواد الشمري. (2020). تحليل العلاقة بين الشمول المالي والاستقرار المصرفي: دراسة تطبيقية في العراق للمدة 2010-2016. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 16، العدد 63*، 80-104.

ماجدة بن صالح. (2020). تأثير خصائص الخدمة على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر. *مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 14، العدد 02*، 265-286.

ماجدة بن صالح. (2021). العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية: دراسة حالة البنوك الجزائرية. أطروحة دكتوراه علوم التسيير بجامعة قالمة.

مأمون نديم عكروش. (2004). *تطوير المنتجات الجديدة: مدخل استراتيجي متكامل وعصري*. دار وائل للنشر.

مأمون نديم عكوش. (2004). ، *تطوير المنتجات الجديدة: مدخل استراتيجي متكامل وعصري*. الأردن: دار وائل للنشر، الطبعة الأولى.

مجموعة البنك الدولي. (28 07, 2022). *الشمول المالي*. تم الاسترداد من https://www.albankaldawli.org/ar/topic/financialinclusion/overview

محمد إبراهيم عبيدات. (2000). *تطوير المنتجات الجديدة*. الأردن: دار وائل للنشر.

محمد أحمد المغربي. (2018). *التسويق الدولي والأسواق العالمية*. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.

محمد السميرات. (2017). العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية لإقليم الجنوب بالأردن . *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 01*، 182-200.

محمد أمين زايخ. (2024). *تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق الشمول المالي: دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر خلال الفترة 2000-2020*. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث علوم اقتصادية: المركز الجامعي عبد الله مرسلي تيبازة.

محمد جاسم. (2020). دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الشمول المالي: دراسة في مجموعة من الدول العربية للمدة (2014-2018). *مجلة الاقتصادي الخليجي، المجلد، العدد 44*، 175-242.

محمد حسين صالح عبد الغفور برسي. (04 04, 2021). تنمية مهارات العاملين من خلال المعهد المصرفي وأثره على السمعة التنظمية للبنك: دراسة ميدانية على فروع البنوك العاملة بمدينة أسوان . *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، 421-466. تم الاسترداد من

محمد طارق لفته. (2019). ، دراسة تحليل ضرورات النهوض بالشمول المالي في العراق. *مجلة دراسات محاسبية ومالية، عدد خاص، المؤتمر الوطني الرابع لطلبة الدراسات العليا، جامعة بغداد*، 01-18.

محمد طرشي. (2019). متطلبات تعزيز الشمول المالي في الجزائر. *مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 01، العدد 01*، 118-137.

محمد فيصل سلامة عبد اللطيف نوفل. (2023). سياسات الشمول المالي المساهمة في تمكين الوصول للفقراء في البلدان النامية. *مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 57، العدد 01*، 321-356.

محمد لقصاصي. (15 05, 2014). *دور البنوك المركزية في تعزيز الإدماج المالي: حالة الجزائر، المؤتمر الحادي والعشرون لمحافظي البنوك المركزية للبلدان الناطقة بالفرنسية*. تم الاسترداد من https://www.bank-of-algeria.dz/wp-content/uploads/2022/10/interventiongouverneur_dakar14

محمد محروس سعدوني. (2021). الشمول المالي وأثره في تحقيق مستهدفات التنمية المستدامة: دراسة تحليلية لواقع الدول العربية. *مجلة البحوث بجامعة المنوفية، المجلد 52، العدد 04*، 01-45.

محمد محمود المكاوي. (2012). *البنوك الإسلامية – النظرية – التطبيق – التطوير*. مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

محمد محمود المكاوي. (2012). *البنوك الإسلامية – النظرية – التطبيق – التطوير*. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

محمد محمود المكاوي. (2012). *البنوك الإسلامية (النظرية-التطبيق-التطوير)*. مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

محمد نعمة الزبيدي. (2021). الشمول المالي والاستثمارات الأجنبية المباشرة / المعيقات والحلول. *مجلة وارث العلمية، المجلد 03، العدد 07*، 36-49.

محمد يسر برنيه. (1 اكتوبر 2012). *توسيع فرص الوصول للتمويل والخدمات المالية في الدول العربية ودور المصارف المركزية*. الكويت: أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، ورقة قدمت في اجتماع الدورة السادسة والثلاثين لمجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية.

محمود جاسم الصميدعي. (2009). *استراتيجيات التسويق: مدخل كمي وتحليلي*. الأردن: دار الحامد للنشر.

محمود رجب محمود. (2022). تفعيل دور الشمول المالي في التأثير على حجم الاقتصاد غير الرسمي في مصر وفق لاستراتيجيات التنمية 2030. *مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية، المجلد 59، العدد 03*.

محمود عبد الحليم منسى. (2014). *التحليل الاحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS*. الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.

محمود عبد السلام علي. (2017). *الفكر الإعلامي الحديث*. الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.

محمود مسلم البحرات. (2021). ، واقع الثقافة التكنولوجية لدى الطلبة في الجامعات الأردنية الحكومية ومتطلبات تطويرها من وجهة نظرهم. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية بجامعة غزة الإسلامية، المجلد 29، العدد 02*، 245-278.

مصرف الامارات العربية المتحدة المركزي. (16 09, 2024). *التكنولوجيا المالية والتحول الرقمي*. تم الاسترداد من https://www.centralbank.ae/ar/our-operations/fintech-digital-transformation/

منال صبحي علي البلقاسي. (2017). أثر التسويق الإلكتروني على تطوير الخدمات المصرفية البنكية: دراسة ميدانية على البنوك الحكومية والخاصة بمحافظة كفر الشيخ. *المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد 41، العدد 4*، 317-365.

مها السيد بهنسي. (2022). ، العوامل المؤثرة على اندماج المستهلكين في مواقع التجارة الإلكترونية: دراسة ميدانية على جيل Z في مصر. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان بجامعة القاهرة، العدد 24*، 161-212.

مها شحادة. (2022). تأثير ابعاد التحول الرقمي في النضج الرقمي للمصارف الإسلامية: بحث تطبيقي في البنوك الإسلامية الأردنية. *مجلة الجامعة القاسمية للاقتصاد الإسلامي، المجلد 02، العدد 01*، 53-106.

مؤسسة حياة كريمة. (12 12, 2024). *التمكين*. تم الاسترداد من https://www.hayakarima.com/donation-cat/3

ناجي معلا. (2005). *أصول التسويق: مدخل تحليلي*. الأردن: دار وائل للنشر.

ناظم محمد الشمري نوري. (2008). *الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع*. الأردن: دائر وائل للنشر، الطبعة الأولى.

نصر محمود مزنان فهد. (2011). إمكانيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية. *مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 4*.

نغم حسين النعمة. (2019). دور الشمول المالي في تقديم الدعم المالي للمرأة في العراق. *المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 11، العدد 02*، 17-31.

نور الهدى بلحاج. (2022). *دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات المصرفية: دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية والخاصة في الجزائر*. أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل لشهادة دكتوراه علوم في الاقتصاد تخصص اقتصاد دولي: جامعة محمد خيضر-بسكرة.

هاجو ديدوش. (2022). *أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية: دراسة حالة عينة من البنوك التجارية*. أطروحة دكتوراه إدارة مالية بجامعة حسيبة بن بوعلي الشلف.

هاني حامد الضمور. (2005). *تسويق الخدمات*. الأردن: دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة.

هبة قابقلي. (07 01, 2024). *تكنولوجيا الهاتف المحمول والعمل المصرفي*. تم الاسترداد من مجلة المعلوماتية، العدد 153، 2020، الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية: id=836&http://scs.org.sy/?q=scs/infomag/showarticlenode

هبة قابقلي، تكنولوجيا الهاتف المحمول والعمل المصرفي، مجلة المعلوماتية، العدد 153، 2020، الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية، ، تاريخ الاطلاع: 2024/01/07. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من id=836&http://scs.org.sy/?q=scs/infomag/showarticlenode

هدير خيون عاشور. (2022). تطوير نظم المعلومات الداخلية وتأثيرها في السمعة المصرفية: دراسة استطلاعية في فروع المصرف الأهلي العراقي. *مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 11، العدد 42*، 233-255.

