

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria

Ministry of higher education and scientific research
University Abbes Laghrour Khenchela
Faculty of Economics, Business and Management Sciences
Department of Economics
Specialization: Banking and Monetary Economy



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور خنشلة
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي ومالي

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي بعنوان:

دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية
-وكالة قايس-

إشراف الأستاذ(ة):

- باديس نبيلة

إعداد الطالب(ة):

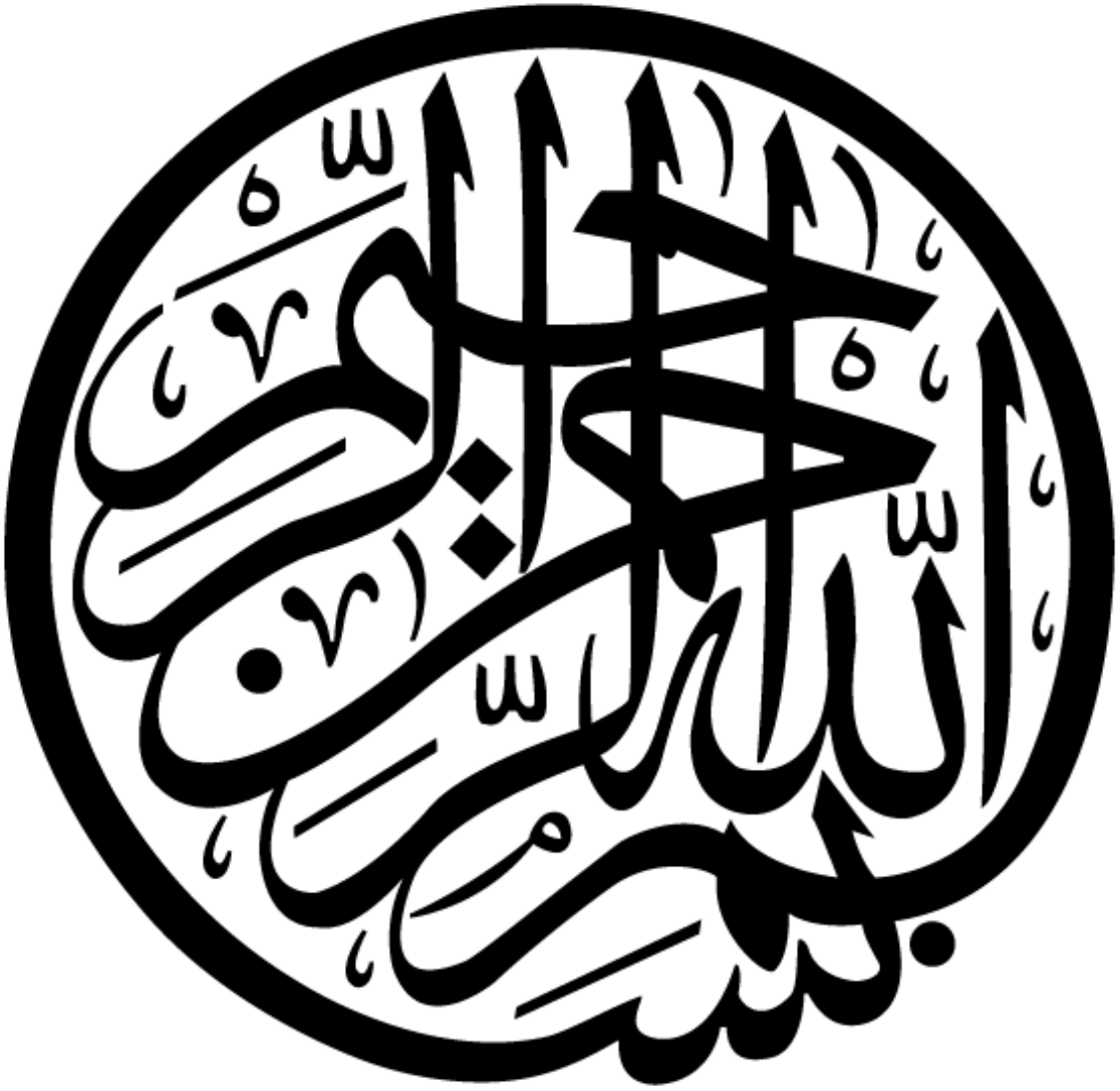
- حراث حبيبة

- نواصر جيهان

أعضاء لجنة المناقشة

| الصفة | الجامعة الأصلية | الرتبة | الأستاذ |
|---------|-----------------|----------------------|-----------------|
| رئيساً | خنشلة | أستاذ مساعد أ | مسعي عبد الحليم |
| مشرفاً | خنشلة | أستاذ التعليم العالي | باديس نبيلة |
| مناقشاً | خنشلة | أستاذ محاضراً | بريطل هاجر |

السنة الجامعية: 2025/2024



شكر وعرّفان

الحمد لله الذي أفاض علينا من فضله ونعمته، ويسّر لنا الأمور كلّها ما علمنا منها وما لم
نعلم، وأعاننا على إتمام دراستنا.

نتقدّم بالشكر الجزيل والعرّفان والتقدير والاحترام إلى الأستاذة الشريفة الفاضلة: باريس
نبيلة، على قبول إشرافها على مذّكرتنا، فكانت خير معين، حيث لم تبخل علينا بكلّ ما لديها
من معلومات، وتوجيهات، وملاحظات، راجين من الله عزّ وجلّ أن يسدّد خطاها،
وأنحقق مبتغائها، فجزاها الله عنا كلّ خير.

كما نتقدّم بمجزيل الشكر لأعضاء اللجنة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة.

كما نتقدّم بالشكر الجزيل إلى عمّال بنك الفلاحة والتنمية التريفية – وكالة قايس.

دون أن ننسى تقديم جزيل الشكر لكلّ من ساعدنا من قريب أو بعيد، ولو بكلمة تشجيعية.

الحمد لله عز وجل على منه وعونه لإتمام هذه الذكره؛

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له أماله، إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام
لنيل المبتغى؛

إلى الإنسان الذي أمتلك الانسانية بكل قوه، إلى الذي سهر على تعليمي بالضحيات؛

إلى مدرستي الأولى في الحياة أبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره؛

إلى التي وهبتنا فئدة كبدها كل العطاء والحنان إلى من صبرت على كل شيء، التي رعيتني
صو الرعاية؛

إلى التي كانت سندي في الشرائد وكانت دعواها لي بالتوفيق تتبغني خطوة بخطوة في عملي؛
إلى من ارتحت كلماتك ابتهامتها في وجهي نتبع الحنان أمي أعز ملاك جراها الله خير
الجراء؛

إلى أغلى ما أملك في الدنيا أخي: جمال، وأخواتي الغاليات: سهام، فيروز، أسماء؛

إلى كل من كان عوننا وسندنا في هذا الطريق لأستأذي المشرفة إلى الأصدقاء والأوفياء
ورفقاء السنين لأصحاب الشرائد والأزمات إلى من كانوا سندا وعوننا لي إليكم عائلتي؛
أهدى لكم هذا الإنجاز وثمره نجاحي الذي طالما تمنيت هاد أنا اليوم أكلت وأتممت أول ثمراته
بفضله سبحانه وتعالى

فالحمد لله على ما وهبني وأن يكون معي أينما كنت فمن قال أنا لها نالها؛

وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها؛

فالحمد لله شكرا وحبا وامتنانا على البدء والختام.



إهداء

من قال أنا لها نالها وأنا لها إن أبت رنما عنها أتيت بها؛
لم تكن الرحلة قصيرة ولم يكن الحالم قريبا ولا الطيرين محفوظا بالتسهيلات لكنني فعلتها

ونلتها؛

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب إلى من دعمني بلا حدود واطمأنني بلا مقابل إلى من
علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، وإلى من غرس في روحي مكارم الأخلاق

واعمي الأول في مسيرتي وقوتي من بعد الله عز وجل والدي: نصر نواصر؛

إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها واهتضني قلبها قبل يدها وسهلت لي الشرائد بدعائها

إلى القلب الحنون الرافي والشمعة التي كانت لي في الليالي الظلمات سر قوتي ونجاعي

ومصباح دزني إلى وهج حياتي والدي: نونة نارية؛

إلى من شر الله به عضي مكان خير معين وخير سند أضي الغالي: رامي؛

إلى مصدر قوتي الاعمين الساندين، أرضي الصلبة وجداري المتين، إلى من مدت أيديهم لي

في وقت الضعف إلى من راهنوا بنجاعي وذكروني بمدى قوتي أخواني: دنيا، سماح، روان؛

إلى رفقاء الدرب الذين شاركوني خطوات هذا الطريق إلى من هونوا تعب الطريق، إلى
من شجعوني على المثابرة وأكالم المسيرة، إلى رفقاء السنين ممتنة لكن: حبيبة، رفيعة، إكرام،

غفران، أهلام.

جيهان



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز الشمول المالي، وذلك من خلال استعراض المفاهيم العامة حول كل من الصيرفة الالكترونية والشمول المالي، وقم اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل الجوانب المختلفة لموضوع الدراسة، كما استخدمت الدراسة الاستبائية كأداة لجمع البيانات لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، وبنك القرض الشعبي الجزائري CPA وتم تحليلها إحصائيا وعرض النتائج باستخدام البرنامج SPSS v.27 بشكل أساسي لتطبيق كافة الأساليب الإحصائية، حيث خلصت هذه الدراسة إلى أن الصيرفة الالكترونية أداة لتعزيز الشمول المالي من خلال مساهمتها في تسهيل الوصول إلى الخدمات البنكية، وتحفيز العملاء باستخدام القنوات الرقمية، فضلا عن دورها في تحسين جودة الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الالكترونية، الشمول المالي، الخدمات البنكية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، القرض الشعبي الجزائري.

Abstract:

This study aims to highlight the role of electronic banking in promoting financial inclusion by reviewing the general concepts related to both electronic banking and financial inclusion. The study adopts a descriptive-analytical methodology to examine the various aspects of the research topic. A questionnaire was employed as the primary data collection tool, targeting the Agricultural and Rural Development Bank (BADR) and the Algerian Popular Credit Bank (CPA). The collected data were statistically analysed, and the results were presented primarily using the SPSS software v. 27 to apply all relevant statistical methods. The study concludes that electronic banking serves as a tool for enhancing financial inclusion by facilitating access to banking services, encouraging customer engagement through digital channels, and contributing to the improvement of service quality.

Keywords: Electronic banking, Financial inclusion, Banking services, Agricultural and Rural Development Bank (BADR), Algerian Popular Credit Bank (CPA).

قائمة المختصرات

| مختصرات | الدلالة باللغة الأجنبية | الدلالة باللغة العربية |
|---------|---|-----------------------------------|
| G20 | Group of twenty | مجموعة العشرين |
| OECD | Organisation for Economic Cooperation and Development | منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية |

| مختصرات | الدلالة باللغة الأجنبية | الدلالة باللغة العربية |
|---------|---|--------------------------------|
| BADR | Banque de l'Agriculture et du Développement Rural | بنك الفلاحة والتنمية الريفية |
| CPA | Banque de Crédit Populaire | بنك القرض الشعبي |
| CIB | Carte Interbancaire | بطاقة الدفع ما بين البنوك |
| TPE | Terminal de Paiement Electronique | الوحدات الطرفية عند نقاط البيع |
| DAB | Distributeur Automatique des Billets | الموزع الآلي للنقود |
| GAB | Guichet Automatique de Banque | الشباك الآلي البنكي |

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

| | |
|-----------|---|
| | شكر وعرهان |
| | إهداء |
| I | ملخص الدراسة: |
| II | قائمة المختصرات |
| V | فهرس الجداول |
| VI | فهرس الأشكال |
| أ-و | مقدمة: |
| 1 | تمهيد: |
| 2 | الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية والشمول المالي |
| 2 | المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية |
| 2 | المطلب الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية |
| 8 | المطلب الثاني: متطلبات وعوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية |
| 10 | المطلب الثالث: تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية |
| 14 | المبحث الثاني: عموميات حول الشمول المالي |
| 14 | المطلب الأول: نشأة ومفهوم الشمول المالي |
| 19 | المطلب الثاني: أبعاد ومؤشرات ومبادئ الشمول المالي |
| 24 | المطلب الثالث: الركائز الأساسية للشمول المالي وتحدياته |
| 26 | المبحث الثالث: علاقة الصيرفة الإلكترونية بالشمول المالي |
| 26 | المطلب الأول: دور تبني الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي |
| 28 | المطلب الثاني: تحديات الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي |

| | |
|-----------|--|
| 30 | المطلب الثالث: دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي..... |
| 31 | خلاصة الفصل الأول: |
| 33 | تمهيد: |
| 34 | الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايس_..... |
| 34 | المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية |
| 34 | المطلب الأول: نشأة وتعريف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR |
| 36 | المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايس_ |
| 39 | المطلب الثالث: خدمات BADR الإلكترونية |
| 48 | المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية وإجراءاتها |
| 48 | المطلب الأول: منهج ومتغيرات الدراسة |
| 50 | المطلب الثاني: أداة الدراسة |
| 54 | المبحث الثالث: الوصف الإحصائي للصيرفة الإلكترونية والشمول المالي..... |
| 54 | المطلب الأول: الوصف الإحصائي للبيانات الديمغرافية لعينة الدراسة..... |
| 61 | المطلب الثاني: الوصف الإحصائي للمتغير المستقل والمتغير التابع |
| 72 | المبحث الرابع: نتائج التحليل الإحصائي لفقرات الاستبيان..... |
| 72 | المطلب الأول: اختبار الفرضيات ومناقشتها..... |
| 79 | خلاصة الفصل الثاني |
| 81 | خاتمة..... |
| 86 | قائمة المراجع |
| | قائمة الملاحق..... |

فهرس الجداول

- الجدول رقم 1: أبعاد ومؤشر المالي ومؤشرات قياسه. 21.....
- الجدول رقم 2: يمثل عدد الاستبيانات الموزعة. 49.....
- الجدول رقم 3: مقياس ليكرت الخماسي. 51.....
- الجدول رقم 4: يوضح ثبات أداة الدراسة عن طريق معامل الفا كرومباخ. 52.....
- الجدول رقم 5: توزيع افراد عينة الدراسة وفق لخصائص الديمغرافية. 55.....
- الجدول رقم 6: المتوسط المرجح لسلم ليكرت الخماسي. 62.....
- الجدول رقم 7: يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد الوصول الى الخدمة المالية. 63.....
- الجدول رقم 8: يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد استخدام الخدمات المالية. 65.....
- الجدول رقم 9: يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد جودة الخدمات المالية. 67.....
- الجدول رقم 10: القيمة الإحصائية للأختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorove-simirnov. 73.....
- الجدول رقم 11: نتائج تحليل المنحنى لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة. $(\alpha = 0.05)$. 74.....
- الجدول رقم 12: تحليل التباين لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة. $(\alpha = 0.05)$. 74.....
- الجدول رقم 13: نتائج تحليل المنحنى لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$. 75.....
- الجدول رقم 14: تحليل التباين لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة. $(\alpha = 0.05)$. 76.....
- الجدول رقم 15: اختبار T للعينة الواحدة. 77.....