هشام حمزة. (08 12, 2023). *المصرفيون*. تم الاسترداد من التكنولوجيا المالية (مفهوم، تطور، مخاطر) - المصرفيون (ebi.gov.eg)

هناء محمود سيد أحمد. (2023). العلاقة بين التحول الرقمي والخدمات المالية. *المجلة العلمية للبحوث التجارية، العدد 04*، 708-738.

هناء طبيب. (2013). الصيرفة الإلكترونية كإستراتيجية لتغيير العمل المصرفي: دراسة حالة بنك التنمية المحلية بالمديرية المركزية سطاوالي. *مجلة الإبداع بجامعة البليدة 2، المجلد 03، العدد 03*، 68-81.

هناء طبيب. (2017). *تطوير منظومة التوزيع كمدخل لتفعيل الخدمات البنكية الإلكترونية في الجزائر: دراسة حالة محلات الخدمات الحرة، 2017، ص82*. أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه طور ثالث تخصص مالية وبنوك، جامعة البليدة 2.

هواري معراج. (2006). المؤثرات الرئيسية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية: دراسة ميدانية. *مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، العدد 01*، 17-43.

هيئة السوق المالية. (25 05, 2024). تم الاسترداد من مختبر التقنية المالية (cma.org.sa)

وزارة البريد والمواصلات. (09 04, 2024). تم الاسترداد من https://www.mpt.gov.dz

وزارة البريد والمواصلات. (09 04, 2024). *التجارة الإلكترونية*. تم الاسترداد من https://www.mpt.gov.dz/

وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية. (27 11, 2024). تم الاسترداد من https://www.mpt.gov.dz

وسام فؤاد عباس. (2017). دور بحوث التسويق في تطوير الخدمات المصرفية: دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية الخاصة في محافظة كربلاء المقدسة. *مجلة جامعة بابل للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، المجلد 09، العدد 03*، 199-2.

وفاء جثير مزعل. (2021). المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الإلكترونية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية. *مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 16، العدد 57*، 75-88.

ولاء سعد أبوزيد. (2021). *المحفظة الرقمية، سلسلة كتيبات تعريفية (العدد 7) موجه إلى الفئات العمرية الشابة في الوطن العربي*. تم الاسترداد من صندوق النقد العربي: https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2021-12/digital-wallet_0.pdf

وليد سمير عبد العظيم الجبلي. (2021). أثر الشمول المالي كمتغير وسيط على العلاقة بين التكنولوجيا المالية وخفض تكلفة الخدمات المصرفية. *مجلة البحوث التجارية، المجلد 43، العدد 03، كلية التجارة جامعة الزقازيق*، 48-131.

وليد سمير عبد العظيم الجبلي. (2021). أثر الشمول المالي كمتغير وسيط على العلاقة بين التكنولوجيا المالية وخفض تكلفة الخدمات المصرفية. *المجلد 43، العدد 03، كلية التجارة جامعة الزقازيق*، 48-131.

يوسف حسن يوسف. (2012). *البنوك الإلكترونية*. القاهرة: المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى.

قائمة الملاحق

1) الاستبيان الإلكتروني:

استبيان موجه لإطارات وموظفي البنوك ومؤسسة بريد الجزائر

تحية خاصة وبعد،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة حول موضوع: **"دور تطوير الخدمات المالية الرقمية في تعزيز الوصول للخدمات المالية واستخدامها بالجودة المناسبة: تعزيز الشمول المالي"**، وذلك في إطار إعداد أطروحة دكتوراه تخصص علوم تسيير، جامعة قالمة/ مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد.

يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية، وهذا بوضع إشارة (x) في الخانة التي تتفق مع إجابتكم وذلك حسب درجة الموافقة التي ترونها مناسبة لكل عبارة.

(طالب الدكتوراه: مرطاني نورالدين/ 0674367469 / martani.noureddine@univ-guelma.dz)

* تشير إلى أن السؤال مطلوب.

المعلومات الشخصية

1. المؤسسة:*

2. الوظيفة:*

تحسين الخدمات المالية الرقمية

3. تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر البطاقة الإلكترونية*

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

4. *تعمل مؤسستكم على زيادة عدد تجار التجزئة المساهمين في البطاقة الإلكترونية

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

5. *تعمل مؤسستكم على إضافة خدمات رقمية جديدة مثل الدفع عبر تقنية الدفع اللاسلكي بالهاتف المحمول "NFC"

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

6. *تسعى مؤسستكم لعقد اتفاقيات مع شركات التكنولوجيا المالية للاستفادة من خبراتها في تقديم حلول مالية مبتكرة

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

7. *تتجه مؤسستكم لابتكار خدمات مالية رقمية تتناسب مع أسس الشريعة الإسلامية

حدد *دائرة واحدة فقط*.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

8. *تعمل مؤسستكم على تنويع خدمات أجهزة الصراف الآلي مثل إضافة خاصية إيداع الأموال

حدد *دائرة واحدة فقط*.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

9. * تعملون على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت والهاتف/الماء/الكهرباء والغاز) عن بعد

حدد *دائرة واحدة فقط*.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

تعزيز الأمان والتفاعل مع العملاء

10. *تعملون على تحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري تقليل الأخطاء في معالجة البيانات

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

11. *تخصص مؤسستكم ميزانية متجددة لشراء نظم حماية البرمجيات

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

12. *تحرص مؤسستكم على اجراء صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي من أجل ضمان استمرارية نشاطها

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

13. *تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

14. * تلتزم مؤسستكم بالإجابة على مختلف استفسارات العملاء عبر الهاتف/ منصات التواصل الاجتماعي/ تطبيق Google play

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

15. *تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

16. *توفرون لزبائنكم نشرات/فيديوهات تعريفية بكيفية الاستفادة من خدماتكم الرقمية

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

17. *تعمل مؤسستكم على تبسيط وتسهيل الدخول والوصول إلى الخدمة

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

18. * تعملون على تحسين تصميم واجهة المستخدم (للموقع الإلكتروني/الصراف الآلي/التطبيق الإلكتروني) لمؤسستكم بشكل دوري

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

19. *تلتزم مؤسستكم بتقديم خدماتها الرقمية 24/24 ساعة و7/7 أيام دون القطاع

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

القدرة على الوصول واستخدام الخدمات المالية

ويعني قدرة الأفراد على الوصول واستخدام الخدمات المالية وبالجودة المناسبة

20. *تتيح مؤسستكم تقديم مختلف خدماتها المالية عن بعد

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

21. *العدد الحالي لأجهزة الصراف الآلي لمؤسستكم كافي لتغطية احتياجات عملائكم

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

22. *عدد التجار /المؤسسات التي قمتم بتزويدها بأجهزة الدفع الإلكتروني في تزايد

حدد *دائرة واحدة فقط*.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

23. *تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية

حدد *دائرة واحدة فقط*.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

24. *تتجه مؤسستكم لإضافة الوكالات والفضاءات الرقمية بدل الفروع التقليدية

حدد *دائرة واحدة فقط*.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

25. *عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

26. * عدد عمليات الدفع الإلكتروني لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/البطاقة الإلكترونية في تزايد

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

27. *عدد عمليات التحويلات المالية لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ الصراف الآلي في تزايد

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

28. *إجمالي قيمة المعاملات المالية الرقمية التي تتم عبر مؤسستكم في تزايد

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

<u>جودة الخدمات المالية</u>

29. *تقدم مؤسستكم للعميل نموذج لوصف الخدمة المالية في حالة تعقيدها

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

30. *تحرص مؤسستكم على تقديم خدمات لا تحتوي أية بنود أو شروط مخفية

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

31. *يعرض موقعكم الإلكتروني الخدمات التي تقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار /المميزات /الشروط)

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

32. *تعمل مؤسستكم على تقليل التكاليف المرتبطة بفتح حساب مالي

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

33. *تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على خدماتها المالية الرقمية

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

34. *تعمل مؤسستكم على تقليل الوثائق المطلوبة للاشتراك في الخدمات المالية الرقمية

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

35. *تحرص مؤسستكم على التثقيف المالي للأفراد من خلال منشوراتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

36. * تلتزم مؤسستكم بالمشاركة في الصالونات/ المعارض/ الملتقيات المنظمة وطنيا لفائدة الأفراد والمؤسسات لتعريفهم بالخدمات المالية الرقمية التي تقدمونها

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

37. *تنظم مؤسستكم بشكل دوري أيام إعلامية لتوعية الأفراد بأهمية وقوائد الانخراط في المؤسسات المالية الرسمية

حدد دائرة واحدة فقط.

- موافق تماما
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق تماما

لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google.

نماذج Google

2) الاستبيان الورقي:

استبيان حول "تطوير الخدمات المالية الرقمية ودوره في تعزيز الشمول المالي في الجزائر"

تحية خاصة وبعد،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة ميدانية في إطار إعداد أطروحة دكتوراه تخصص إدارة مالية.

يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية، وهذا بوضع إشارة (x) في الخانة التي تتفق مع إجابتكم وذلك حسب درجة الموافقة التي ترونها مناسبة لكل عبارة.

مرطاني نورالدين/ مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد (جامعة قالمة) / martani.noureddine@univ-guelma.dz / 0674367469

المعلومات الشخصية:

المؤسسة: .....

الوظيفة: .....

الرقم	المحور الأول: تطوير الخدمات المالية الرقمية العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
	تعديل تكاليف وشروط الخدمات (متطلبات الحصول على الخدمة)					
1	تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر البطاقة الإلكترونية					
2	تعمل مؤسستكم على تقليل التكاليف المرتبطة بفتح حساب مالي					
3	تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على خدماتها المالية الرقمية					
4	تعمل مؤسستكم على تقليل الوثائق المطلوبة للاشتراك في الخدمات المالية الرقمية					
	التنويع والابتكار (محتوى الخدمة)					
5	تعمل مؤسستكم على إضافة خدمات رقمية جديدة مثل الدفع عبر تقنية الدفع اللاسلكي بالهاتف المحمول "NFC"					
6	تسعى مؤسستكم لعقد اتفاقيات مع شركات التكنولوجيا المالية للاستفادة من خبراتها في تقديم حلول مالية مبتكرة					
7	تتجه مؤسستكم لابتكار خدمات مالية رقمية تتناسب مع أسس الشريعة الإسلامية					
8	تعمل مؤسستكم على تنويع خدمات أجهزة الصراف الآلي مثل إضافة خاصية إيداع الأموال					
9	تعملون على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت والهاتف/الماء/الكهرباء والغاز) عن بعد					
10	تعمل مؤسستكم على زيادة عدد تجار التجزئة المساهمين في البطاقة الإلكترونية					
	تحسين تجربة المستخدم (التفاعل مع الخدمة)					
11	تلتزم مؤسستكم بالإجابة على مختلف استفسارات العملاء عبر الهاتف/ منصات التواصل الاجتماعي/ تطبيقGoogle play					
12	تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم					
13	توفرون لزبائنكم نشرات/فيديوهات تعريفية بكيفية الاستفادة من خدماتكم الرقمية					
14	تعمل مؤسستكم على تبسيط وتسهيل الدخول والوصول إلى الخدمة					

15	تعملون على تحسين تصميم واجهة المستخدم (للموقع الإلكتروني/الصراف الآلي/التطبيق الإلكتروني) لمؤسستكم بشكل دوري					
16	تعملون على تحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري لتقليل الأخطاء في معالجة البيانات					
17	تحرص مؤسستكم على اجراء صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي من أجل ضمان استمرارية نشاطها					
18	تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها					

الرقم	المحور الثاني: الشمول المالي العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
	الوصول للخدمات المالية					
19	تتجه مؤسستكم لإضافة الوكالات والفضاءات الرقمية بدل الفروع التقليدية					
20	تلتزم مؤسستكم بتقديم خدماتها الرقمية 24/24 ساعة و7/7 أيام دون انقطاع					
21	تتيح مؤسستكم تقديم مختلف خدماتها المالية عن بعد					
22	العدد الحالي لأجهزة الصراف الآلي لمؤسستكم كافي لتغطية احتياجات عملائكم					
23	عدد التجار /المؤسسات التي قمتم بتزويدها بأجهزة الدفع الإلكتروني في تزايد					
	استخدام الخدمات المالية					
24	تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية					
25	عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد					
26	عدد عمليات التحويلات المالية لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ الصراف الآلي في تزايد					
27	عدد عمليات الدفع الإلكتروني لعملائكم في تزايد					
28	إجمالي قيمة المعاملات المالية الرقمية التي تتم عبر مؤسستكم في تزايد					
	الشفافية					
29	تقدم مؤسستكم للعميل نموذج لوصف الخدمة المالية في حالة تعقيدها					
30	تحرص مؤسستكم على تقديم خدمات لا تحتوي أية بنود أو شروط مخفية					
31	يعرض موقعكم الإلكتروني الخدمات التي تقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار/المميزات /الشروط)					
	التثقيف المالي					
32	تحرص مؤسستكم على التثقيف المالي للأفراد من خلال منشوراتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي					
33	تلتزم مؤسستكم بالمشاركة في الصالونات/ المعارض/ الملتقيات المنظمة وطنيا لفائدة الأفراد والمؤسسات لتعريفهم بالخدمات المالية الرقمية التي تقدمونها					
34	تنظم مؤسستكم بشكل دوري أيام إعلامية لتوعية الأفراد بأهمية وفوائد الانخراط في المؤسسات المالية الرسمية					

3) قائمة الأساتذة المحكمين:

الرقم	الاسم واللقب	الدرجة العلمية	التخصص	المؤسسة
1	قيدوم لزهر	أستاذ محاضر "أ"	تسويق	جامعة قالمة 08 ماي 1945
2	مريمت عديلة	أستاذ التعليم العالي	مالية	جامعة قالمة 08 ماي 1945
3	ليراري ليلى	أستاذ محاضر "أ"	تسيير	جامعة قالمة 08 ماي 1945
4	مشعلي بلال	أستاذ التعليم العالي	اقتصاد	جامعة قالمة 08 ماي 1945

4) عدد الاستبيانات المجمعة إلكترونيا:

5) اختبار الثبات "ألفا كرومباخ":

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,666	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	18

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,702	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	5

Reliability Statistics

Cronbach'sAlpha	N of Items
,673	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	16

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	34

6) اختبار التوزيع الطبيعي:

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
D1	,098	224	,000	,956	224	,000
D2	,101	224	,000	,948	224	,000
D3	,117	224	,000	,919	224	,000
D4	,124	224	,000	,956	224	,000
D5	,139	224	,000	,919	224	,000
D6	,157	224	,000	,942	224	,000
D7	,179	224	,000	,889	224	,000
T1	,079	224	,002	,940	224	,000
T2	,076	224	,003	,962	224	,000
Q1	,077	224	,002	,950	224	,000

a. Lilliefors Significance Correction

7) الاختبارات الوصفية (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري):

المحور الأول:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
D1	224	2,25	5,00	4,1261	,57945	,336
D2	224	1,67	5,00	4,1064	,57646	,332
D3	224	2,38	5,00	4,3538	,54258	,294
T1	224	2,17	5,00	4,2207	,47102	,222
Valid N (listwise)	224					

المحور الثاني:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
D4	224	2,20	5,00	3,9107	,62752	,394
D5	224	2,60	5,00	4,3402	,55850	,312
D6	224	1,67	5,00	4,0417	,64944	,422
D7	224	2,33	5,00	4,2976	,65133	,424
T2	224	2,44	5,00	4,1420	,49670	,247
Valid N (listwise)	224					