فهرس الأشكال

- شكل رقم 1: بطاقة التوفير 40
- شكل رقم 2: البطاقة الكلاسيكية CIB 41
- شكل رقم 3: البطاقة البنكية الذهبية (Gold) 42
- شكل رقم 4: بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية 42
- شكل رقم 5: ماستر كارد تيتانيوم 43
- شكل رقم 6: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الجنس 56
- شكل رقم 7: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الفئة العمرية 57
- شكل رقم 8: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الرتبة العلمية 58
- شكل رقم 9: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الوظيفة 59
- شكل رقم 10: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب سنوات الخبرة 61

مقدمة

مقدمة:

أدى التطور السريع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى حدوث ثورة في مجال الخدمات، وقد أصبحت صناعة الخدمة هي المستثمر في هذه التكنولوجيا، وتلعب دورا هاما في زيادة درجة العولمة، نظرا لما تؤدي إليه من زيادة الربط بين الاقتصادات المختلفة على مستوى العالم.

نتيجة نمو المشاريع للتكنولوجيا مؤخرا، تطور القطاع المالي عبر مراحل أهمها ظهور ما يسمى بالتكنولوجيا المالية، ما نتج عنه انتشار الصيرفة الإلكترونية التي فتحت آفاقا واسعة للمتعاملين بها وذلك بهدف مواكبة التطورات الحديثة وكذا دفع عجلة التنمية الاقتصادية ورغم تمتعها بمزايا عديدة إلا أنها واجهت عراقيل في بعض الدول أدت إلى تعطيل انتشارا لدافع واحد وهو عامل الثقة، لكن تلك العراقيل لم تمنع التطور المستمر لها لمحاولة تعميم واكتساح كل ميادين استخدامها.

بعد استخدام التقنيات الحديثة في القطاع المالي من العوامل المساعدة على الانتشار وصول الخدمات المالية شريحة كبيرة من المجتمع ومن ثم تحقيق الشمول المالي الذي يعد من أهم القضايا الهامة التي مالا اهتمام المنظمات الدولية حيث أضحت المبتغى الذي تصبو إليه كل الدول، التي عملت على مواكبة هذه التطورات، عن طريق البدء بتطوير آليات عمل البنوك بداية من البنية التحتية للمنظومات شبكات الربط الواسعة وصولا إلى أرقى النظام البنكية، وبرزت أهمية الشمول المالي باعتباره أحد الحلول للمشاكل الاقتصادية والاجتماعية المعاصرة.

ونظرا للترابط لخصوصية وأهمية الصيرفة الإلكترونية وما يهدف إليه الشمول المالي من تعميم الخدمات المالية فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك اهتم بالتأكيد على تبني الصيرفة الإلكترونية لتعزيز درجات الشمول المالي.

أولا: إشكالية الدراسة

على ضوء ما سبق ونظرا من ذلك يمكننا بلورة معالم إشكالية الدراسة وصياغتها بالتساؤل الآتي:

ما مدى مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

ولغرض الإجابة على هذا التساؤل تم طرح التساؤلات التالية:

- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

- هل يوجد تأثير للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية؟

- هل يتم تطبيق الصيرفة الإلكترونية بشكل مرتفع في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

حتى تتمكن من الإجابة على هذه الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية، قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية التالية:

- تسهم الصيرفة الإلكترونية بشكل إيجابي في تعزيز الشمول المالي لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

انطلاقاً من الفرضية الرئيسية قمنا بوضع الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05؛

- يوجد تأثير للصيرفة الإلكترونية على تسهيل للوصول للخدمات المالية؛

- يتم تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بشكل مرتفع عند مستوى الدلالة 0.05.

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

ثمة عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار موضوع هذه الدراسة من أبرزها:

- تماشي الموضوع مع التخصص اقتصاد نقدي ومالي، إذ تتطرق إلى كل ما هو جديد في البنوك من تقنيات حديثة؛

- التعرف على أهم جوانب الصيرفة الإلكترونية ومدى ارتباطها بالشمول المالي؛

- إضافة مرجع جديد يعتمد عليه الباحثون في هذا المجال؛

- معرفة الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي؛

- تسابق البنوك لجلب عدد أكبر من العملاء والاحتفاظ بهم من خلال تبني الصيرفة الإلكترونية لتعزيز الشمول المالي؛

- الرغبة الذاتية في فهم المصطلحات حديثة النشأة ومنها البنكية وتكوين فكرة عامة عنها والتي يبدأ ذكرها بتكرار في الآونة الأخيرة كالصيرفة الإلكترونية، الشمول المالي، البنوك الإلكترونية.

رابعاً: أهمية الدراسة

تظهر أهمية هذه الدراسة في الأهمية التي يكتسبها كل من موضوعي الصيرفة الإلكترونية والشمول المالي، باعتبار إن الصيرفة الإلكترونية تمكن شرائح المجتمع من الوصول إلى المنتجات المالية بأقل تكاليف عن طريق مختلف أدواتها وقنواتها وتعزز الشمول المالي للأفراد، وتحسن أوضاعهم الاجتماعية، كما تساهم الصيرفة الإلكترونية عن طريق زيادة التنوع في العمليات البنكية وانتشارها الجغرافي في تحقيق الشمول المالي، وهذا ما يؤدي إلى تعزيز استقرار النظام المالي.

خامساً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى استعراض جملة من الأهداف نذكر ما يلي:

- إعطاء خلفية نظرية عن الصيرفة الإلكترونية وأهم قنواتها، وكذا التعرف على مفهوم الشمول المالي وتحديد أهم أبعاده؛
- التعرف على مدى إدراك موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايِس_ إلى مفهوم الصيرفة الإلكترونية ودورها في تعزيز الشمول المالي؛
- التعرف على مدى مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايِس_؛
- محاولة إبراز أهم الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR** في تعزيز الشمول المالي.

سادساً: منهج الدراسة

من أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار الفرضيات اعتمدنا على كل من المنهج الوصفي والمنهج التحليلي وذلك من أجل ضبط وتحديد المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بكل من الصيرفة الإلكترونية والشمول المالي وتحليل مؤشراتته، وهذا بهدف إثراء الجانب النظري، كما تم الاعتماد على الاستبيان في الدراسة التطبيقية، حيث تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS v.27).

سابعاً: حدود الدراسة

تم إجراء الدراسة وفقاً لحدود زمنية في الفترة الممتدة من بداية: 23 أبريل 2025 م إلى 30 أبريل 2025 م.

فيما يخص الحدود المكانية تمثل الإطار الزمني للدراسة في التطرق إلى بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قاييس_ 339، حيث لم تشمل جميع أنشطة البنك بل اقتصر على الخدمات الإلكترونية التي يقدمها.

ثامناً: الدراسات السابقة

اعتمدنا في دراستنا على عدة دراسات سابقة نذكر منها:

1. دراسة قرين صبيحة، خليل عبد القادر، الموسومة **بالصيرفة ودورها في تعزيز الشمول المالي في الجزائر**، هذه الدراسة مقال منشور في مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة يحيى فارس بالمدينة، الجزائر، مجلد 12، العدد 02، ديسمبر 2023، حاولوا من خلال هذه الدراسة معرفة أثر الصيرفة الإلكترونية على الشمول المالي في الجزائر خلال الفترة 2011_2020 حيث خلصت الدراسة إلى وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين مؤشر الشمول المالي ومؤشر الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

2. دراسة بركان أمينة، الموسومة بـ: **الصيرفة الإلكترونية كنتيجة حتمية لتنفيذ أداء الجهاز المصرفي _ حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، مقدمة لجامعة الجزائر 3، سنة 2013/2014، والتي هدفت إلى مناقشة مدى تأهيل عمال البنوك على تقديم خدمات مصرفية إلكترونية وأثر استخدام ذلك على ربحية المؤسسة، وذلك بالاعتماد على احصائيات واستبيان تضمن 35 وكالة مصرفية توزعت بين عين الدفلى، تيبازة، والبليدة، خلصت الدراسة إلى أن تجربة الجزائر مع الخدمات المصرفية الإلكترونية تجربة فنية، ذلك راجع بعدم انتشار الجانب التشريعي المنظم لهذه العمليات، وأن اقبال المواطنين للتعامل مع هذا النوع من الخدمات بطيء، كما قدمت الدراسة مجموعة توصيات كان أهمها النهوض بالعمل المصرفي.

3. دراسة رشيد نعيمة، الموسومة **بالتنمية الأصغر الإسلامي آلية لتعزيز الشمول المالي**، دراسة وصفية استكشافية على عينة من فئات ذوي الدخل المحدود في الجزائر، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، سنة 2022/2023، التي هدفت إلى تعزيز وصول فئة ذوي الدخل المحدود للخدمات المالية الرسمية واستخدامها من خلال التوجه نحو التمويل الأصغر لإسلامي، وذلك بالاعتماد على توزيع استبيان على (100) مشارك من ذوي الدخل المحدود باستخدام تقنية أخذ العينات غير الاحتمالية، تم تحليل المجموعة باستخدام أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي، خلصت الدراسة إلى أن مواقف وتوقعات أفراد العينة لها توجه إيجابي نحو تبني

التمويل الأصغر الإسلامي يشترط توفر منتجات مالية تناسب احتياجاتهم الأساسية، الأمر الذي عزز الشمول المالي بشكل كبير، كما قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات من بينها تعزيز الشمول المالي لفئات ذوي الدخل المحدود في الجزائر يتطلب وجود مؤسسات تمويل أصغر إسلامية رسمية مناسبة ومخصصة خصيصاً لهذه الفئة.

تاسعا: تقسيمات الدراسة

من أجل الوصول إلى النتائج المنتظرة من هذه الدراسة تم تقسيمها إلى فصلين، بالإضافة إلى مقدمة وخاتمة، تناول الفصل الأول الجانب النظري للدراسة، بينما يتعلق الفصل الثاني بالجانب التطبيقي لها، وذلك على النحو التالي:

مقدمة: يعتبر أهم جزء في العمل البحثي كونه يمثل الجانب المنهجي الذي تبنى عليه باقي أجزاء البحث من فصول وخاتمة، فهو يتضمن العديد من العناصر المهمة خاصة إشكالية الدراسة، فرضياتها، نموذج وتقسيمات الدراسة وكذلك الدراسات السابقة؛

الفصل الأول: جاء بعنوان "الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية والشمول المالي" وقد قسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فكان عموميات حول الشمول المالي، وخصص المبحث الثالث لعلاقة الصيرفة الإلكترونية بالشمول المالي؛

الفصل الثاني: جاء بعنوان "دراسة تطبيقية بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قاييس_ وتقسم كذلك إلى أربع مباحث، تناول المبحث الأول تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية، كما يتناول المبحث الثاني الإطار المنهجي للدراسة الميدانية وإجراء لها، وتناول المبحث الثالث الوصف الإحصائي للصيرفة الإلكترونية والشمول المالي، بينما خصص المبحث الرابع لنتائج التحليل الإحصائي لفقرات الاستبيان.

الخاتمة: تحتوي على اختبار مدى صحة فرضيات الدراسة الفرعية والرئيسية، نتائج الدراسة، التوصيات، وفي الأخير آفاق الدراسة.

عاشرا: صعوبات دراسية

لا تخلو الأعمال من الصعوبات والعوائق خاصة في ميدان البحث العلمي ومن أهم هذه الصعوبات التي واجهتنا خلال فترة إنجاز هذا البحث ما يلي:

- قلة المراجعة ذات الصلة بالموضوع على مستوى مكتبة جامعة خنشلة؛

- صعوبة توزيع استمارة الاستبيان نظرا لانشغالات والتزامات بعض الموظفين؛
- ترددنا عدة مرات للبنك من أجل جميع الاستثمارات وذلك بسبب غياب العمال عن مناصب الشغل، كل حسب ظرفه الخاص (عطلة مرضية، مهمات عمل....)؛
- قلة الموظفين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية مما أدى إلى توجيهنا إلى بنك القرض الشعبي الجزائري من أجل إكمال العينة المطلوبة.

الفصل الأول

الإطار النظري للصيرفة

الإلكترونية والشمول

تمهيد:

في ظل التطورات السريعة التي عرفها العالم في مجال التكنولوجيا خاصة ما يتعلق بأنظمة الاتصال عن بعد، بالإضافة إلى الثورة المعلوماتية وانعكاسها على الأنشطة الاقتصادية عامة والعمل البنكي خاصة قد سهل بشكل كبير عمليات إنجاز المعاملات البنكية والاتصال السريع بالعملاء عبر قنوات توزيع الخدمة المصرفية الإلكترونية كالصراف الآلي وغيره، رغم انتشار هذه الخدمات هناك العديد من المناطق المعروفة منها كالقرى والأرياف إذا كان من أولويات المختصين وأصحاب القرار كالبنك الدولي هو حل هذه الإشكالية فقاموا بعمل مؤثر عالمي وهو ما يعرف بالشمول المالي والذي مثل أهمية كبيرة ومكانة عالية في جدول أعمال الحكومات من تعزيز هذا المؤشر عن طريق تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية و تسهيلها لجميع المناطق وعليه تخصيص هذا الفصل لمعالجة مختلف الجوانب المرتبطة بالموضوع.

من خلال ما سبق تناولنا في هذا الفصل:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية

المبحث الثاني: عموميات حول الشمول المالي

المبحث الثالث: علاقة الصيرفة الإلكترونية بالشمول المالي

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية

بعد التطور التكنولوجي المتسارع في شبكة الانترنت أدى إلى تواجد بعض التغيرات في طبيعة عمل القطاع المصرفي ويظهر ذلك من خلال تزود المصارف بآليات تكنولوجية في غابة الحداثة إذا فإن الصيرفة الإلكترونية ظهرت للرقى بالنظم والوسائل المختلفة لتقديم كل أنواع الخدمات المصرفية وذلك بما يتناسب بالتطور السريع في مجال الصناعة المصرفية.

لتحديد الإطار الإلكتروني للصيرفة الإلكترونية يقتضي منا الانطلاق من تحديد نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية (المطلب الأول)، ثم التطرق إلى متطلبات وعوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية (المطلب الثاني) أخيرا تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية

نتناول في ثنايا هذا المطلب نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية كما سنتطرق إلى تعريف الصيرفة الإلكترونية، أطرافها أهميتها وأهدافها.

أولا: نشأة الصيرفة الإلكترونية

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينات حيث برز مفهوم Monétique الذي يعني تزواج النقد الإلكتروني إلا أن استخدام البطاقات بل النقد الإئتماني يرجع في الواقع إلى بدايات القرن العشرين في فرنسا (بطاقات إلكترونية تستخدم في الهاتف العمومي) وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد) ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات حيث أصدر American express في 1958 بطاقة بلاستيكية والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينيات.¹

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية مصارف Bank Americard والتي دولت لتتحول فيما بعد إلى شبكة Visa العالمية كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء Blue card من قبل ستة مصارف فرنسية وفي نهاية السبعينيات وبفضل ثورة الإلكترونيك تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (Magnetic tracks) في عدد من البلدان

¹ دردوري الحسن، بلقاسمي سمية، واقع الصيرفة الإلكترونية ودورها في عصرة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد 03، 2017، ص 112.