الأبعاد:

Statistics

		تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر البطاقة الإلكترونية	تعمل مؤسستكم على تقليل التكاليف المرتبطة بفتح حساب مالي	تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على خدماتها المالية الرقمية	تعمل مؤسستكم على تقليل الوثائق المطلوبة للاشتراك في الخدمات المالية الرقمية
N	Valid	224	224	224	224
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,6205	4,0179	3,8214	4,0446
Std. Deviation		,55523	,87293	,93956	,81343

Statistics

		تعمل مؤسستكم على إضافة خدمات رقمية جديدة مثل الدفع عبر تقنية الدفع اللاسلكي بالهاتف المحمول "NFC"	تسعى مؤسستكم لعقد اتفاقيات مع شركات التكنولوجيا المالية للاستفادة من خبراتها في تقديم حلول مالية مبتكرة	تتجه مؤسستكم لابتكار خدمات مالية رقمية تتناسب مع أسس الشريعة الإسلامية	تعمل مؤسستكم على تنويع خدمات أجهزة الصراف الآلي مثل إضافة خاصية إيداع الأموال	تعملون على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت والهاتف/الماء/الكهرباء والغاز) عن بعد	تعمل مؤسستكم على زيادة عدد تجار التجزئة المساهمين في البطاقة الإلكترونية
N	Valid	224	224	224	224	224	224
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4,0714	3,8839	3,9286	3,9866	4,5179	4,2500
Std. Deviation		,97699	,92543	1,11423	1,00438	,76331	,82560

Statistics

		تلتزم مؤسستكم بالإجابة على مختلف استفسارات العملاء عبر الهاتف/ منصات التواصل الاجتماعي/ تطبيق Google play	تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم	توفرون لزبائنكم نشرات/فيديوها ت تعريفية بكيفية الاستفادة من خدماتكم الرقمية	تعمل مؤسستكم على تبسيط وتسهيل الدخول والوصول إلى الخدمة	تعملون على تحسين تصميم واجهة المستخدم (للموقع الإلكتروني/ال صراف الآلي/التطبيق الإلكتروني) لمؤسستكم بشكل دوري	تعملون على تحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري تقليل الأخطاء في معالجة البيانات	تحرص مؤسستكم على اجراء صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي من أجل ضمان استمرارية نشاطها	تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها
N	Valid	224	224	224	224	224	224	224	224
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,1741	4,1563	4,2634	4,4241	4,3304	4,4018	4,5045	4,5759
Std. Deviation		,92356	,82975	,77939	,67866	,76807	,74521	,70232	,60160

Statistics

		تتجه مؤسستكم لإضافة الوكالات والفضاءات الرقمية بدل الفروع التقليدية	تلتزم مؤسستكم بتقديم خدماتها الرقمية 24/24 ساعة و7/7 أيام دون انقطاع	تتيح مؤسستكم تقديم مختلف خدماتها المالية عن بعد	العدد الحالي لأجهزة الصراف الآلي لمؤسستكم كافي لتغطية احتياجات عملائكم	عدد التجار /المؤسسات التي قمتم بتزويدها بأجهزة الدفع الإلكتروني في تزايد
N	Valid	224	224	224	224	224
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,8661	4,2679	4,2009	3,4509	3,7679
Std. Deviation		,93267	,92287	,79787	1,07031	,90323

Statistics

		تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية	عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد	عدد عمليات التحويلات المالية لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ الصراف الآلي في تزايد	عدد عمليات الدفع الإلكتروني لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/البطاقة الإلكترونية في تزايد	إجمالي قيمة المعاملات المالية الرقمية التي تتم عبر مؤسستكم في تزايد
N	Valid	224	224	224	224	224
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,5045	4,4554	4,1875	4,3438	4,2098
Std. Deviation		,63527	,67483	,83135	,72288	,79555

Statistics

		تقدم مؤسستكم للعميل نموذج لوصف الخدمة المالية في حالة تعقيدها	تحرص مؤسستكم على تقديم خدمات لا تحتوي أية بنود أو شروط مخفية	يعرض موقعكم الإلكتروني الخدمات التي تقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار/المميزات /الشروط)
N	Valid	224	224	224
	Missing	0	0	0
Mean		3,9643	3,9643	4,1964
Std. Deviation		,75678	,96512	,76749

Statistics

		تحرص مؤسستكم على التثقيف المالي للأفراد من خلال منشوراتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي	تلتزم مؤسستكم بالمشاركة في الصالونات والمعارض	تنظم مؤسستكمأيام إعلامية
N	Valid	224	224	224
	Missing	0	0	0
Mean		4,2991	4,4464	4,1473
Std. Deviation		,74256	,74375	,89377

8) اختبار الفروق "ماين وينتي":

Independent-Samples Mann-Whitney U Test Summary

Total N	224
Mann-Whitney U	6475,000
Wilcoxon W	14476,000
Test Statistic	6475,000
Standard Error	480,643
Standardized Test Statistic	,626
Asymptotic Sig.(2-sided test)	,531

9) اختبار (الاتساق الداخلي) الارتباط:

Correlations

	تعمل مؤسستكم على تقليل الوثائق المطلوبة للاشتراك في	تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على	تعمل مؤسستكم على تقليل التكاليف المرتبطة بفتح حساب مالي	تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر
D1				

			البطاقة الإلكترونية		خدماتها المالية الرقمية	الخدمات المالية الرقمية	
Spearman's rho	تتجه مؤسستكم لرفع سقف التعاملات المالية عبر البطاقة الإلكترونية	Correlation Coefficient	1,000	,153*	,229**	,237**	,453**
		Sig. (2-tailed)	.	,022	,001	,000	,000
		N	224	224	224	224	224
	تعمل مؤسستكم على تقليل التكاليف المرتبطة بفتح حساب مالي	Correlation Coefficient	,153*	1,000	,557**	,489**	,782**
		Sig. (2-tailed)	,022	.	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224
	تسعى مؤسستكم لتقليل الاقتطاعات المفروضة على خدماتها المالية الرقمية	Correlation Coefficient	,229**	,557**	1,000	,514**	,828**
		Sig. (2-tailed)	,001	,000	.	,000	,000
		N	224	224	224	224	224
	تعمل مؤسستكم على تقليل الوثائق المطلوبة للاشتراك في الخدمات المالية الرقمية	Correlation Coefficient	,237**	,489**	,514**	1,000	,766**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000
		N	224	224	224	224	224
	D1	Correlation Coefficient	,453**	,782**	,828**	,766**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.
		N	224	224	224	224	224

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

			تعمل مؤسستكم على إضافة خدمات رقمية جديدة مثل الدفع عبر تقنية الدفع اللاسلكي بالهاتف المحمول "NFC"	تسعى مؤسستكم لعقد اتفاقيات مع شركات التكنولوجيا المالية للاستفادة من خبراتها في تقديم حلول مالية مبتكرة	تتجه مؤسستكم لابتكار خدمات مالية رقمية تتناسب مع أسس الشريعة الإسلامية	تعمل مؤسستكم على تنويع خدمات أجهزة الصراف الآلي مثل إضافة خاصية إيداع الأموال	تعملون على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت والهاتف/الما ء/الكهرباء والغاز) عن بعد	تعمل مؤسستكم على زيادة عدد تجار التجزئة المساهمين في البطاقة الإلكترونية	D2
Spearman's rho	تعمل مؤسستكم على إضافة خدمات رقمية جديدة مثل الدفع عبر تقنية الدفع اللاسلكي بالهاتف المحمول "NFC"	Correlation Coefficient	1,000	,353**	,197**	,326**	,302**	,301**	,655**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,003	,000	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224	224
	تسعى مؤسستكم لعقد اتفاقيات مع شركات التكنولوجيا المالية للاستفادة من خبراتها في تقديم حلول مالية مبتكرة	Correlation Coefficient	,353**	1,000	,331**	,308**	,229**	,247**	,645**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,001	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224	224
	تتجه مؤسستكم لابتكار خدمات مالية رقمية تتناسب مع أسس الشريعة الإسلامية	Correlation Coefficient	,197**	,331**	1,000	,126	,185**	,168*	,588**
		Sig. (2-tailed)	,003	,000	.	,059	,006	,012	,000
		N	224	224	224	224	224	224	224
	تعمل مؤسستكم على تنويع خدمات أجهزة الصراف الآلي مثل إضافة خاصية إيداع الأموال	Correlation Coefficient	,326**	,308**	,126	1,000	,363**	,277**	,626**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,059	.	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224	224
	تعملون على تكوين اتفاقيات مع مختلف الجهات المتخصصة لتمكين العملاء من دفع فواتير خدماتهم (الانترنت	Correlation Coefficient	,302**	,229**	,185**	,363**	1,000	,210**	,531**
		Sig. (2-tailed)	,000	,001	,006	,000	.	,002	,000
		N	224	224	224	224	224	224	224

	والهاتف/الماء/الكهرباء والغاز) عن بعد							
	تعمل مؤسستكم على زيادة عدد تجار التجزئة المساهمين في البطاقة الإلكترونية	Correlation Coefficient	,301**	,247**	,168*	,277**	,210**	1,000	,556**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,012	,000	,002	.	,000
		N	224	224	224	224	224	224	224
	D2	Correlation Coefficient	,655**	,645**	,588**	,626**	,531**	,556**	1,000

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		N	224	224	224	224	224	224	224

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		تلتزم مؤسستكم بالإجابة على مختلف استفسارات العملاء عبر الهاتف/ منصات التواصل الاجتماعي/ تطبيق Google play	تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم	توفرون لزبائنكم نشرات/في ديوهات تعريفية بكيفية الاستفادة من خدماتكم الرقمية	تعمل مؤسستكم على تبسيط وتسهيل الدخول والوصول إلى الخدمة	تعملون على تحسين تصميم واجهة المستخدم (للموقع الإلكتروني/ الصراف الآلي/التطبيق الإلكتروني) لمؤسستكم بشكل دوري	تعملون على تحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري تقليل الأخطاء في معالجة البيانات	تحرص مؤسستكم على اجراء صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي من أجل ضمان استمرارية نشاطها	تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها	D3
تلتزم مؤسستكم بالإجابة على مختلف استفسارات العملاء عبر الهاتف/ منصات التواصل الاجتماعي/ تطبيق Google play	Correlation Coefficient	1,000	,622**	,413**	,428**	,434**	,303**	,338**	,432**	,708**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224
تعتمد مؤسستكم أحدث التقنيات لتوفير استجابة فورية ودقيقة لاستفسارات العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم	Correlation Coefficient	,622**	1,000	,440**	,539**	,567**	,494**	,426**	,478**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224
توفرون لزبائنكم نشرات/فيديوهات تعريفية بكيفية الاستفادة من خدماتكم الرقمية	Correlation Coefficient	,413**	,440**	1,000	,539**	,483**	,440**	,264**	,383**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224

تعمل مؤسستكم على تبسيط وتسهيل الدخول والوصول إلى الخدمة	Correlation Coefficient	,428**	,539**	,539**	1,000	,568**	,568**	,440**	,483**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224
تعملون على تحسين تصميم واجهة المستخدم (للموقع الإلكتروني/الصراف الآلي/التطبيق الإلكتروني) لمؤسستكم بشكل دوري	Correlation Coefficient	,434**	,567**	,483**	,568**	1,000	,577**	,446**	,420**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224
تعملون على تحديث الوسائل والبرامج الإلكترونية بشكل دوري تقليل الأخطاء فى معالجة البيانات	Correlation Coefficient	,303**	,494**	,440**	,568**	,577**	1,000	,456**	,465**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224
تحرص مؤسستكم على اجراء صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي من أجل ضمان استمرارية نشاطها	Correlation Coefficient	,338**	,426**	,264**	,440**	,446**	,456**	1,000	,670**	,654**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224
تراعي مؤسستكم أمان مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي قبل تنصيبها	Correlation Coefficient	,432**	,478**	,383**	,483**	,420**	,465**	,670**	1,000	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224
D3	Correlation Coefficient	,708**	,798**	,687**	,750**	,764**	,706**	,654**	,694**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
	N	224	224	224	224	224	224	224	224	224

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

			تتجه مؤسستكم لإضافة الوكالات والفضاءات الرقمية بدل الفروع التقليدية	تلتزم مؤسستكم بتقديم خدماتها الرقمية 24/24 ساعة و7/7 أيام دون انقطاع	تتيح مؤسستكم تقديم مختلف خدماتها المالية عن بعد	العدد الحالي لأجهزة الصراف الآلي لمؤسستكم كافي لتغطية احتياجات عملائكم	عدد التجار /المؤسسات التي قمتم بتزويدها بأجهزة الدفع الإلكتروني في تزايد	D4
Spearman's rho	تتجه مؤسستكم لإضافة الوكالات والفضاءات الرقمية بدل الفروع التقليدية	Correlation Coefficient	1,000	,302**	,331**	,221**	,310**	,629**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,001	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	تلتزم مؤسستكم بتقديم خدماتها الرقمية 24/24 ساعة و7/7 أيام دون انقطاع	Correlation Coefficient	,302**	1,000	,570**	,336**	,338**	,716**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	تتيح مؤسستكم تقديم مختلف خدماتها المالية عن بعد	Correlation Coefficient	,331**	,570**	1,000	,293**	,244**	,687**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	العدد الحالي لأجهزة الصراف الآلي لمؤسستكم كافي لتغطية احتياجات عملائكم	Correlation Coefficient	,221**	,336**	,293**	1,000	,280**	,679**
		Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	.	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	عدد التجار /المؤسسات التي قمتم بتزويدها بأجهزة الدفع الإلكتروني في تزايد	Correlation Coefficient	,310**	,338**	,244**	,280**	1,000	,614**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	D4	Correlation Coefficient	,629**	,716**	,687**	,679**	,614**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	224	224	224	224	224	224

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

			تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية	عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد	عدد عمليات التحويلات المالية لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ الصراف الآلي في تزايد	عدد عمليات الدفع الإلكتروني لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ا لبطاقة الإلكترونية في تزايد	إجمالي قيمة المعاملات المالية الرقمية التي تتم عبر مؤسستكم في تزايد	D5
Spearman's rho	تتلقى مؤسستكم طلبات متزايدة لإصدار البطاقات الإلكترونية	Correlation Coefficient	1,000	,478**	,379**	,401**	,356**	,629**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	عدد الحسابات المالية المفتوحة على مستوى مؤسستكم في تزايد	Correlation Coefficient	,478**	1,000	,506**	,601**	,467**	,734**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	عدد عمليات التحويلات المالية لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/ الصراف الآلي في تزايد	Correlation Coefficient	,379**	,506**	1,000	,641**	,659**	,842**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	عدد عمليات الدفع الإلكتروني لعملائكم عبر التطبيق الإلكتروني/البطاقة الإلكترونية في تزايد	Correlation Coefficient	,401**	,601**	,641**	1,000	,686**	,835**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	إجمالي قيمة المعاملات المالية الرقمية التي تتم عبر مؤسستكم في تزايد	Correlation Coefficient	,356**	,467**	,659**	,686**	1,000	,829**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000
		N	224	224	224	224	224	224
	D5	Correlation Coefficient	,629**	,734**	,842**	,835**	,829**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	224	224	224	224	224	224