الصناعية حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تخزين القيمة المكونة فيها لإجراء عمليات الدفع ومنذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا Telecom France في تزويد غرف الهاتف العمومية بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة ومع بداية التسعينيات 1992 أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات سحب أو دفع) في فرنسا برغوثية، وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد دعماً كبيراً لأمن العمليات التي تجرى بها.

ومع الانفجار الذي حدث مع ثروة الأنترنت تمّ دمج الخدمة الإلكترونية مع شبكة الانترنت وذلك يربط أجهزة الصراف الآلي والهواتف النقالة معها وظهور ما يعرف بالبنوك الجوال، وانتشرت البطاقات الذكية والشبكات الإلكترونية، وأصبحت جل الخدمات تقدم عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة.

ثانياً: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

إن التطورات التي شهدتها العالم في السنوات الأخيرة، أجرت تغييراً جزئياً في مختلف القطاعات بالأخص القطاع البنكي، فهذا جعل البنك نستغني عن الخدمات التقليدية وتلجأ إلى الخدمات الحديثة والمقدمة بطرق ووسائل مبتكرة بالاعتماد على التقنيات الحديثة.

1. تعريف الصيرفة الإلكترونية:

هناك محاولات كثيرة من قبل الباحثين لتحديد تعريف للصيرفة الإلكترونية من أهمها ما يلي:

يمكن تعريف الصيرفة الإلكترونية على أنها "تلك الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدم من طرف البنك حيث أنه يميزها الوقت المختصر والتكلفة المنخفضة".¹

أو هي "القيام بالعمليات المصرفية بوسائل إلكترونية متطورة في مجال الإعلام والاتصال مما يوفر على العمل التنقل الشخصي البنك".²

¹ مزهود صارة، دور الصيرفة الإلكترونية في تفعيل الشمول المالي بالجهاز المصرفي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الموسمة، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2022/2021، ص15.

² مزهود صارة، المرجع نفسه، ص 16.

يمكن القول أن الصيرفة الإلكترونية هي إجراء المعاملات المالية بين المؤسسات الاقتصادية والمالية و الحكومات بطرق إلكترونية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة والابتكار، وذلك من اجل السيطرة على التكاليف لتحسين الرزية سواء تعلق الأمر بالسحب، الدفع، الائتمان، التحويل التعامل في الأوراق المالية وغير ذلك من الخدمات¹.

يقصد بالصيرفة الإلكترونية تقديم البنوك للخدمات البنكية التقليدية او المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها وفق شروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشركة كوسيلة لاتصال الزبائن².

تعرف أيضا على أنها "ذلك النوع من الخدمات التي تقدمها البنوك أو المؤسسات المالية، والتي تعتمد الركائز الاللكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، لتقديم الخدمات المصرفية بأمان مطلق³.

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن "الصيرفة الإلكترونية هي تقديم الخدمات المالية والبنكية من خلال الانترنت والموزعات الآلية والشبكات الخاصة و الهاتف النقال، فهي تتيح الخدمة عن بعد 24/24 ساعة 7/7 أيام من الأسبوع بسرعة فائقة بتكلفة أقل دون الانتقال إلى البنك".

2. أطراف الصيرفة الإلكترونية:

ترتبط الصيرفة الإلكترونية بالأطراف الأساسية التي تؤثر في التوسع في العمل المصرفي وتمثل في:⁴

1.2. عملاء البنوك التجارية:

يعتبر عملاء البنوك التجارية الطرف الأهم في الصيرفة الإلكترونية من خلال تعاملهم بأدوات الصيرفة الإلكترونية، فالعمل البنكي الإلكتروني يجب أن يوجه لأغراض التسويق المباشر واستقطاب عملاء جدد إذ عليه ان يوجد البنية الأساسية الأزمة لتمكين العميل من أن يعبر إلكترونيا البنك العمل عليها وإخراج منتجات وخدمات مفصلة لهذا العميل، كما يمكن

¹ رحيم حسين، هوارى معراج ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية ،جامعة الشلف، الجزائر، يوم 14 و15 ديسمبر 2004، ص 316.

² بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كحمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي حالة الجزائر، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013/2014، ص 350.

³ قرين صبيحة، خليل عبد القادر، الصيرفة الاللكترونية ودورها في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، دراسة قياسية للفترة (2011-2020)، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة يحي فارس المدية، الجزائر، المجلد 12، العدد 02، 2023، ص 220.

⁴ جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، الأردن، دار الثقافة النشر والتوزيع، 2008، ص 58.

اعطاءه عروضاً خاصة للخدمات التي اعطاها العميل أولويات معينة، وهذه المعطيات الهامة عن العميل سوف تمكن البنك من بيع خدماته ومنتجاته بشكل آلي لهذا العميل.

2.2. البنوك التجارية:

تمثل البنوك التجارية الطرف الثاني من أطراف التوسع في الصيرفة الإلكترونية وهي المسؤولة عن توفير أدوات الصيرفة الإلكترونية، بحيث أن عملية إعادة الهندسة وتوافر طاقة تشغيلية إلكترونية للمعلومات يجب أن يصاحبها تركيز البنك على تطوير قنوات توزيع متطورة تجعل العميل تحصل على خدماته على مدار الساعة حول العالم سواء في منزله أو من مكتبه.

3.2. البنوك المركزية:

تمثل البنوك المركزية الطرف الثالث من بين أطراف الصيرفة الإلكترونية باعتبارها السلطة النقدية والرقابية التي تشرف على البنوك فيما يتعلق بالصيرفة الإلكترونية، إذ يعد البنك المركزية الجهة التي تشرف وتراقب أنشطة البنوك المعاملة في الدول، ومن هنا فإنه يقوم بتنظيم أنشطة الصيرفة الإلكترونية ويتم ذلك من خلال القوانين والتشريعات تمثل ركيزة أساسية لتطوير البنوك والأنشطة البنكية المعتمدة على الاستخدامات التكنولوجية والإلكترونية، ويتوجب على السلطات الاستشرافية أن تتبنى مقاربات متوازنة عندما تشرع في إدخال أنظمة وسياسات جديدة على العمليات البنكية الإلكترونية، بحيث يضمن عمل البنوك بصورة سليمة وتحرص في الوقت نفسه على عدم وضع العراقيل أمام الابتكار وعدم الإضرار بالوضعية التنافسية البنوك في مقابل المؤسسات الغير البنكية.

3. أهمية الصرافة الإلكترونية:

تكتسي الصرافة الإلكترونية أهمية بالغة بالنسبة للبنك والعميل على حد سواء نوجزها في النقاط التالية:¹

1.3. تخفيض التكاليف البنكية:

إنَّ تكلفة انشاء 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 موقفه على الأنترنت يساعد على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية.

2.3. جذب شريحة أكبر من العملاء:

إنَّ توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت، سيؤدي بالعملاء إلى المقارنة بين خدمات البنوك للاختيار الأنسب، وبذلك تكون شبكة الأنترنت عامل منافسة قوي في كذب أكبر عدد من العملاء.

3.3. تحسين جودة الخدمة البنكية:

تساهم الانترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات البنكية بشكل إعلامي، وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

4.3. تقليل الأخطاء البنكية:

تضمن ائمة المدفوعات أو غيرها من الأنشطة البنكية سداد المدفوعات في الوقت المحدد وقد تمنع الأخطاء الناتجة عن ولات لوحة المفاتيح أو خطأ المستخدم، بالإضافة إلى ذلك فإن اختيار الخدمات البنكية الإلكترونية يزيل الأخطاء بسبب سوء الكتابة اليدوية أو المعلومات الخاطئة.

¹ ظريفة الغزالي، العمرية لعجال، دور الصرافة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 02، 2022، ص ص 143، 144.

5.3. زيادة التدقيق وتقليل الاحتيال:

يتطلب التدقيق المتزايد في الشؤون المالية البنك من خلال عمليات التدقيق وتدابير مكافأة الاحتيال مستوى عال من الوضوح لجميع المعاملات المالية، بالتالي فإن الاعتماد على الخدمات البنكية الإلكترونية يوفر بصمة إلكترونية لجميع موظفي المحاسبة والمسيرين وأصحاب الأعمال الذين يقومون بتعديل الأنشطة المصرفية بالإضافة إلى إمكانية الاطلاع على الأنشطة البنكية، مما يجعل من الصعب حدوث الأنشطة الخفية أو الاحتيالية.

4. أهداف الصيرفة الإلكترونية.

إن البنوك الإلكترونية لما تتضمنه من بنوك الأنترنت تمثل حادثة القرن الواحد والعشرين، لكن السؤال الذي يفرض نفسه هو متى يمكن البنك اختبار تجربته في تحويل خدماته إلى خدمات إلكترونية ناجحة؟ والإجابة المباشرة هي في تحقيق البنك بعض من الأهداف أهمها:¹

- فتح أسواق جديدة أمام منتجات وخدمات البنك، ذلك إن التحول إلى الخدمات الإلكترونية يجب أن يصاحبه الحصول على عملاء جدد، وفتح آفاق جديدة، ولما يغطي تكلفة استثماراته التكنولوجية، ومخاطر تشغيله؛
- تحسين طرق إدارة العلاقات مع العملاء وذلك تكون الخدمة الإلكترونية يميزها الدقة في الأداء والأمن وفي أي وقت واي مكان، وبالتالي من المفروض أن تؤدي إلى تحسين العلاقات مع عملاء البنك؛
- تخفيض كلفة أداء الخدمة، فانخفاض تكلفة أداء الخدمة سمة من سمات الخدمات الإلكترونية، وذلك بالرغم مما يتطلبه من بنية تحتية، وبرامج وحاسبات وتدريب إلا إن ذلك يظل أقل تكلفة من تقديم الخدمة المصرفية بالوسائل التقليدية من خلال الفروع؛
- القدرة على مخاطبة كل عميل على حدة وتقديم الخدمة المناسبة له اب ادارة العلاقة من العملاء للمحافظة على رضاهم، وذلك نتيجة ما تتيحه الخدمات الإلكترونية من البرامج التي تمكنها من تحقيق شعور لدى العميل بأن الخدمة مقدمة له دون غيره.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العيد الات، الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع)، دار وائل النشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص ص 35،36.

المطلب الثاني: متطلبات وعوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية

سنتناول في ثنايا هذا المطلب متطلبات الصيرفة الإلكترونية وسنتطرق أيضا إلى عوامل نجاحها.

أولا: متطلبات الصيرفة الإلكترونية

هناك عدة عوامل متطلبات أساسية يجب توافرها لعمل الصيرفة الإلكترونية تتمثل فيما يلي:¹

1. البنية التحتية التقنية:

تقع البنية التحتية التقنية في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية لاسيما أن البنى التحتية للدولة وهي المتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة، وضمان دخول لعصر المعلومات وتمثل تقنيات الإعلام أهم عنصر بالنسبة للبنى التحتية من حيث الأجهزة والبرمجيات والكفاءات البشرية وهي دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة.

2. التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجندات:

إن التطوير من أهم متطلبات بناء البنوك الإلكترونية لاسيما وأن الجمود لا يلتقى مع فرص التمييز.

3. التفاعل مع المتغيرات:

إن التفاعل لا يعني فقط التعامل مع الجديد وإنما يجب أن يكون مع الأفكار والنظريات الحديثة، حيث إن هذه الأفكار وليدة التفكير الإبداعي وليست وليدة التفكير النمطي.

4. الرقابة والتقييم:

لقد أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جهات ترجع إليها للمشورة في التخصصات التقنية والتسويقية لتقييم فعالية وأداء مواقعها، لاسيما وأن التقييم يعد من أهم عناصر النجاح لأي عمل.

¹ بجرة سامية، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحقيق التنافسية البنكية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماستر، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2023/2022، ص ص 6،5.

5. كفاءة الأداء:

يجب أن تمتد كفاءة الأداء لنشاط البنك الإلكتروني إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستثمارية و الادارية، خاصة وأن هذه الكفاءة يجب أن تقوم على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي.

6. الكوادر البشرية الكفؤة:

إن توفر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة، يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الإلكترونية، وذلك الأمر يتطلب التواصل التأهيلي والتدريبي الكوادر في مختلف الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والاستثمارية و الادارية.

7. سلامة ومصداقية البيانات:

تعد سلامة البيانات جزء مهم من المكونات الامنية المعاملات المصرفية الإلكترونية، ويتعين على البنوك إرساء إجراءات تحكم فعالو بالشكل الذي يضمن دقة وسلامة البيانات المستلمة والمرسلة بالإضافة للتحكم في الدخول إلى الشبكات والأنظمة والتأكد من هوية المستخدمين والاحتفاظ بسجلات المعاملات.

8. انتظام تقديم الخدمة:

إن انتظام تقديم الخدمة الإلكترونية على مدار الساعة يمثل عنصر هام من مكونات إدارة وتوفير هذه الخدمات الأمر الذي تعززه متطلبات المنافسة من جهة واحد من مخاطر السمعة من جهة أخرى.

ثانياً: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية

من أجل إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي ذلك الالتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل البنكي والتي تتمثل فيما يلي:¹

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقاً للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة؛
- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل؛

¹ خباية عبد الله، الاقتصاد المصرفي، بدون طلعة، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، 2013، ص 195.

- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة؛
- إعداد خطة لتدريب الموارد التجارية؛
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع استراتيجية على مستوى البنك المركزية أو البلد أو التحالفات الدولية.

المطلب الثالث: تحديات ومعيقات الصيرفة الإلكترونية.

لازالت الصيرفة الإلكترونية تواجه تحديات ومعيقات تختصم على الدول التي لازالت تنتهجها وضع طرق قانونية وتكنولوجية آمنة تضمن سلامة العمل البنكي.

أولاً: تحديات الصيرفة الإلكترونية

يفرض البنك الإلكتروني عدة تحديات سواء كانت قانونية أو تقنية متعلقة بأمن التعاملات المالية، فلا بد البنوك من مواجهة هذه التحديات حتى تستطيع القيام بدورها كما ينبغي.

1. التحديات القانونية ووسائل الدفع:

تخضع البنوك الإلكترونية لتحديات قانونية وتحديات أخرى تخص وسائل الدفع تتمثل فيما يلي:¹

1.1. التحديات القانونية:

تفرض التحديات القانونية على البنوك الإلكترونية مشكلة الاثبات المصرفي بالوسائل الإلكترونية، هذه الحقيقة تطرح مشكلات الاثبات المصرفي بالوسائل التقنية، والمتمثلة في مشكلة قبول هذه الوسائل من القطاعات المتعلقة بالأنشطة التجارية والمالية سواء الأفراد أو الزبائن أو المؤسسات، والقاعدة الأساسية التي لا يمكن الانطلاق منها هي مدى الاطمئنان على سلامة الوسائل الإلكترونية في التعاقد والاثبات وهذا يعتمد بشكل رئيسي على ثلاث عناصر أساسية وهي:

- التكنيك المستخدم ومحتوى التقنية والقدرة على تبسيط الفكرة وإيصالها للمتعاملين؛
- مدى كفاءة نظام التراسل؛
- الثقافة والتأهيل للتعامل مع مشكلات التراسل الإلكتروني.