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

			تقدم مؤسستكم للعميل نموذج لوصف الخدمة المالية في حالة تعقيدها	تحرص مؤسستكم على تقديم خدمات لا تحتوي أية بنود أو شروط مخفية	يعرض موقعكم الإلكتروني الخدمات التي تقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار/المميزات /الشروط)	D6
Spearman's rho	تقدم مؤسستكم للعميل نموذج لوصف الخدمة المالية في حالة تعقيدها	Correlation Coefficient	1,000	,463**	,381**	,721**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224
	تحرص مؤسستكم على تقديم خدمات لا تحتوي أية بنود أو شروط مخفية	Correlation Coefficient	,463**	1,000	,452**	,864**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	224	224	224	224
	يعرض موقعكم الإلكتروني الخدمات التي تقدمونها بشكل مفصل (من ناحية الأسعار/المميزات /الشروط)	Correlation Coefficient	,381**	,452**	1,000	,733**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	224	224	224	224
	D6	Correlation Coefficient	,721**	,864**	,733**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	224	224	224	224

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

			تحرص مؤسستكم على التثقيف المالي للأفراد من خلال منشوراتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي	تلتزم مؤسستكم بالمشاركة فى الصالونات والمعارض	تنظم مؤسستكمأيام إعلامية	D7
Spearman's rho	تحرص مؤسستكم على التثقيف المالي للأفراد من خلال منشوراتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي	Correlation Coefficient	1,000	,630**	,502**	,828**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	224	224	224	224
	تلتزم مؤسستكم بالمشاركة في الصالونات والمعارض	Correlation Coefficient	,630**	1,000	,550**	,813**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	224	224	224	224

	تنظم مؤسستكمأيام إعلامية	Correlation Coefficient	,502**	,550**	1,000	,848**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	224	224	224	224
	D7	Correlation Coefficient	,828**	,813**	,848**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	224	224	224	224

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

10) اختبار مقارنة المتوسطات "ويلكيكسيون":

One-Sample Wilcoxon Signed Rank Test

Summary

Total N	224
Test Statistic	24918,500
Standard Error	964,276
Standardized Test Statistic	12,891
Asymptotic Sig.(2-sided test)	,000

11) اختبار الصدق التقاربي (FACTOR LOADINGS) و(AVE):

Component Matrix[a]

	Component 1
D1	,839
D2	,817
D3	,843

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

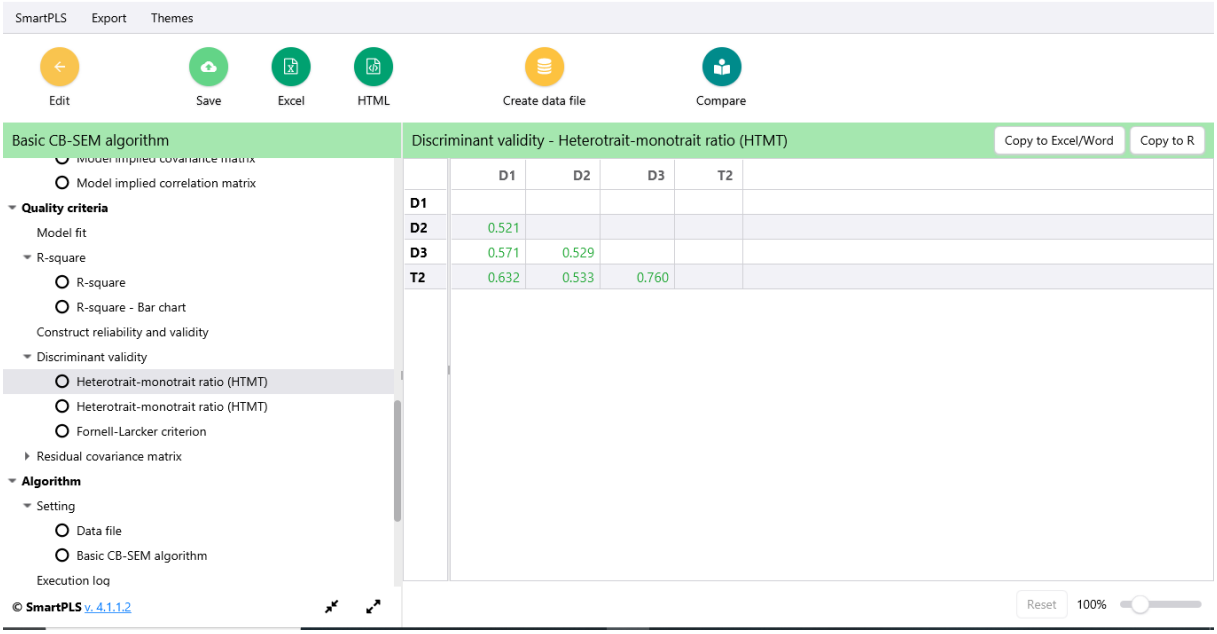
Communalities

	Initial	Extraction
D4	1,000	,708
D5	1,000	,562
D6	1,000	,670

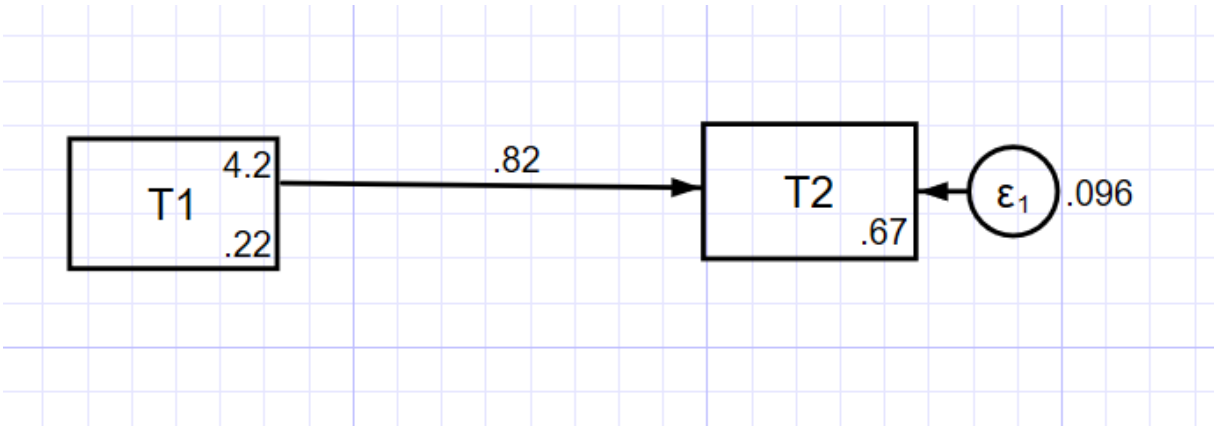
D7	1,000	,655

Extraction Method: Principal Component Analysis.

12) اختبار الصدق التمايزي:



13) اختبار تحليل المسار للمتغير التابع والمستقل:



Structural equation model — Number of obs = 224
Estimation method: ml — Replications = 1,000

Log likelihood = -204.602

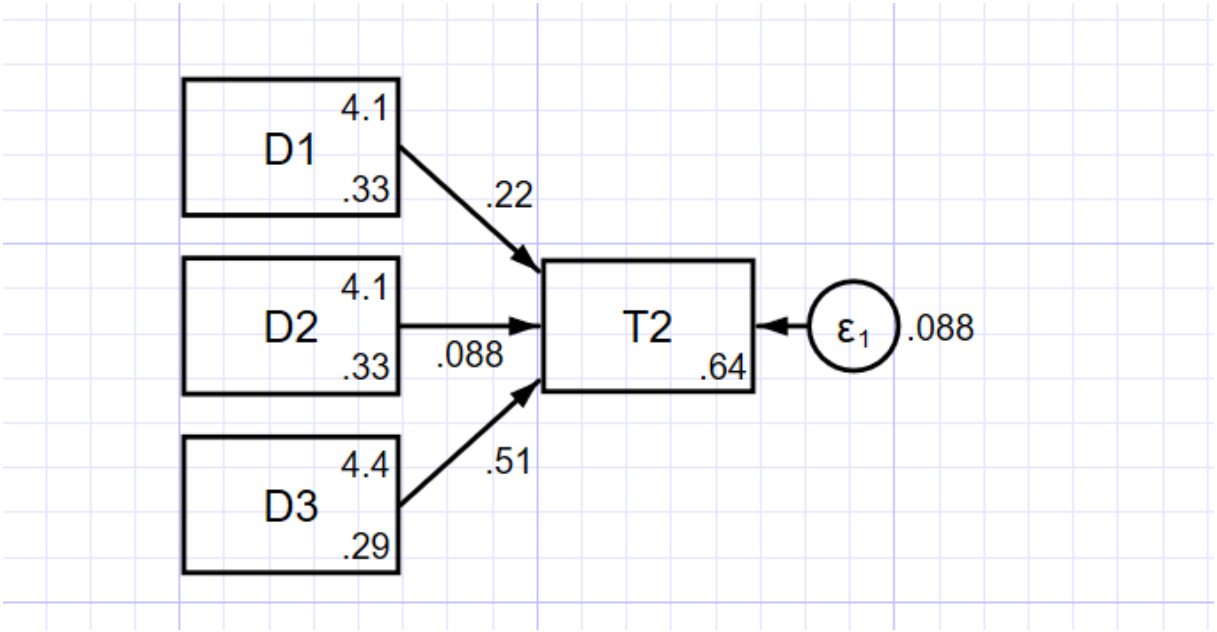
	Observed coefficient	Bootstrap std. err.	z	P>|z|	Normal-based [95% conf. interval]	
Structural						
T2						
T1	.821801	.0425615	19.31	0.000	.7383819	.9052201
_cons	.6734165	.1828582	3.68	0.000	.3150209	1.031812
var(e.T2)	.0964464	.0107569			.0775085	.1200114

Fit statistic	Value	Description
Likelihood ratio		
chi2_ms(0)	0.000	model vs. saturated
p > chi2	.	
chi2_bs(1)	209.388	baseline vs. saturated
p > chi2	0.000	
Population error		
RMSEA	0.000	Root mean squared error of approximation
90% CI, lower bound	0.000	
upper bound	0.000	
pclose	1.000	Probability RMSEA <= 0.05
Information criteria		
AIC	415.204	Akaike's information criterion
BIC	425.439	Bayesian information criterion
Baseline comparison		
CFI	1.000	Comparative fit index
TLI	1.000	Tucker-Lewis index
Size of residuals		
SRMR	0.000	Standardized root mean squared residual
CD	0.607	Coefficient of determination

.

Coefficient	
B	.821801
SE	.0425615
z	19.30854
P	4.55e-83
CI-LB	.7383819
CI-UB	.9052201
Std. Coef	
B	.7793091
SE	.0235004
z	33.16146
P	3.9e-241
CI-LB	.7332491
CI-UB	.8253691

14) اختبار تحليل المسار بين أبعاد المتغير المستقل والمستغير التابع:



Structural equation model — Number of obs = 224
Estimation method: ml — Replications = 1,000

Log likelihood = -522.18303

	Observed coefficient	Bootstrap std. err.	z	P>|z|	Normal-based [95% conf.	interval]
Structural						
T2						
D1	.223965	.0475826	4.71	0.000	.1307048	.3172252
D2	.0879346	.0464858	1.89	0.059	-.003176	.1790451
D3	.5099761	.0462963	11.02	0.000	.419237	.6007152
_cons	.6364891	.1764368	3.61	0.000	.2906794	.9822988
var(e.T2)	.0876812	.0091277			.0714983	.1075269

Fit statistic	Value	Description
Likelihood ratio		
chi2_ms(0)	0.000	model vs. saturated
p > chi2	.	
chi2_bs(3)	230.730	baseline vs. saturated
p > chi2	0.000	
Population error		
RMSEA	0.000	Root mean squared error of approximation
90% CI, lower bound	0.000	
upper bound	0.000	
pclose	1.000	Probability RMSEA <= 0.05
Information criteria		
AIC	1054.366	Akaike's information criterion
BIC	1071.424	Bayesian information criterion
Baseline comparison		
CFI	1.000	Comparative fit index
TLI	1.000	Tucker-Lewis index
Size of residuals		
SRMR	0.000	Standardized root mean squared residual
CD	0.643	Coefficient of determination

Coefficient	
B	.223965
SE	.0475826
z	4.706866
P	2.52e-06
CI-LB	.1307048
CI-UB	.3172252
Std. Coef	
B	.2612755
SE	.0531252
z	4.918109
P	8.74e-07
CI-LB	.157152
CI-UB	.365399

Coefficient	
B	.0879346
SE	.0464858
z	1.891642
P	.0585388
CI-LB	-.003176
CI-UB	.1790451
Std. Coef	
B	.1020537
SE	.0541892
z	1.883284
P	.0596619
CI-LB	-.0041552
CI-UB	.2082626

Coefficient	
B	.5099761
SE	.0462963
z	11.01548
P	3.22e-28
CI-LB	.419237
CI-UB	.6007152
Std. Coef	
B	.5570777
SE	.0460252
z	12.10375
P	1.01e-33
CI-LB	.46687
CI-UB	.6472854

15) بطاقة المشاركة في المعارض:

FINTECH
& E-commerce Summit
Noureddine
Martani
Gratuit
Participant
SPONSOR OFFICIEL
SPONSOR GOLD
SPONSOR SILVER
SPONSOR BRONZE
SPONSOR THEMATIQUE
icosnet
CLOUD
CONTRIBUTEUR
GUICHET UNIQUE

FINTECH
& E-commerce Summit
www.algeriafintech.com

EXPOSANTS
icosnet
saa
Gifty

16) وثائق الزيارات الميدانية للمؤسسات:

الجمهوريـــــــة الجزائريـــــــة الديمقراطيـــــــة الشعبيـــــــة
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جـــامعـــة 8 مـــاي 1945 قـــالمـــة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref :..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le :.....

قســـم علـــوم التسيير
الرقم: 230 ق.ع.ت.ا.ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : 09 جوان 2024

إلى السيد: مدير وكالة Trust bank Algeria

الموضـــوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحـــن رئيـــس قســـم علـــوم التسيير نشهـــد بـــأن:

الطالـــب(ة): رحال منير وزين

مسجل(ة) بقسم علـوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه ل.م.د تخصص : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)

تخصص : مالية في حاجة لأجراء زيارة **ميدانية** أو تربـص بمؤسستكم

موضوع الزيارة: إعداد أطروحة دكتوراه حول موضوع: أثر الصكوك الإسلامية على تطوير الصناعة المالية الإسلامية

TRUST BANK ALGERIA
Agence Skikda - 604 -
09 JUIN 2024
Accusé de Réception

لـــذا نرجـــو من سيادتكـــم الموافقـــة لتحقيـــق هـــذه الغايـــة.

ولكـــم منـــا فائـــق التقديـــر و الاحتـــرام

رئيس قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
بلعباس كريم

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
د/ بوقصيبات محمود

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الجمهوريـــــة الجزائريـــــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــــة
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جـــامعـــة 8 مـــاي 1945 قـــالمـــة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20
Guelma le :

قســـم علـــوم التسيير
الرقم: 280 ق.ع.ت./ك.ع.إ.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : 29 ماي 2024

إلى السيد:

05 JUIN 2024
ACCUSE DE RECEPTION

الموضـــوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

تحـــن رئيـــس قســـم علـــوم التسيير نشهـــد بـــأن:

الطالـــب(ة):

مسجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه ,فرع : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)
تخصص : في حاجة لأجراء زيارة **ميدانية أو تربص** بمؤسستكم .
موضوع الزيارة:

لـــذا نرجـــو من سيادتكم الموافقـــة لتحقيـــق هـــذه الغايـــة.

ولكـــم منـــا فائـــق التقديـــر و الاحتـــرام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف

رئيس القسم

رئيس قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تأشيرة المؤسســـة المستقبلـــة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
الرقم: ...ق.ع.ت.ا.ف.ع.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في: ...

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref :..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le :.....

إلى السيد: ...
...

الموضوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب(ة): ...

مسجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه .فرع : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)
تخصص : ... في حاجة لأجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم .
موضوع الزيارة: ...

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية.