¹ سمية بلغول، واقع وتحديات البنوك الجزائرية في ظل الصيرفة الإلكترونية، رسالة ماجستير، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2014، ص 98.

إن تحقيق درجة قبول مميزة لوسائل التعاقد الإلكتروني يتطلب برنامجاً توعوياً شاملاً للمتعاملين ومؤسسات الأعمال والجهات القضائية والقانونية، ليست فقط الدفع نحو وسائل التعاقد الإلكتروني، ولكن لإيجاد ثقافة عامة تمثل الأساس لتعاطي مع كافة إفرافات عصر المعلومات والاستجابة للتطور السريع.

2.1. تحديات وسائل الدفع:

تتسارع وسائل الخدمة الإلكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظام القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فإذا كانت بطاقات الائتمان مثلاً قد حققت رواجاً ومقبولية عالية، فإنها لازالت تنير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية و مسؤوليات أطراف العلاقة فيها، وبعد أن بدأ الاتجاه نحو المال الرقمي أو الإلكتروني كبديل عن المال الورقي فالمعايير و القواعد و النظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً، هوما تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات أثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متواءمة مع مفاهيم المال ووسائله قواعد واحكام التعامل مع مشكلاته القانونية، كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني لإدارات البنوك الإلكترونية التي اختارت دخول هذا الميدان.

2. التحديات الضريبية وأمن المعلومات والمعاملات البنكية الإلكترونية:

تنقسم هذه التحديات إلى تحديات ضريبية وأخرى متعلقة بأمن المعاملات والمعلومات البنكية الإلكترونية وتتمثل

في:¹

1.2. التحديات الضريبية:

إن الأعمال الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط الاقتصادي، وهذا ما يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط المصرفي، لذلك لابد من نظام جبائي يستجيب لهذه التحديات مع أساليب جديدة في التحصيل وتحديد الوعاء الضريبي معتمدة على ما وفرته التكنولوجيا الحديثة، ودراسة تأثير الضرائب على النشاط الإلكتروني، وحالة التعارف بين مواقف المتحمسين للأعمال الإلكترونية وحرس الأعمال التقليدية، ومعالجة ما تفرضه النصوص القائمة من ضرائب ورسوم في مختلف النواحي واتصالها بالأعمال الإلكترونية بالنسبة للبائع و المشتري ومقدم الخدمة ومتلقيها.

¹ سمية بلغول، مرجع سابق، ص 98.

2.2. تحديات أمن المعلومات والمعاملات البنكية الإلكترونية:

الحقيقة الأولى من حقل تحديات أمن المعاملات المصرفية أن أمن البنوك الإلكترونية جزء رئيسي من أمن المعلومات ونظم التقنية العالية عموماً، وتشير حصيلة دراسات أمن المعلومات وما شهده هذا الحقل من تطورات على مدى الثلاثين عاماً المنصرمة أن مستويات ومتطلبات الأمن الرئيسية في بيئة تقنية المعلومات تتمثل في:

— الوعي بمسائل الأمن لكافة الأداء الوظيفي؛

— الحماية المادية للتجهيزات التقنية؛

— الحماية الأدائية (استراتيجيات رقابة العمل والموظفين)؛

— الحماية التقنية من المخاطرة الخارجية.

ثانياً: معوقات الصيرفة الإلكترونية

من المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الإلكترونية ما يلي¹:

1. البنية التحتية للخدمات المصرفية الإلكترونية:

يتطلب إرساء الصيرفة الإلكترونية إيجاد بنية تحتية مستندة إلى قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وجاهزيتها لاعتماد الأعمال الإلكترونية التجارية والمصرفية.

2. معوقات أمنية وقانونية:

لقد أصبحت المشكلة المتعلقة بالأمن أحد الاهتمامات الرئيسية المصارف، حيث أن مجموعة كبيرة من العملاء ترفض اختيار التسهيلات المصرفية الإلكترونية نظراً لمخاوفها الأمنية، و تعد الثقة أكبر عقبة أمام الخدمات المصرفية الإلكترونية لمعظم العملاء. فالكثير من العملاء يفضلون الخدمات المصرفية التقليدية نظراً لانعدام الثقة في أمن الانترنت، وذلك لأن لديهم تصور أن المعاملات عبر الانترنت محفوفة بالمخاطر بسبب عمليات الاحتيال.

وتلعب الخصوصية والأمان دوراً رئيسياً في نكون الثقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، فعندما يعلم العملاء أن معالجة المعلومات المالية الخاصة بهم آمنة للغاية يشعرون بالراحة وتزداد ثقتهم بالبنك.

¹ حنان ظاهر، معوقات الصيرفة الإلكترونية في فروع المصارف التجارية الخاصة، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 39، العدد 1، 2017، ص ص 74-75.

3. معوقات اجتماعية وثقافية:

يعد انخفاض الوعي لدى العملاء فيما يتعلق بالتكنولوجيا الحديثة وفوائدها من أبرز التحديات التي تقل عائق أمام تطوير الأعمال المصرفية الإلكترونية، كما أن افتقار العملاء الخبرة أو صعوبة استخدام الخدمات عبر الانترنت يشكل أحد عوائق تطوير الأعمال المصرفية الإلكترونية، يضاف إلى ذلك تفضيل العملاء للتواصل مع موظفي البنك على الحصول على الخدمة الإلكترونية.

4. معوقات اقتصادية:

في البلدان التي تعاني من ظروف الاحتلال وتعيش حالة من الحصار الاقتصادي فإن المعوقات الاقتصادية تشكل تحدياً أساسياً يحول دون إمكانية تطبيق الصيرفة، فعلى سبيل المثال في بلد مثل فلسطين يعد ارتفاع تكلفة الاتصال مع الشبكة وعدم توفر حملات التوعية والإرشاد لاستخدام الانترنت، فضلاً عن ارتفاع أسعار أجهزة الحاسوب و الأجهزة اللازمة للربط مع الشبكة أبرز ما يعيق الصيرفة الإلكترونية كما يشكل نقص في الاستثمارات في مجال البنى التحتية أحد أبرز معوقات الصيرفة الإلكترونية.

5. معوقات تقنية وفنية:

تتمثل هذه المعوقات في انخفاض أمن الانترنت، بطء خدمة الانترنت وانخفاض جودتها، فضلاً عن محدودية الكوادر الإدارية والفنية والمؤهلة القادمة على أداء أعمال الصيرفة الإلكترونية بكفاءة عالية، أيضاً يعد عدم انتشار مواقع الصراف الآلي للبنك بشكل جيد أحد المعوقات التقنية.

المبحث الثاني: عموميات حول الشمول المالي

حظي مصطلح الشمول المالي باهتمام كبير من الباحثين والمهتمين بالقطاع المالي كأداة رئيسية للنهوض باقتصاديات الدول وتدعيم مؤسساتها المالية وتحسين مستويات المعيشة، وقد انتشر في الفترة الاخيرة كانعكاس لحركة عالمية تسعى إلى إدماج أكبر عدد ممكن من سكان العالم في المنظومة المصرفية الدولية.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم الشمول المالي

سنتناول في ثنايا هذا المطلب نشأة ومفهوم الشمول المالي كما سنتطرق إلى تعريفه، أهميته وأهدافه.

أولاً: نشأة الشمول المالي:

ظهر مصطلح الشمول المالي لأول مرة في عام 1993 في دراسة لـ (Iyhoneand Thrift) "ليشون وثرثفت" عن الخدمات المالية في جنوب شرق إنجلترا تناول فيها أثر اغلاق فرع احد البنوك على وصول سكان المنطقة فعلياً للخدمات المصرفية وخلال تسعينات القرن الماضي، ظهرت العديد من الدراسات المتعلقة بالصعوبات التي تواجهها بعض فئات المجتمع في الوصول إلى الخدمات المالية المصرفية وغير المصرفية وفي عام 1999 استخدم مصطلح الشمول المالي لأول مرة بشكل أوسع لوصف محددات الوصول للأفراد إلى الخدمات المالية المتوفرة، وينحصر اهتمام المغنيين في الشمول المالي في استهداف من جرى اقصاؤهم بشكل قصري من الشمول المالي وإيجاد السبل الكفيلة للتغلب على اسباب وعوامل الإقصاء ولا يهتم بمن اختاروا قضاء أنفسهم عن استخدام المنتجات والخدمات المالية.¹

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

¹ حسين جازية، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، المجلد 16، العدد 23، 2020، ص 99.

العديد من المؤسسات العالمية مثل المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء ومؤسسة التمويل الدولية برامج تعمل على تحقيق الشمول المالي.

عملت العديد من الحكومات على إصدار سياسات وتشريعات تتناسب مع المخاطرة المتعلقة بالخدمات المالية المبتكرة بحيث تكون مبنية على أسس سد الفجوة والشمولية في التشريعات الحالية واتباع نهج شامل مبني على تشريعات عادلة وشفافة لحماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية وبشكل ضمان الشفافية في تسعير الخدمات المالية وتطوير آلية لمعالجة تساوي العملاء وتحديد الجهة الإشرافية المسؤولة عن حماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية ، وكانت المملكة المتحدة و ماليزيا من أوائل الدول التي قامت بتطوير وتنفيذ استراتيجيات وطنية للشمول المالي في عام 2003 وتوسعي العديد من الدول النارية والمتقدمة حاليا لتطوير استراتيجيات وطنية للشمول المالي.¹

ثانيا: مفهوم الشمول المالي

يعد الشمول المالي من المفاهيم الأكثر تداولاً في الفترة الأخيرة، فقد قامت غالبية الدول المتقدمة والنامية منها اتباع سياسات تتضمن تحقيق الشمول المالي، من خلال تمكين جميع شرائح المجتمع من الوصول إلى الخدمات والمنتجات المالية التي اللي احتياجاتهم.

1. تعريف الشمول المالي:

تعددت التعريفات التي وجهت للشمول المالي التي وضعت من قبل المؤسسات المالية الدولية ولكنها في المجمل تنصب في نفس الاتجاه ومن هذه التعريفات ما يلي:

عرفته مجموعة العشرين وهي منتدى دولي يجمع الحكومات ومحافظي البنوك المركزية من 20 دولة والاتحاد الأوروبي (G20) ومؤسسة التحالف العالمي للشمول المالي "على أنه تعزيز وصول وكافة فئات المجتمع وكما بشكل الفئات المهمشة والميسورة للخدمات والمنتجات المالية التي تتناسب مع احتياجاتهم، بحيث تعم لهم بشكل عادل وشفاف وبتكاليف معقولة".²

¹ حسين جازية، مرجع سابق، ص 99.

² بلكلحل حضرية، واقع استراتيجية الشمول المالي في المنطقة العربية، جهود ومبادرات، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجنت، جامعة مستغانم، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، جانفي 2023، ص 545.

عرفت المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء الشمول المالي "وصول الأسر والشركات إلى الخدمات المالية المناسبة واستخدامها بشكل فعال، ووجوب تقديم تلك الخدمات بمسؤولية وبشكل مستدام في بيئة منظمة تنظيماً جيداً".¹

عرف البنك الدولي للشمول المالي بأن "الأفراد والشركات لديهم إمكانية الوصول إلى المنتجات والخدمات المالية المفيدة والميسورة التكلفة التي تلبس احتياجاتهم كالمعاملات والمدفوعات والمدخرات والائتمان والتأمين التي يتم تقديمها بطريقة مسؤولة ومستدامة".²

وتعرفه كل من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية وهي منظمة اقتصادية حكومية دولية تضم 38 دولة عضو (OECD) والشبكة الدولية للثقيف المالي بأنه "العملية التي يتم من خلالها تعزيز الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية الرسمية والخاضعة للرقابة، بالوقت والسعر المعقولين وبالشكل الكافي، وتوسيع نطاق استخدام هذه الخدمات والمنتجات من قبل شرائح المجتمع المختلفة وذلك من خلال تطبيق مناهج مبتكرة والتي تضم التوعية والثقيف المالي".³

ويعرفه بنك الاحتياط الهندي على أنه "تقديم الخدمات المصرفية بتكلفة معقولة إلى أقسام واسعة من فئات الدخل المنخفضة والمحرومة والوصول غير المقيد إلى السلع والخدمات العامة وهو شرط لا غنى عنه لمجتمع منفتح وكفي، كما أن طبيعة الخدمات المصرفية هي في الصالح العام، وتوفر الخدمات المصرفية والدفع لكافة أفراد المجتمع دون تمييز هدف رئيسي للسياسة العامة".⁴

من خلال ما تم عرضه من تعاريف يمكننا القول إن "الشمول المالي هو العملية التي يتم من خلالها تقديم الخدمات المالية وجعلها مرتاحة لعدد كبير من سكان العالم بتكلفة معقولة".

¹ عزاوي أسامة، رفاع توفيق، تعزيز الشمول المالي كآلية في تحقيق الاستقرار المالي، دراسة حالة دول العالم العربي، مجلة العلوم التجارية والتسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، المجلد 17، العدد 01، 2021، ص 108.

² رشيد نعيبي، التمويل الإسلامي الأصغر كآلية لتعزيز الشمول المالي، أطروحة دكتوراة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2023، ص 36.

³ وفاء حمدوش، أيمن بوزانة، واقع تأثير تفعيل سياسة الشمول المالي على تعزيز الاستقرار المالي النظام المصرفية العربية، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، جامعة عنابة، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، 2021، ص ص 71-87.

⁴ فلاق صليحة وآخرون، تعزيز الشمول المالي كمدخل استراتيجي لدعم الاستقرار المالي في العالم العربي، مجلة التكامل الاقتصادي، جامعة الشلف، الجزائر، المجلد 07، العدد 04، 2019.

2. أهمية الشمول المالي:

- لا جدال اليوم عن الأهمية الجوهرية التي يلعبها الشمول المالي في مختلف المجالات إذ أنه أصبح محور اهتمام العديد من الحكومات، وهو ما سوف يتم التطرق إليه فيما يلي:¹
- تحقيق الاستقرار المالي حيث أن تحسين الحروف المالية ورفع مستوى معيشة الفقراء يؤدي إلى الاستقرار الاجتماعي والسياسي وبالتالي زيادة استقرار النظام المالي؛
 - الشمول المالي يحسن من كفاءة عملية الوساطة بين الودائع والاستثمارات فضلا عن زيادة نصيب القطاع الرسمي على حساب القطاع غير الرسمي؛
 - التحفيز على تنمية وتطوير الأعمال التجارية، وبالتالي الإيرادات الضريبية للاقتصاد؛
 - تعزيز الادخار وتطوير ثقافة المدخرات، وتسهيل الوصول إلى الائتمان في حالة الطوارئ في تنظيم المشاريع والسماح بالحصول على آلية دفع فعالة أيضا، كما أن تطوير وانتشار استعمال الهواتف المحمولة يساهم بشكل كبير في النمو الاقتصادي؛
 - تعزيز التنافس بين المؤسسات المالية من خلال العمل على تنويع منتجاتها والاهتمام بوجودها لجذب أكبر عدد من العملاء والمعاملات وتقنين بعض القنوات الغير رسمية؛
 - التأثير على الجانب الاجتماعي من حيث الاهتمام الأكبر بالفقراء ومحدودي الدخل، والوصول إلى الأفراد والمشروعات الصغيرة والمتوسطة ودمجهم بالقطاع المالي الرسمي عن طريقة إتاحة الخدمات المالية وجعلها في متناول الشرائح الفقيرة والمهمشة؛
 - رفع مستويات النزاهة المالية وذلك من خلال مكافحة غسيل الأموال وتمويل الإرهاب ومساندة مكافحة الجريمة حيث أنه إذا تم الالتزام بمعايير النزاهة المالية المتعارف عليها فإن ذلك سيؤدي تطوير وضعية فئة كبيرة من ذوي الدخل المنخفضة بالخدمات المالية الرسمية والعكس صحيح؛
 - شمل أهمية الشمول المالي على الحماية المالية للمستهلك حيث تسعى هذه الأخيرة إلى خلق التوازن في العلاقة بين مقدمي الخدمات المالية والمستهلكين وضمان حصول العميل على معاملة عادلة وشفافة بالإضافة إلى حصوله على الخدمات والمنتجات المالية بكل يسر وسهولة وبتكلفة مناسبة وجودة عالية.