ولكم منا فائق التقدير و الاحترام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف

رئيس القسم

رئيس قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
إمضاء
جلايلية كريم

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الجمهوريـــــــة الجزائريـــــــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــــة
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : ..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20 .....
Guelma le : .....

قسم علوم التسيير
الرقم: 279 ق.ع.ت/ك.ع.إ.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : .....

إلى السيد: مدير وكالة [illegible]
[illegible]

الموضـــــوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحـــن رئيـــس قســـم علـــوم التسيـــير نشهـــد بـــأن:

الطالـــب(ة): [illegible]

مسجل(ة) بقسم علـوم التسيـير سنـة (ثالثة) دكتوراه .فرع : (علوم التسيير)/ (علوم ماليـة)
تخصص : [illegible] في حاجة لأجراء زيارة ميدانيـة أو تربـص بمؤسستكم .
موضوع الزيـارة: [illegible]

لـذا نرجـو من سيادتكـم الموافقـة لتحقيـق هـذه الغايـة

ولكـم منـا فائـق التقديـر و الاحتـرام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
[illegible]

رئيـــس القســـم

تاشيرة المؤسســـة المستقبلـة

الجمهوريـــــة الجزائريـــــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــــة
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جـامعـة 8 مـاي 1945 قـالمـة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : ..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le : .....

قسـم علـوم التسيير
الرقم: 079 /ق.ع.ت/ك.ع.إ.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : .....

إلى السيد: ..... مدير وكالة .....
..... القرض الشعبي بلدية .....

الموضـــوع : قصد إجراء زيارة ميدانية

نحـن رئيـس قسـم علـوم التسيير نشهـد بـأن:

الطالـب(ة): ..... مرابط سفيان .....

مسجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه ل.م.د فرع : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)

تخصص : ..... مالية .....في حاجة لأجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم .

موضوع الزيارة: اجراء مقابلة مع مدير الوكالة وبعض الموظفين حول موضوع اطروحة الدكتوراه الخاصة بالطالب .....

لـذا نرجـو من سيادتكـم الموافقـة لتحقيـق هـذه الغايـة.

ولكـم منـا فائـق التقديـر و الاحتـرام

رئيـس القسـم

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
داولقصيبات محمود

تأشيرة المؤسسـة المستقبلـة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le :

قسم علوم التسيير
الرقم: 279 ق.ع.ت.ا.ك.ع.إ.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : 16 ماي 2024

إلى السيد: مدير وكالة بنك NATIXIS

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
AGENCE ANNABA
21 MAI 2024
Accusé de Réception

الموضوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب(ة): مرجلاس نور الدين

مسجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه .فرع : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)

تخصص : مالية

في حاجة لأجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم .

موضوع الزيارة: إجراء دراسة ميدانية لأطروحة دكتوراه حول موضوع: "دور الجباية في تفعيل الاستثمار في الجزائر دراسة حالة مديرية الضرائب لولاية قالمة خلال الفترة 2010-2022"

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية.

ولكم منا فائق التقدير و الاحترام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
د/ بولقصيبات محمود

رئيس القسم
رئيس قسم علوم التسيير والعلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
إمضاء : جلاوجية كريم

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : ..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le : .....

قسم علوم التسيير
الرقم: 279 ق.ع.ت/ك.ع.إ.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : 14 ماي 2024

إلى السيد: مدير الوكالة البنكية
.....

BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE
AGENCE ANNABA 43
14, Cours de la Révolution

الموضوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب(ة): .....

مسجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه ,فرع : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)
تخصص : .....في حاجة لأجراء زيارة ميدانية او تربص بمؤسستكم .
موضوع الزيارة .....

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية.

ولكم منا فائق التقدير و الاحترام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف

رئيس القسم

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : ..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le : .....

قسم علوم التسيير
الرقم: 279 ق.ع.ت/ك.ع.إ.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : .....
2024 ف 14

إلى السيدة: ..... Nin Algerian .....
Société Générale

الموضوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب(ة): ..... مرابط نور الدين .....

مسجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه .فرع : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)

تخصص : ..... مالية ..... في حاجة لأجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم .

موضوع الزيارة: ..... إجراء دراسة ميدانية لأطروحة دكتوراه حول الاندماج المالي المحاسبي في شركات التأمين .....

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية.

ولكم منا فائق التقدير و الاحترام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
د/ بولقصيبات محمود

ختم و توقيع القسم
جلايلية كريم

تأشيرة المؤسسة المستقبلة
Société Générale Algérie
Agence Annaba 201
Boulevard [illegible]
Annaba

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
الرقم: 14 /ق ع ت/ك ع ت ت ع ت/ج ق/ 2024
قالمة في: 01 /10/ 2024

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref :..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le :.....

إلى السيد: مدير المعهد الوطني للتكوين والتنمية الريفية بقالمة

الموضوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب(ة): مرهاني نور الدين

مسجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه ل.م.د فرع : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)
تخصص : تدقيق ومالية في حاجة لأجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم
موضوع الزيارة: إجراء دراسة ميدانية بأطروحة دكتوراه حول "استخدام تقنيات التحليل المالي في تقييم الأداء المالي للمؤسسات الناشئة"

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية

ولكم منا فائق التقدير و الاحترام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
د/ بولقصيبات عمر

رئيس القسم
إمضاء: جلابلية كريم

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20
Guelma le :

قسم علوم التسيير

الرقم: ق.ع.ش.ا.ع.إ.ت ع.ش/ج ق/ 2024
قالمة في : 29 / 2024

إلى السيد:

الموضوع : في إجراء زيارة ميدانية

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب(ة):

سجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه .ل.م.د : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)
تخصص :
في حاجة لإجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم
موضوع الزيارة:

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية.

ولكم منا فائق التقدير و الاحترام

رئيس القسم

رئيس قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
قسم علوم التسيير

Ref : ..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20 .....
Guelma le : .....

الرقم: 279 /ك.ع.ت.ا.ك.ع.إ.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في : .....

إلى السيد: مدير بريد الجزائر
قالمة

الموضوع : قصد إجراء زيارة ميدانية

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب(ة): ..... نور الدين

سجل(ة) بقسم علوم التسيير سنة (ثالثة) دكتوراه ل.م.د : (علوم التسيير)/ (علوم مالية)
تخصص : ..... في حاجة لإجراء زيارة ميدانية أو تربص بمؤسستكم .
موضوع الزيارة ..... حول موضوع .....
..... الذمة المالية الرقمية من خلال استمارة بحث .....

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية.

ولكم منا فائق التقدير و الاحترام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
د/ بولقصيبات محمود

رئيس القسم
إمضاء : جليلية كريم

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الجمهوريـــــة الجزائريـــــة الديمقراطيـــــة الشعبيـــــة
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جـــامعـــة 8 مـــاي 1945 قـــالمـــة
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير
قســـم علـــوم التسيير
الرقم: 151 ق.ع.ت.ك.ع.ا.ت ع.ت/ج ق/ 2024
قالمة في: 08 / 04 / 2024

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : ..... D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le : .....

إلى السيد: .....
.....

الموضـــوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية

نحـــن رئيـــس قســـم علـــوم التسيـــير نشهـــد بـــأن:

الطالـــب(ة): .....

مسجل(ة) بقسم علـوم التسيـير سنـة (ثالثة) دكتوراه .فرع : (علوم التسيير)/ (علوم ماليـة)
تخصص : ..... في حاجة لأجراء زيارة ميدانيـة أو تربـص بمؤسستكم .
موضوع الزيـارة: .....
.....

لـذا نرجـو من سيادتكم الموافقـة لتحقيـق هـذه الغايـة.

ولكـم منـا فائـق التقديـر و الاحتـرام

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف
.....

رئيـس القسـم
.....

رئيس قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
إمضاء: جلايلية كريم

GULF BANK ALGERIE
AGB
GUELMA 114
ختم وإمضاء المؤسسة المستقبلة
LAGUE Tahar
Directeur d'Agence