¹ لوج إيمان، الصيرفة الإلكترونية كآلية لتعزيز الشمول المالي بالجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2023، ص 29.

3. أهداف الشمول المالي:

لقد أضحى الشمول المالي من بين أهم القضايا المالية والاقتصادية في العالم المعاصر، حيث تم تصنيفه ضمن الأهداف السبعة عشر الطموحة التي حددتها الأمم المتحدة لعام 2030، ومن بين الأهداف المرجوة من تنمية الشمول المالي في كل بلد ما يلي:¹

- تسهيل وتيسير وصول واستخدام فئات المجتمع المستهدفة إلى المنتجات والخدمات المالية المختلفة وذلك من خلال توحيد جنود كافة الأطراف التعريف المواطنين بأهمية الخدمات المالية وكيفية الحصول عليها والاستفادة منها لتحسين ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية؛
- تشجيع المواطنين والشركات الصغيرة على الادخار واستثمار الأموال بالطرق المثلى، وذلك من خلال إعداد برامج موجهة لفئات المجتمع لتعزيز ثقافة الادخار والاستثمار لديهم، وكذلك تحفيز التنافس بين مزودي الخدمات المالية لتقديم منتجات ادخارية واستثمارية تتناسب مع فئات المجتمع المختلفة؛
- الحد من مخاطر مزودي الخدمات والمنتجات المالية الذين يعملون خارج إطار النظام المالي الرسمي وبالتالي تعزيز قدرات وإمكانيات النظام الرسمي وضبط عرض الخدمات والمنتجات المالية وفق الأسس والتشريعات النافذة والمعايير الدولية؛
- تقليص الفجوة في الوعي والتثقيف المالي لدى فئات المجتمع المختلفة من خلال تعزيز المناهج التعليمية بمواد أو مواضيع توعية مالية، أو من خلال تعزيز برامج ثقافية مختلفة تعالج تدني المستويات الثقافية، حيث يجب أن تضمن برامج التوعية المالية شمول جيل المستقبل من الأطفال والشباب بحملات التوعية والتثقيف؛
- تعزيز حماية مستهلكي الخدمات المالية من خلال إعداد السياسات والتعليمات بالخصوص وتعريف للمتعاملين مع المؤسسات المالية الحاليين والمحتملين بحقوقهم وواجباتهم، والمتمثلة في حقهم على سبيل المثال بالحصول على نسخة من تقاريرهم المالية والائتمانية التي تتعلق بهم ومنحهم الحق بالاعتراض على بياناتها وتعريفهم بآليات وطرق تقديمهم ضد المؤسسات المالية وإجراءات متابعتها ومعالجتها.

¹ بولرج وحيدة، المنتجات البنكية الإسلامية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2023/2022، ص 11.

المطلب الثاني: أبعاد ومؤشرات ومبادئ الشمول المالي

سنتناول في ثنايا هذا المطلب أبعاد الشمول المالي كما سنتطرق أيضا إلى مؤشرات ومبادئه.

أولاً: أبعاد الشمول المالي

لقد تطور الشمول المالي ليشمل الأبعاد الرئيسية التالي:¹

1. الوصول إلى الخدمات المالية:

يشير إلى القدرة على استخدام الخدمات المالية من المؤسسات الرسمية، حيث يتطلب تحديد مستويات الوصول وتحليل العوائق المحتملة أفتح واستخدام حساب مصرفي مثل التكلفة والتقرب من نقاط الخدمات المصرفية.

2. استخدام الخدمات المالية:

يشير بعد استخدام الخدمات المالية إلى مدى استخدام العملاء للخدمات المالية المقدمة بواسطة مؤسسات القطاع المصرفي، من خلال تحديد مدى استخدام الخدمات المالية والذي يتطلب جميع بيانات حول مدى انتظام وتواتر الاستخدام عبر فترة زمنية معينة.

3. جودة الخدمات المالية:

جودة الخدمات المالية يعتبر مقياسا يعكس أهمية الخدمة المالية بالنسبة للعملاء، وتشمل الجودة آراء ومواقف العملاء اتجاه طلب الخدمة المالية وتعتبر الخدمة المالية تحديا يتطلب من المهتمين وذوي العلاقة بدراسة وقياس ومقارنة واتخاذ اجراءات تستند إلى أدلة واضحة فيما يحجي جودة الخدمات المالية المقدمة.

ثانيا: مؤشرات الشمول المالي

يتكون الشمول المالي من مؤشرات أساسية والمتمثلة في الآتي:²

¹ فلاق صليحة وآخرون، مرجع سابق، ص 4.

² أسماء دردور، سعيد حركات، قياس أثر الشمول المالي على النمو الاقتصادي بالجزائر خلال الفترة 1980-2017 باستعمال نموذج ABDL، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 10، العدد 04، جويلية 2020، ص ص 75، 76.

1. حسب البنك الدولي:

ينقسم الشمول المالي حسب البنك الدولي إلى كمؤشرات وهي:

1.1. مؤشر استخدام الحسابات المصرفية:

يمثل نسبة البالغين الذين لهم حساب مالي في المؤسسة الرسمية مثل البنوك، مكاتب البريد، مؤسسات التمويل الصغرى.

2.1. مؤشر الادخار في المؤسسات المالية الرسمية:

يمثل النسبة المئوية للبالغين الذين قاموا بالادخار خلال 12 شهر الماضية باستخدام المؤسسات المالية الرسمية (كالبنوك ومكاتب البريد وغيرها) وغير الرسمية أو شخص خارج الأسرة.

3.1. مؤشر الافتراض من المؤسسات المالية الرسمية:

يمثل النسبة المئوية للبالغين الذين استخدموا حساب رسمي لتلقي أو إرسال الأجور والمدفوعات الحكومية خلال 12 شهر الماضية.

4.1. مؤشر التأمين:

يمثل النسبة المئوية للبالغين الذين يقومون بالتأمين على أنفسهم أو ممتلكاتهم.

2. حسب صندوق النقد العربي:

تتمثل مؤشرات الشمول المالي في الآتي:

1.2. حسابات الافتراض:

يتمثل هذا المؤشر في نسبة عدد المفترضين من البنوك التجارية أو أي مؤسسة مالية بهدف إنشاء مشاريع تجارية أو توسيع مشاريع قائمة إلى إجمالي عدد السكان للبالغين.

2.2. حسابات الإبداع:

يمثل نسبة عدد الحائزين على حسابات الادخار بالنسبة لإجمالي السكان البالغين.

كما سبق يمكن تلخيص أبعاد ومؤشرات الشمول المالي في الجدول الآتي:

الجدول رقم 1: أبعاد ومؤشر المالي ومؤشرات قياسه.

| الأبعاد | مؤشرات قياس كل بعد |
|----------------------------|--|
| الوصول إلى الخدمات المالية | <ul style="list-style-type: none"> — عدد نقاط الوصول لكل 10000 من البالغين على المستوى الوطني مجزأة حسب نوع الوحدة الإدارية؛ — عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كيلومتر مربع؛ — مدى الترابط بين نقاط تقديم الخدمة حسب النقود الإلكترونية؛ — النسبة المئوية الإجمالي الذين يعيشون في الوحدات الإدارية بنقطة وصول واحدة على الأقل. |
| استخدام الخدمات المالية | <ul style="list-style-type: none"> — نسبة البالغين الذين نوع واحد على الأقل كحساب وديعة منتظم؛ — نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب ائتمان منتظم؛ — عدد حملة بوليصة التأمين لكل 1000 من البالغين؛ — عدد معاملات الدفع عبر الهاتف؛ — نسبة المحتفظين بحساب بنكي خلال سنة مضت — نسبة البالغين الذين يتلقون تحويلات مالية محلية أو دولية؛ — نسبة الشركات الصغيرة أو المتوسطة التي لديها حسابات رسمية مالية؛ — نسبة الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها حسابات ودائع؛ — نسبة الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها قروض قائمة. |
| جودة الخدمات المالية | <p>القدرة على تحمل التكاليف: مدى تكلفة الاحتفاظ بالحساب البنكي وخاصة ذوي الدخل المنخفض</p> |

الشفافية: يلعب الوصول إلى المعلومات دوراً حاسماً في الشمول المالي، حيث يجب على مقدمي الخدمات المالية أن يضمنوا حصول جميع العملاء على معلومات ذات صلة بالخدمات المالية لتمكينهم من اتخاذ القرار المناسب بشأن استخدام الخدمات المالية، ويجب التأكد من سلامة وصحة هذه المعلومات

الراحة والسهولة: يقيس هذا المؤشر وجهة نظر العملاء حول سهولة الوصول والراحة في استخدام الخدمات المالية

حماية المستهلك: ينظر هذا المؤشر في القوانين والأنظمة المصممة لضمان حقوق المستهلك وحمايتها.

للتثقيف المالي وقياس المعارف الأساسية المالية وقدرة المستخدمين على التخطيط وموازنة دخلهم.

المدىونية والسلوك المالي: وهي سمة هامة العميل في النظام المالي، من الضروري معرفة كيف يتأخر المفترضين بالسداد ضمن فترة زمنية معينة.

المصدر: صورية شني، السعيد بن لخضر، أهمية الشمول في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية)، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 2018، ص ص 109-111.

ثالثاً: مبادئ الشمول المالي

بعد الأزمة المالية العالمية الأخيرة بدأ الاهتمام بالعمل على إيجاد معايير دولية يمكن إتباعها من طرف الدول وذلك للعمل على تعزيز دعائم الشمول المالي حيث قامت مجموعة العشرين هي منتدى دولي يجمع الحكومات ومحافظي البنوك المركزية من 20 دولة والاتحاد الأوروبي (G20) بإصدار ما يعرف بالمبادئ المبتكرة للشمول المالي والتي تتمثل فيما يلي:¹

¹ جواني صونيا، مريمعت عديلة، دور التكنولوجيا في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي - تجربة البحرين، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، جامعة 8 ماي 45 قالمة، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، 2021، ص ص 277، 278.

1. القيادة:

وتتمثل في ضرورة الالتزام الحكومي بتوسيع قاعدة الشمول المالي للحد من الفقر وتحقيق الرخاء والرفاه الاجتماعي والاقتصادي.

2. التنوع:

تبنى سياسات وطرق لتحفيز التنافس في السوق، إضافة إلى تقديم خدمات مالية متنوعة.

3. الابتكار:

تشجيع الابتكارات التقنية والمؤسسية كوسيلة لتوسيع فرص الوصول إلى الخدمات المالية وذلك في إطار تحسين البنية التحتية.

4. الحماية:

إيجاد طرق شاملة لحماية المستهلك المالي من خلال توجيهات حكومية واضحة ومشاركة فعالة من مزودي الخدمات المالية والعملاء.

5. التمكين:

زيادة التثقيف المالي وتنمية المعرفة المالية للعملاء.

6. التعاون:

إيجاد بنية مؤسسية تشاركية بمسؤوليات والتنسيق مع مختلف الجهات الحكومية.

7. المعرفة:

يجب توفر بيانات كافية واستخدامها لإنشاء سياسة تستند على أدلة وأدوات قياس واضحة لكل من الجهة الرقابية ومزودي الخدمات المالية وهذا أمر ضروري لعملية تصميم وإعداد سياسة الشمول المالي.

8. التناسب:

وضع تشريعات تتناسب مع المخاطرة المتعلقة بالخدمات و المنتجات المالية المبتكرة بحيث تقوم على أساس سد الفجوة ومواجهة عوائق التشريعات الحالية.

9. الإطار العملي:

يجب أن يعتمد على المعايير الدولية التي تم تصميمها بطريقة مرنة تتناسب مع ظروف الدول المختلفة.

المطلب الثالث: الركائز الأساسية للشمول المالي وتحدياته

سنتناول في هذا المطلب مجموعة من الركائز الأساسية التي أدت إلى توسيع قاعدة انتشار الشمول المالي في الدول إضافة إلى التحديات التي تواجه تطبيقه.

أولاً: الركائز الأساسية للشمول المالي

تتمثل الركائز الأساسية للشمول المالي فيما يلي¹:

1. دعم البنية التحتية المالية:

يعد توفير بنية مالية تحتية قوية، لتلبية متطلبات الشمول المالي، أحد أهم الركائز الأساسية لتحقيق بيئة ملائمة له، وهذا من خلال تحديد أولويات تجهيز البنية التحتية المتمثلة فيما يلي:

- توفير بيئة تشريعية ملائمة بما يدعم مبدأ الشمول المالي من خلال إصدار وتعديل التعليمات واللوائح التي تنظم ما سلف من أولويات؛
- تعزيز الانتشار الجغرافي من خلال التوسع في شبكة فروع مقدمي الخدمات المالية، والاهتمام بإنشاء فروع او مكاتب صغيرة لمقدمي الخدمات؛
- تطوير نظم الدفع والتسوية القومية، لتسهيل تنفيذ العمليات المالية؛

¹ أحمد خروبي لقواس، الشمول المالي كآلية لتحقيق الاستقرار المالي، تجربة المملكة العربية السعودية، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجحت، جامعة حسينية بن بوعلوي الشلف، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2023، ص ص 244، 245.

– العمل على تطوير وتحسين الاتصال وتبادل المعلومات، من خلال التوسع في تقديم الخدمات المالية الرقمية وكذلك الدفع عبر الهاتف المحمول.

2. الحماية المالية للمستهلك:

يجب إتباع نهج شامل لحماية مستهلكي الخدمات المالية والذي يوضح دور كل من الحكومة ومزودي الخدمات والمنتجات المالية و العملاء بشكل واضح، وذلك من خلال وضع أسس عادلة وشفافة لحماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية وهذا من خلال:

- توفير تعليمات تعمل على تعزيز الشفافية في تسعير الخدمات المالية؛
- توفير آلية لمعالجة الشكاوى والنزاعات الخاصة بمستهلكي الخدمات والمنتجات المالية؛
- تحديد الجهة الاستشرافية المسؤولة عن حماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية.

3. تطوير خدمات ومنتجات مالية تلي احتياجات كافة المجتمع:

ويكون هذا من خلال تخفيف متطلبات التمويل وتخفيض العمولات والرسوم على الخدمات المالية المقدمة وتعزيز المنافسة، من أجل الوصول إلى الفئات العشة والمؤسسات الصغيرة في المجتمع، وتلبية متطلباتها وإشراكها في النظام المالي.

4. التثقيف المالي:

يكون من خلال إعداد استراتيجية وطنية موجهة لتعزيز مستويات التعليم والتثقيف المالي وتطوير هذه الاستراتيجية من قبل عدة جهات حكومية إلى جانب القطاع الخاص والأطراف ذات العلاقة، بهدف إيجاد نظام تعليم مالي متكافئ. والوصول إلى مجتمع مثقف مالية يعمل على تعزيز وتطوير مستويات الوعي لدى كافة شرائح المجتمع.

ثانياً: تحديات الشمول المالي

يواجه الشمول المالي العديد من التحديات التي تواجه تطبيقه سواء على المستوى الدولي أو على المستوى الدول العربية، لما له من نظرة مستقبلية فعالة لتحسين مستوى معيشة المواطنين، إضافة إلى تحقيق التنمية المستدامة للدولة، وتمثل أهم التحديات التي تواجه الشمول المالي فيما يلي¹:

- ارتفاع مستوى الأمية المالية والتي يترتب عليها جهل بعض المواطنين بالخدمات المصرفية المقدمة؛
- انخفاض مستوى الوعي المصرفي لبعض العملاء عند التعامل مع المؤسسات المالية الرسمية؛
- سوء التوزيع الجغرافي للبنوك ومكينات الصراف الآلي، وخاصة من القرى والمناطق النائية؛
- ارتفاع سعر الفائدة الذي يتراوح ما بين 17% و20% مما يؤدي إلى عزوف البعض عن الاقتراض؛
- ارتفاع تكلفة اجراء المعاملات المالية سواء في فتح حساب مصرفي أو التعامل مع الصراف الآلي؛
- تدني مستوى دخل بعض المواطنين بشكل لا يسمح بالتعامل مع المؤسسات المالية الرسمية؛
- انتشار ما يعرف بالاقتصاد غير الرسمي في جميع أنحاء الجمهورية؛
- ارتفاع نسبة البطالة وهو ما يمثل عبء على الدولة عن توظيف هؤلاء الشباب؛
- ضعف الجهود الترويجية الخاصة بسياسة الشمول المالي من أجل التعريف بالفوائد التي ستعود على المواطن والدولة في حالة تطبيقه؛
- انخفاض مستوى ثقة العميل أو المواطن في الخدمات المصرفية، وهنا يأتي دور الشمول المالي في تحسينها وتعزيزها.

المبحث الثالث: علاقة الصيرفة الإلكترونية بالشمول المالي

لقد تطرقنا في هذا المبحث إلى ثلاث مطالب والتي ينفصل فيها كما يلي:

المطلب الأول: دور تبني الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي

تدرك البنوك حول العالم أن صناعة التكنولوجيا المالية سوف تساعد في تعزيز الشمول المالي، فقد عزز التمويل الرقمي من إمكانية وصول التكنولوجيا إلى المناطق النائية في كل بلد كما ساهمت ابتكارات التكنولوجيا المالية في وسريع

¹ أحمد محمد محمود النقيرة، أحمد محمد عبد الحي نور الدين، دور الشمول المالي في تعزيز ثقة العملاء في الخدمات المصرفية، دراسة تطبيقية على العملاء، جامعة المنوفية، مصر، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة 2019، ص 434.

عمليات التحويلات والمدفوعات وكذلك في تخفيض تكاليفها وإمكانية حصول الفئات المحرومة على الخدمات المالية والمصرفية، حيث يمكن لشركات التكنولوجيا المالية توفير خدمات مصرفية أسرع وبتكلفة أقل.¹

كما أن دخول متنافسون جدد ينافسون المصارف القائمة قد يؤدي إلى تقسيم سوق الخدمات المصرفية، وتقليل المخاطر النظامية المرتبطة بالمصاريف الكبيرة، كما يمكن لاستخدام التكنولوجيا المالية تحسين عمليات الامتثال في المصارف والمؤسسات المالية، فرغم زيادة تعقيد الرقابة والتنظيم على المستوى العالمي، يمكن للتطوير الفعال للتطبيقات الرقابة المالية أن تخلق فرصا عن طريق الذكاء الاصطناعي.

فقد لعبت المؤسسات المالية والمصرفية دورا هاما في الرفع من مستوى الشمول المالي، حيث شهدت هذه الأخيرة تطورات تتماشى مع هذه التكنولوجيا الحديثة، حيث قامت بتحديث أنظمة الدفع الإلكتروني من أجل تحسين خدماتها المالية وذلك في إطار التدابير والإجراءات التي اتخذتها هذه الأخيرة لتعميم استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في إجراء كل المعاملات المالية والتجارية وغيرها، وذلك بتنصيب أجهزة الدفع في المتاجر والصيدليات لتشجيع الزبائن على استعمال البطاقات الإلكترونية، كما وفرت مجموعة من الخدمات عن بعد عبر التطبيقات وخدمة دفع مستحقات المشتريات عن طريق الهاتف النقال وعبر المواقع الإلكترونية، ولذا تقوم بالتغلب على البعد الجغرافي للفروع البنكية عن أماكن تواجد الأفراد بفضل التقنيات المالية الرقمية مما أثر بشكل كبير في تخفيض التكاليف وتوسيع تقديم الخدمات المالية الرقمية مما أثر بشكل كبير في تخفيض التكاليف وتوسيع تقديم الخدمات المالية والمصرفية بشكل أسرع وأكثر مسؤولية وشفافية وكفاءة، إضافة إلى إدارة المخاطر بالاعتماد على التكنولوجيا التنظيمية بتطبيق التقنيات الناشئة على نحو مبتكر.²

¹ نصيرة كريمات، خولة قريشي، مداخلة بعنوان الصيرفة الإلكترونية كنموذج لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر، أكتوبر 2022، ص 18.

² نصيرة كريمات، خولة قريشي، مرجع سابق، ص 18.

المطلب الثاني: تحديات الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي

لا تزال الصيرفة الإلكترونية تعاني من بعض التحديات المؤثرة سلباً على نجاحها في تحقيق الشمول المالي يمكن حصرها فيما يلي:¹

– هشاشة القطاع المالي والمصرفي:

لا تزال المؤسسات المالية و المصرفية في زمن المعلوماتية تتعامل بالأوراق، ولم ينتشر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بالشكل المأمول، علاوة على نقص قدرتها على استقطاب العملاء والأموال.

– التأخر النسبي في مجال المعلوماتية:

يتجلى ذلك من خلال محدودية استخدام الانترنت مقارنة بالمعدلات العالمية وضعف البنية التحتية للاتصالات و المعلومات (ضعف تدفق الانترنت، الانقطاعات المتكررة في الشبكة، طول هذه الاستجابة طلبات التزود بالانترنت)، إضافة إلى وجود فجوة رقمية بين منطقة وأخرى لتباين البنية التحتية للاتصالات بين المناطق، وعجز قطاع البريد و تكنولوجيا الاتصال عن تلبية طلبات العملاء الهاتف الذي يعد أهم وسائل الاتصال في المنظومة البنكية، وأخيراً غياب بنك المعلومات لدى بعض البنوك مما يؤدي نقص المعلومات اللازمة لإدارة المخاطر وتجنب الفشل.

– حداثة الصيرفة الإلكترونية:

رغم وجود خطوات ثمينة في هذا الصدد، كاعتماد بطاقات الدفع والسحب الإلكتروني أو بدء التعامل بالمقاصة الإلكترونية، غير أن الصيرفة الإلكترونية تبقى متأخرة بمراحل عديدة فلا يزال الدفع نقداً هو المسيطر على التعاملات المالية، بل إن نسبة من رؤوس الأموال لا والا تخضع للادخار التقليدي في المنازل، كل ذلك يعطي انطباعاً بأن بيئة الأعمال المالية والمصرفية لازالت ضعيفة وغير مؤهلة لشيوع المعاملات الإلكترونية بصفة عامة والمقاصة الإلكترونية بصفة خاصة، وكذا صعوبة الاندماج في النظام العالمي.

¹ المرجع نفسه، ص 19.

– الحاجز النفسي في التعاملات البنكية لدى البنوك وزبائنها:

يفضل المتعاملون الاقتصاديون التعاملات النقدية أو التعاملات الورقية، غالباً إذ أن التعامل المالي الإلكتروني لا يزال يمثل حاجساً لدى المتعاملين الاقتصاديين والبنوك على حد سواء بسبب نقص الثقافة لدى الزبائن وقلة ثقتهم بالوسائل الحديثة واختلاف أذواقهم.

– نقص تأهيل الكادر البشري:

ويقصد بذلك نقص الكوادر البشرية المؤهلة القادرة على التعامل مع الجوانب التكنولوجية الدقيقة للمقاصة الإلكترونية.

– ارتفاع المخاطر التشغيلية للصيرفة الإلكترونية:

كالمخاطر التقنية، مخاطر الاحتيال والتزوير والتقليد، سوء عمل برامج ونظم المعلومات، مخاطر الاعتداء على أنظمة الدفع الإلكتروني والتبادل الإلكتروني إضافة إلى المخاطر القانونية ومخاطر تكنولوجية..... إلخ

– مركزية القرار:

شروط البنك الصارمة من شأنها تعطيل الابتكار وتضعف التحفيز خاصة بالنسبة للبنوك العمومية التي تنبع السياسة العامة الدولة وتضع قيوداً على دخول الشركات المالية العالمية للسوق.

– قلة وغموض التشريعات:

أحد بصفة كبيرة من امكانية الابتكار المالي، خاصة فيما يتعلق بالإطار القانوني للصيرفة الإسلامية و الصيرفة الإلكترونية اللتين يعتبر تطبيقهما في حد ذاته تحدياً، رغم محاولة توفير الأطر التشريعية والتنظيمية المناسبة للتكنولوجيا المالية بين مجموعة من القوانين لعصرنة القطاع وتعزيز الشمول المالي إلا أنها لا والا غير كافية.

– زيادة حدة المنافسة في سوق المال وصعوبة السيارة على السوق واستقطاب عملاء جدد لديهمومة نجاح البنوك بسبب المنافسة بين البنوك العمومية وكذا القطاع الخاص.

– عائق توفير السيولة من الخارج، وكيفية استرجاع أموال السوق الموازي للدخول في الاقتصاد الرسمي الخاص بالنسبة للعملة الصعبة.

– تمركز المؤسسات المالية والمصرفية في المدن الكبرى، مما يجعلها في غير متناول سكان الريف والقرى والمدن الصغيرة.

المطلب الثالث: دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي

إن التطور التكنولوجي الهائل، وتسارع نقل المعلومات وظهور العديد من الخدمات المبتكرة، ساهم في تنظيم وإدارة عمليات القطاعات المالية، وتسهيل الوصول إلى الخدمات المالية واستخدامها، ومن المؤكد أن انتشار حلول التكنولوجيا الرقمية تلعب دوراً متزايداً في وسريع عجلة الشمول المالي القائم على الحلول الرقمية عمل على تضمين حوالي 57% من الأفراد وغير المشمولين مالية في النظام المصرفي، كما هو الحال بالنسبة لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتي يعمل الكثير منها في القطاع غير الرسمي للدول النامية، كذلك هناك ما يقدر بـ 2,5 مليار شخص بالغ لا يستخدمون الخدمات المالية الرسمية بسبب عدم امتلاكهم للحساب مصرفي، ومن هنا أصبحت الحاجة ضرورية لتبني نظام قوي للتكنولوجيا المالية من قبل المجتمع الدولي لاستفادة رواد الأعمال وأصحاب المشروعات من الخدمات المالية إلكترونياً.¹

كما يمكن أن يساهم التحول نحو الشمول المالي في تعزيز عدد من جوانب برنامج الحماية الاجتماعية مثل: وصول مبالغ الضمان الاجتماعي لمستحقيه، كذلك مساعدة رجال الأعمال والتجار على القيام بعمليات السداد الرقمي، علماء بأن القضاء على الفقر لا يقتصر فقط على تشجيع النفاذ إلى الخدمات الرقمية، بل يتطلب المعرفة بطريقة استخدام التقنية الرقمية من قبل غير المشمولين مالياً، مما يضع على عاتق البنوك غباء التكتيف من برامج التثقيف المالي وبناء القدرات.

ومن شأن التكنولوجيا المالية أن تلعب دوراً حاسماً في زيادة نسبة الشمول المالي من خلال عدة أشكال مستحدثة للخدمات المالية المصرفية التي يمكن إجراؤها عبر الهاتف المحمول أو الانترنت، وعلاوة على ذلك وبموجب تختلف الشمول المالي يمكن ابراز أهم خصائص التكنولوجيا المالية التي يمكن أن تساهم بشكل فعال في رفع كفاءة الخدمات المالية وتعزيز الشمول المالي.²

- تقنية البلوكشين (Block-chain) وتطبيقها المحتمل لزيادة شفافية وكفاءة المدفوعات وقدرتها على تعزيز أمن المعلومات؛
- اعتماد تكنولوجيا الحوسبة السحابية (Cloud computing) في القطاع المالي؛
- التقنيات البيومترية لتعزيز وزيادة كفاءة الإجراءات التكنولوجية الرقابية (Reg Tech) لتعزيز الامتثال للمعايير الدولية وبالتالي الحفاظ على الاستقرار المالي والنزاهة المالية وكفاءة الإشراف المحلي.

¹ محمد عبد العليم صابر، التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي، مجلة اسكندرية للبحوث المالية ونظم المعلومات، 2023، ص ص 105، 106.

² محمد عبد العليم صابر، مرجع سابق، ص ص 105، 106.

خلاصة الفصل الأول:

شهد القطاع البنكي تغيرات عديدة نظرة التقدم التكنولوجي إذ أصبح تطور الخدمات المصرفية يعد واحد من الاتجاهات المهمة والحديثة التي شهدت توسعا كبيرا في السنوات الأخيرة في مختلف المجتمعات، وهذا من أجل تسهيل العمليات المصرفية والاتصال السريع بالنسبة للعملاء وأيضا تقليل الوقت وهذا بالاعتماد على الوسائل الإلكترونية في تقديم الخدمات المصرفية.

حيث يشغل دور الشمول المالي الكبير في إدماج كافة فئات المجتمع وشرائحه وتقديم الخدمات المصرفية لهم بتكلفة أقل وجودة أكبر، بالإضافة إلى تحقيق الاستقرار المالي والنمو الاقتصادي للدول.

الفصل الثاني

دراسة تطبيقية بنك الفلاحة
والتنمية الريفية _ وكالة قايس_

تمهيد:

بعد عرض مختلف الجوانب النظرية لموضوع الدراسة في الفصل السابق المتمثل في الصيرفة الإلكترونية والشمول المالي يهدف هذا الفصل الى دراسة تطبيقية لمساهمة الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR محل الدراسة، حيث يتم الاعتماد على تقنية الاستبيان للحصول على المعلومات الضرورية وإجراء الاختبارات الاحصائية الملائمة لدراسة بهدف تدعيم الجانب النظري واختبار مدى صدق وصحة الفرضيات.

حيث سنحاول التعرف وإلقاء نظرة عامة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية من حيث نشأته تعريفه مهامه هيكله التنظيمي إضافة إلى خدماته الإلكترونية ونقسم هذا الفصل إلى أربعة مباحث هي كالآتي:

المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية وإجراءاتها

المبحث الثالث: الوصف الإحصائي للصيرفة الإلكترونية والشمول المالي

المبحث الرابع: نتائج التحليل الإحصائي لفقرات الاستبيان

المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أهم البنوك النشطة في الاقتصاد، فهو يقوم بتقديم خدمات متنوعة للزبائن لكسبهم والمحافظة عليهم لكي يكون تحقيق الربح أكبر. لذلك سوف نحاول في هذا المبحث تقديم نشأة وتعريف لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ولمهامه والتطرق إلى هيكله التنظيمية وأيضاً أهم الخدمات الإلكترونية التي يقدمها.

المطلب الأول: نشأة وتعريف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

أولاً: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة مالية ذات قانون اقتصادي تأسست بمرسوم رقم 02/206 المؤرخ في 12 جانفي 1982 المتعلقة بتسيير المؤسسات العمومية الاقتصادية وكذلك المرسوم 88/101 المؤرخ في 18 ماي 1988 الذي يحدد طرق العمل.

لقد تم تغيير بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى شركة المساعدة وهذا التغيير مؤكد بعقد رسمي صادر في 19 فيفري 1982 بالمكتب الوطني بالعاصمة وهو مرتبط بـ 12 مديرية مركزية و 34 مديرية جهوية، 05 وكالات مركزية و300 وكالة موزعة عبر التراب الوطني بعدها كانت 140 في البداية نظراً لكثافة الشبكة وأهمية تشكيلته البشرية حيث يحتل بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR في المركز الأول في ترتيب البنوك الجزائرية و المركز التاعي على المستوى الإفريقي من ضمن 326 بنك والرتبة 14 عربياً واحنا المركز 688 في الترتيب العالمي من بين 4100 بنك.¹

ثانياً: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايس_

تختلف مهمة الوكالة عن الفروع بحيث تقوم الوكالة بالعمليات المصرفية من تحويل وتسديد المبالغ الخاصة بالأجور وعمليات السحب ودراسة كلمات القروض ، وفتح الحسابات للزبائن سواء الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين ، كما تتولى الوكالة عمليات الصرف وهي أنشطة لا يقوم بها إلا الفرع وإنما نجده يتولى الأعمال الإدارية وأنشطة التسيير والتوجيه والرقابة فضلاً عن تجميع العمليات الحاسبية ومتابعة ملفات الزبائن الذين لم يقوموا بالتسديد التزاماتهم و من بين الأهداف الرئيسية التي يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى تحقيقها ما يلي:

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايس_.

— تحسين العلاقة مع العملاء؛

— تحسين نوعية الخدمات؛

— تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق مردودية أكبر.

ثالثاً: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايِس_

من أهم ما يسعى إليه بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يحظى بالاحترام والثقة من قبل المتعاملين الاقتصاديين وكذا الأفراد وأن يبقى على مكانته لذلك فقد عند البنك إلى¹:

— العمل على تخفيض مدة معالجة ملفات القروض ليصبح ما بين 20 إلى 90 يوم؛

— إنشاء بطاقات سحب الإليكتروني بين البنوك؛

— تحسين وإعطاء منتجات وخدمات جديدة للمدخرين والمقرضين؛

— تسيير الموارد النقدية بالدينار والعمللة الصعبة تسييرا ملائماً؛

— يحاول تطوير تقنيات النشاط المصرفي بإدخال أساليب وصيغ جديدة؛

— العمل على منح الثقة للموظفين من خلال تكوينهم وتحفيزهم للتقرب أكثر من الزبائن؛

— وقد قام أيضا بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتطوير قدرات المصرف في معالجة ملفات خاصة من حيث تحليل

المخاطرة وفرض ضمانات حسب توعية القروض؛

— يتقرب ويركز على المؤسسات الكبيرة التي لها سيولة نقدية معتبرة ويستعمل البنك الفلاحة سياسة اتصال حديثة

على وسائل اعلامية متنوعة؛

— تمويل جميع المنشآت الزراعية (المزارع، التعاونيات والمؤسسات الفلاحية والصناعية)؛

— تقديم المساعدات لجميع الأنشطة الأخرى التي تساهم في تطوير القطاع الزراعي؛

— تحويل عمليات التجارة الخارجية؛

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايِس_.

– منح القروض بمختلف أنواعها مع قبول الودائع.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايس_

يعتبر الهيكل التنظيمي الدعامة الأساسية في تكوين أي منشأة وعليه قررنا تقديم مختلف مكونات الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايس_ كما يلي:

أولاً: مديرية الوكالة

وتضم مديرية الوكالة ما يلي:

1. مدير الوكالة:

مدير تنفيذي مسؤول عن تطبيق الاستراتيجية الخاصة بتطور البنك و القيام بشكل مناسب وفعال بمهام البنك التي تحددها له الإدارة العامة ، كما يقوم بالمراقبة والمصادقة على مختلف الملفات المتداولة على مستوى البنك.

2. السكرتارية:

مهمتها مساعدة مدير الوكالة على أداء مهامه كما تعمل على استقبال بريد العملاء واستقبال مكالمات الهاتفية.

ثانياً: المكتب الأمامي

وهو الجهة التي يستقبل فيها البنك عملائه ويتكون من:

1. مشرف مصلحة:

مسؤول على الإشراف على أعمال المكتب الأمامي لضمان التنسيق بينهم وبين المكتب الخلفي ويعمل على الحرص على استقبال وتوجيه العملاء ، وضمان الانضباط و مساعدة المستشارين والمكلفين بالزبائن في إنجاز مهامهم.

2. مكلف بالزبون:

من مهامه:

– تحديد نوع الزبون؛

- تحديد نوع الخدمات المطلوبة؛
- عرض مختلف الخدمات المقدمة من الوكالة.

ثالثاً: الخدمات السريعة

تضم كل من:

1. أمين الصندوق:

من مهامه:

- استقبال الودائع النقدية والشيكات من العملاء وتحقق من صحتها ومطابقتها للمبالغ المعلمة؛
- تسجيل عمليات الإيداع بدقة في النظام المصرفي واصدار الإيصالات الازمة للعملاء؛
- عد وفرز العملات النقدية بدقة والتأكد من سلامتها؛
- صرف الشيكات وسحوبات العملاء النقدية بعد التحقق من هويتهم وتوقيعاتهم وصلاحيه المستندات؛
- التأكد من توفر الرصيد الكافي في حساب العميل قبل اجراء عملية السحب؛
- الحفاظ على رصيد كافي في الصندوق لتلبية احتياجات العملاء اليومية؛
- إجراء جرد يومي او دوري لصندوق ومطابقة الرصيد الفعلي مع السجلات.

2. خدمة الشبايك:

يمثل موظف خدمة الشبايك نقطة الاتصال الأولى العديد من عملاء البنك من مهامه:

- تنفيذ العمليات النقدية وغير النقدية منها: الايداعات، السحوبات، التحويلات المالية بين حسابات العملاء داخل البنك، دفع الفواتير، صرف العملات الأجنبية؛
- خدمة العملاء والاستعلامات؛
- المهام الادارية والتنظيمية مثل: حفظ وتنظيم الوثائق والسجلات المتعلقة بالعمليات التي تم تنفيذها.

رابعاً: المكتب الخلفي:

هو امتداد للمكتب الأمامي يقوم بتنفيذ مختلف العمليات البنكية ويتكون من¹:

1. مشرف:

مكلف بالإشراف و مراقبة نشاطات المكتب الخلفي ،وضمن التنسيق بين مختلف مناصب العمل فيه وتوزيع العمل داخل المكتب ،يعمل على توجيه الموظفين ،فيما يخص انجاز مهامهم.

2. المكلف بالقروض:

يهتم بدراسة ومراقبة ملفات القروض المقدمة للعملاء في ضوء المعايير الاقتصادية والمالية إضافة إلى معايير أخرى يحددها البنك كما يقوم المكلف بالقروض بمتابعة سداد القرض.

3. المكلف القانوني:

وظيفته المصادقة على وثائق فتح الحسابات البنكية والدفاع عن مصالح البنك ومتابعة القضايا والتأكد من الضمانات المقدمة في مجال القروض وتطبيق الشروط المنصوص عليها، إضافة إلى مراقبة ملفات الميراث التي يقدمها الورثة المكلف بالزبائن.

4. مكلف بالحاسبة والمراقبة:

هو الذي يهتم بأمن الأرشيف والمراقبة الداخلية ومختلف مهام الحاسبة الخاصة بالوكالة.

5. خدمة وسائل الدفع:

يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR لتلبية احتياجات عملائه المختلفة نذكر منها :

- بطاقات الدفع الإلكتروني CIB؛
- خدمة الدفع عبر الرسائل النصيحة القصيرة sms BADR؛

¹ أنظر الملحق رقم 2.

- وسائل الدفع الأخرى مثل الشبكات البنكية، التحويلات المالية، الدفع الإلكتروني الفواتير؛
- المقاصة الإلكترونية.

المطلب الثالث: خدمات BADR الإلكترونية

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات البنكية في الجزائر فقد قطع شوطا كبيرا على مستوى نظام الاتصالات، فهو يمتلك شبكة اتصالات تعم جل مناطق الوطن، وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر مع وكلائها، وتعتبر بطاقة السحب والدفع ل BADR دعم للنشاطات المؤسسة وزيادة لمواردها ووسيلة لتحسين خدماتها البنكية.

أولاً: البطاقات الإلكترونية التي يقدمها بنك BADR

1. بطاقة التوفير:

تعتبر هذه البطاقة من أحدث مستويات بنك الفلاحة والتنمية الريفية تم إنتاجها سنة 2012 عند رؤية المسؤولين في البنك كثرة الزبائن وعدم كفاية متطلباتهم والانتظار الطويل للسحب وشكوى العملاء الذين يحملون دفتر التوفير، دعت الحاجة إلى ضرورة القضاء على هذه المشكلة والمساهمة في تحديث الدفتر إلى بطاقة إلكترونية تسمى بطاقة التوفير، إذا فهي بطاقة إلكترونية مزودة بشريحة مغناطيسية مطابقة للمعايير الدولية، فهي مرتبطة بدفتر التوفير تسمح بالسحب والدفع في أي زمان ومكان تتميز بلونها الأخضر الفاتحة كذلك تمتاز بالرقم السري الخاص بالزبون، تسلم لصاحبها من طرف البنك بالإضافة إلى أنها تمنح صاحبها كل ثلاثة أيام بحدود 50.000 دج خارج الولاية، أما داخلها بسحب المبلغ الذي يريده وهذه البطاقة صالحة لمدة سنتين ويتم تجديدها آلياً.¹

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قاييس_.

شكل رقم 1: بطاقة التوفير



المصدر: <https://badrbank.dz>، اطلع عليه في: 2025/05/05 على الساعة: 11:00.

1.1. مميزات بطاقة التوفير:

- تسمح بالأداء بأمان 24 ساعة في اليوم طيلة أيام الأسبوع (7/7)؛
- المدفوعات عبر جهاز الدفع الإلكتروني TPE لدى التجار؛
- المدفوعات عبر الأنترنت؛
- عمليات السحب والدفع من الموزعات الآلية للبنك DAB؛
- والشبائيك الآلية البنك GAB؛
- الاطلاع على الرصيد من خلال الموزعات الآلية والشبائيك عبر شبكة BADR Bank.

2. البطاقة البنكية الكلاسيكية CIB:

هي بطاقة بنكية توفر خدمات الدفع والسحب ما بين البنوك للزبائن محليا (صالحة للاستعمال فقط في الجزائر) وفقا للمعايير المعمول بها من طرف كل بنك، إذ تمنح في الغالب الأفراد ذوي الدخل الضعيف أو المتوسط (تحديد مبلغ الدخل هو أمر نسبي يختلف من بنك إلى آخر) تمتاز باللون الأزرق لديها رقم سري خاص بالزبون، صالحة لمدة سنتين وتجدد تلقائيا قبل شهر من نهاية صلاحيتها.¹

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قايس_. (انظر الملحق).

شكل رقم 2: البطاقة الكلاسيكية CIB.



المصدر: <https://badrbank.dz>، اطلع عليه في: 2025/05/05 على الساعة: 11:00.

1.2. مميزات البطاقة الكلاسيكية CIB:

- عمليات الدفع من خلال أجهزة الدفع الإلكتروني TPE لدى التجار؛
- عمليات الدفع عبر الانترنت؛
- عمليات سحب النقود من أجهزة الصراف الآلي GAB/DAB التابعة للبنك؛
- الاطلاع على الرصيد وكشف آخر عمليات التي تم القيام بها عبر أجهزة الصراف الآلي.

3. البطاقة البنكية الذهبية (Gold):

توفير خدمة الدفع والسحب النقدي للزبائن محليا أيضا، تعطي لذوي الدخل العالية أو المتعاملين الاقتصاديين سواء كانوا أفراد طبيعيين أو معنويين ، مع تقديم امتيازات تفضيلية فيما يتعلق بمبلغ السحب أو الدفع أو غيرها.¹

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قاييس_(انظر الملحق.).

شكل رقم 3: البطاقة البنكية الذهبية (Gold)



المصدر: <https://badrbank.dz>، اطلع عليه في: 2025/05/05 على الساعة: 11:00.

1.3. مميزات البطاقة البنكية الذهبية (Gold):

- إجراء عمليات الدفع والسحب بكل أمان على مدار 24/24 ساعة وخلال 07/07 أيام؛
- عمليات السحب من الموزعات الآلية للبنك DAB والشبائيك الآلية للبنك GAB؛
- الاطلاع على الرصيد من خلال الموزعات الآلية للبنك DAB وشبائيك الآلية للبنك GAB عبر شبكة

.BADR Bank

4. بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية:

هي بطاقة دفع دولية ووسيلة مريحة وآمنة لإجراء المعاملات المالية داخل وخارج الجزائر 24/24 ساعة و 7/7 أيام وهي بطاقة صالحة لمدة سنتين¹.

شكل رقم 4: بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية.



المصدر: <https://badrbank.dz>، اطلع عليه في: 2025/05/05 على الساعة: 11:00.

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قايس_(انظر الملحق).

1.4. مميزات بطاقة ماستر كارد كلاسيكية:

- استخدامها في المتاجر والمواقع الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي التي تحمل علامة ماستر كارد في جميع أنحاء العالم مما يسهل عمليات الشراء أثناء السفر أو التوسع عبر الإنترنت من مواقع دولية؛
- تتيح سحب الأموال بالعملة المحلية من أجهزة الصراف الآلي عند الواحد خارج الجزائر مما يوفر عناء حمل كميات كبيرة من النقود؛
- استخدامها لإجراء مدفوعات آمنة عبر الإنترنت على المواقع التي تقبل بطاقات ماستر كارد؛
- تتميز بتقنية الشريحة الذكية EMV التي توفر مستوى عالي من الأمان عند إجراء عمليات الدفع في المتاجر؛
- سحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي التابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية أو أي جهاز صراف آلي يحمل علامة ماستر كارد.

5. بطاقة ماستر كارد تيتانيوم:

هي بطاقة دفع دولية تقدم لحاملها مجموعة واسعة من المزايا والخدمات الراقية التي تتجاوز تلك التي توفرها البطاقات الكلاسيكية وهي مصممة خصيصا للأفراد الذين يسافرون كثيرا ويقومون بعمليات شراء كبيرة سواء عبر الإنترنت أو في المتاجر الفاخرة حول العالم وهي بطاقة صالحة لمدة سنتين.¹

شكل رقم 5: ماستر كارد تيتانيوم



المصدر: <https://badrbank.dz>، اطلع عليه في: 2025/05/05 على الساعة: 11:00.

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قايس_ (انظر الملحق.).

1.5. مميزات بطاقة ماستر كارد تيتانيوم:

- يمكن استخدام بطاقة كارد تيتانيوم في ملايين المؤسسات التجارية وأجهزة الصراف الآلي التي تحمل شعار ماستر كارد في جميع أنحاء العالم؛
- توفر سقفوا أعلى بكثير المعاملات وعمليات السحب النقدي مقارنة بالبطاقات الكلاسيكية مما يمنح مروحة أكبر في إدارة الأموال أثناء السفر أو عند إجراء مشتريات كبيرة، بالنسبة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية فإن سقف الدفع هو 5000 يورو أسبوعيا وسقف السحب هو 1000 يورو أسبوعيا؛
- يحظى حاملوا بطاقات تيتانيوم للخدمة عملاء مخصصة وأكثر اهتماما؛
- تتميز بتقنية الشركة الذكية وهي اختصار لأسماء الشركات الثلاث التي طورت هذا المعيار (EMV) وتقنية secure3D لحماية المعاملات عبر الانترنت.

6. بطاقة الأعمال الكلاسيكية:

- هي بطاقة دفع وسحب مخصصة للشركات والمهنيين يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR في الجزائر تهدف هذه البطاقة إلى تسهيل إدارة المصاريف المهنية المختلفة للشركات مثل تسديد الفواتير، دفع الضرائب، تغطية نفقات أخرى المتعلقة بالعمل¹ صالحة لمدة سنتين قابلة لتجديد.

1.6. مميزات بطاقة الأعمال الكلاسيكية:

- يمكن استخدام البطاقة 7 أيام في الأسبوع و24 ساعة في اليوم؛
- تتيح البطاقة إجراء عمليات الدفع التجار باستخدام أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE)؛
- تتيح عمليات الدفع عبر الانترنت؛
- السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي التابعة لبنك BADR؛
- تمكن البطاقة الشركات من تسديد مختلف الفواتير المستحقة والضرائب عبر نقاط الدفع الإلكترونية أو منصات رقمية تدعم هذه الخدمة.

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قايس_ (انظر الملحق).

7. بطاقة الأعمال الذهبية:

هي بطاقة دفع وسحب مخصصة للشركات أو مهنيين يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR في الجزائر تهدف هذه البطاقة إلى تسهيل إدارة المصاريف المهنية المختلفة مثل تسديد الفواتير، دفع الضرائب، يمكن شراء بطاقة العمل باسم شخص مصرح له أو للبناء على تعويض مسبق من الشخص المعني لصالح الشركة صاحبة الحساب التجاري صالحة لمدة سنتين قابلة لتجديد.

1.7. مميزات بطاقة الأعمال الذهبية:

- بطاقة عمل صالحة بين البنوك في الجزائر؛
- استخدام البطاقة 7 أيام في الأسبوع و24 ساعة في اليوم؛
- السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي التابعة لبنك BADR؛
- تتيح هذه البطاقة اجراء عمليات الدفع للتجار عن طريق أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE).

ثانيا: خدمات BADR عبر الانترنت

1. خدمة My BADR**1.1. تعريف خدمة My BADR:**

هي خدمة مصرفية رقمية شاملة تقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR BANK) تتيح هذه الخدمة للعملاء الوصول إلى حياتهم وإجراء معاملاتهم المصرفية المختلفة بسهولة وأمان عبر الانترنت.

2.1. مختلف خدمات My BADR:

يمكن توضيحها فيما يلي:¹

- الاطلاع على أرصدة وتفاصيل الحسابات؛
- مراجعة تاريخ المعاملات وكشوفات الحساب؛

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قاييس_ (انظر الملحق).

- إجراء تحويلات مالية بين الحسابات او إلى مستفيدين آخرين داخل وخارج البنك؛
- إدارة البطاقات المصرفية (عرض المعلومات، تجميد /إلغاء تجميد طلب دفتر الشيكات)؛
- الاستفادة من خدمات أخرى مثل الاطلاع على معلومات القروض.

2. خدمة BADR sms

1.2. تعريف خدمة BADR sms

هي خدمة يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR Bank لعملائه المشتركين في هذه الخدمة والذين يمتلكون حسابا واحد او أكثر من الحسابات التالية حساب شيكات، حساب التوفير، حساب جاري وتتيح هذه الخدمة للمشاركين استقبال اشعارات وتنبيهات على هواتفهم المحمولة على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.

2.2. مميزات خدمات BADR Bank:

يمكن ايجازها فيما يلي:¹

- استقبال رسالة نصيحة قصيرة (sms) فورية تتضمن تاريخ ووقت إجراء اي عملية على الحساب في بنك BADR أو أحد فروعها؛
- تحديد الرسالة ما إذا كانت العملية سحبا (débit) أو إيداعا (crédit) ؛
- يتم عرض المبلغ المالي للعملية التي تمت؛
- بعد كل عملية تتضمن الرسالة الرصيد الجديد المتاح في الحساب؛
- تلقى رسالة sms تفصيلية بعملية القيام بسحب النقدي من أي صراف آلي؛
- اشعارات عمليات الدفع للطاقة CIB على أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) ؛
- توفر على العميل عناء التنقل إلى البنك أو استخدام تطبيقات أخرى للاطلاع على معلومات حسابه أو إجراء بعض العمليات؛
- تساهم هذه الخدمة في تعزيز أمان الحساب من خلال اعلام العميل بأي نشاط غير معتاد على الفور؛
- إشعارات عند إجراء عمليات شراء عبر الانترنت؛

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايِس_.

– الحصول على تنبيهات دورية عند انخفاض الرصيد إلى مستوى معين.

3. خدمة BADR net.

1.3. تعريف خدمة BADR_net: هي خدمة البنك عبر الخط والتي تمكن من معرفة الرصيد وحركة

حساب الزبون عن طريق الاتصال بالإنترنت، ويتم ذلك بالتشاور من خلال بوابة إلكترونية تدار من قبل مزود

الخدمات البنكية الإلكترونية والمخصصة للبنك.

عند الدخول للصفحة الرئيسية لموقع BADR_net نجد ما يلي:¹

1.1.3. طلب الاشتراك: عند أول دخول للموقع يمكن العميل طلب الاشتراك مجاناً وعليه أن يقوم بمأ

البيانات الشخصية واتباع الخطوات المطلوبة وهذا لضمان أمن المعلومات وضمان عدم التلاعب بها؛

2.1.3. اثبات الهوية: هذه الخدمة تسمح للمستخدم بالدخول لحسابه وهذا عن طريق ادخال رقم الاشتراك

في الخانة المخصصة لذلك؛

3.1.3. تغيير كلمة المرور: تسمح هذه بتغيير كلمة المرور وهذا لغرض السرية والأمان عند الدخول إلى

الحساب، وعادة ما يتم الطلب من العميل القيام بتغيير كلمة المرور من فترة لأخرى.

4.1.3. Consultation: تسمح هذه الخدمة بالاطلاع على الحساب الجاري والبحث على

العمليات الخاصة بالحساب وكذلك تحميل ملفات المعاملات ونجد فيما يلي:

– **الاطلاع على الرصيد:** تسمح هذه الخدمة العميل بالاطلاع على حسابه الجاري وعلى حسابات

التوفير من دون تحمل عناء الذهاب إلى البنك؛

– **البحث عن العمليات:** تسمح هذه الخدمة بالبحث عن العمليات الخاصة بالحساب وكذا بتعبئة

البيانات المطلوبة؛

– **تحميل المعاملات:** تتيح هذه الخدمة خيار تحميل المعاملات على جهاز الكمبيوتر الشخصي في

التنسيق الذي حدده سابقاً ويمكن أيضاً الحصول على كل العمليات في شكل PDF من خلال

النقر على رمز قارئ أكروبات PDF.

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قايس_.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية وإجراءاتها

يهدف هذا المبحث إلى إيضاح المنهجية المتبعة في الدراسة، وذلك من خلال مجتمع وعينة الدراسة، وطرق جمع البيانات، وأداة الدراسة، ونموذج الدراسة، بالإضافة إلى تعريف وقياس متغيرات الدراسة.

المطلب الأول: منهج ومتغيرات الدراسة

يهتم هذا المطلب بتوضيح أسلوب وطبيعة الدراسة الحالية، بالإضافة إلى التعريف بمتغيراتها واعطاء نبذة عن النموذج المقترح فيها، وذلك من خلال الفروع التالية:

أولاً: منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واعتمدنا على المنهج التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ، ويعبر عنها تعبيراً عملياً وكمياً ولا يقف هذا المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة، من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقتها المختلفة، إنما يعتمد كذلك إلى تحليل الظاهرة وتفسيرها، للوصول إلى استنتاجات تسهم في تطوير الواقع وتحسينه بالاعتماد على مصدرين لجمع المعلومات، هما:

1. المصادر الأولية:

وتشمل المعلومات والبيانات التي تم الاعتماد عليها من الدراسات المنشورة بالإضافة إلى المقالات والمحالات والأطروحات الجامعية التي كانت موضوع الدراسة.

2. المصادر الثانوية:

التي كانت من خلال تصميم استبيان، الذي وزع على الأفراد العاملين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بقايس وبنك القرض الشعبي (CPA) بولاية خنشلة حيث تم توزيع 40 استبيانه تم استرجاع 35 منها 5 مرفوضة كما يمثل الجدول التالي:

الجدول رقم 2: يمثل عدد الاستبيانات الموزعة

| عدد الاستبيانات الموزعة | عدد الاستبيانات المسترجعة | عدد الاستبيانات المستبعدة | عدد الاستبيانات القابلة للتحليل | النسبة المئوية |
|-------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------------|----------------|
| 40 | 35 | 05 | 30 | 87,6% |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS v.27 باستخدام برنامج Excel

ثانيا: طبيعة الدراسة

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الميدانية، كونها اعتمدت على جمع البيانات الأولية من الميدان باستخدام أداة الاستبيان، والتي تم تطويرها وتوزيعها ورقيا على العاملين في كل من بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وبنك القرض الشعبي (CPA) وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد مستوى تطبيق الصيرفة الإلكترونية في هذه المؤسسات المصرفية، واكتشاف مدى تأثيرها على تعزيز مختلف أبعاد الشمول المالي، مثل الوصول إلى الخدمات المالية، واستخدامها، وجودتها.

ثالثا: المتغيرات وكيفية قياسها:

اعتمدت هذه الدراسة في بنائها التحليلي على تحديد طبيعة العلاقة بين متغيرين رئيسيين، حيث تم تصنيف الصيرفة الإلكترونية كمتغير مستقل، بوصفها أداة تكنولوجية حديثة تهدف إلى تسهيل العمليات المصرفية من خلال القنوات الرقمية وتم تفكيكه إلى ثلاثة أبعاد رئيسية هي: الوصول إلى الخدمات المالية، استخدام الخدمات المالية، وجودة الخدمات المالية. أما الشمول المالي فقد تم اعتباره المتغير التابع، لكونه يمثل النتيجة المتوقعة من تعميم استخدام الصيرفة الإلكترونية، وقد تم قياس كل بعد من هذه الأبعاد من خلال مجموعة من العبارات المدرجة في الاستبانة، معتمدة على مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات الأفراد وآرائهم بدرجات تتراوح من (1) "لا أوافق بشدة" إلى (5) "أوافق بشدة". ويعكس هذا التصور المنهجي رغبة الباحثان في تقديم تحليل شامل ومتكامل لمدى تأثير الصيرفة الإلكترونية على الشمول المالي، في ضوء تطورات البيئة المصرفية الجزائرية واحتياجاتها المتزايدة لتحقيق إدماج مالي فعال ومستدام.

المطلب الثاني: أداة الدراسة.

يهدف هذا المطلب إلى التعريف بالأداة المستخدمة في جمع البيانات الضرورية للدراسة، وذلك من خلال ثلاثة فروع

كالتالي:

أولاً: وصف أداة الدراسة

تمثلت أداة الدراسة الأساسية في الاستبيان، والذي يعد من أكثر الأدوات شيوعاً في البحوث الميدانية لما يتميز به من قدرة على جمع البيانات بطريقة منظمة ومن عدد كبير من الأفراد في وقت وجيز وبتكلفة منخفضة. وقد تم تصميم الاستبيان بعناية ليتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة الموسومة بـ: "دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي - دراسة حالة"، وذلك بهدف قياس آراء العاملين في القطاع المصرفي حول مدى مساهمة الخدمات البنكية الرقمية في تحقيق الشمول المالي.

تكون الاستبيان من ثلاثة محاور رئيسية:

المحور الأول: البيانات الشخصية

ويشمل معلومات ديموغرافية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، والأقدمية)، بغرض دراسة الخصائص العامة للعينة وتفسير النتائج في ضوءها.

المحور الثاني: الشمول المالي

وتم تقسيمه إلى ثلاثة أبعاد رئيسية تمثل الجوانب الأساسية لهذا المفهوم: الوصول إلى الخدمات المالية، استخدام الخدمات المالية، وجودة الخدمات المالية.

المحور الثالث: الصيرفة الإلكترونية

ويعالج هذا المحور مدى استخدام المبحوثين للتقنيات المصرفية الرقمية (مثل تطبيقات الهاتف، الصراف الآلي، الخدمات عبر الإنترنت، وغيرها)، وكذلك تقييمهم لمستوى فعاليتها وأمانها وسهولة استخدامها.

الجدول رقم 3: مقياس ليكرت الخماسي

| الإجابة | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|---------|----------------|-----------|-------|-------|------------|
| الوزن | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

المصدر: عز عبد الفتاح، استكشاف التحليل الحصائي والبوتستراب مقياس ليكرت، 2013، دار النشر الخوارزمي، ص 34.

ثانياً: صدق أداة الدراسة

حرصت الطالبتين على ضمان صدق أداة الدراسة من خلال اتباع خطوات علمية منهجية تهدف إلى التأكد من مدى ملاءمة فقرات الاستبيان لموضوع البحث وأهدافه. ولتحقيق ذلك، استعانت بمجموعة من الأساتذة الجامعيين المتخصصين بجامعة عباس لغرور خنشلة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية من ذوي الخبرة في مجالات الاقتصاد والمناهج العلمية، حيث تم تقديم النسخة الأولية من الاستبانة لهم من أجل تحكيمها ومراجعتها.

وقد أسفر هذا التحكيم العلمي عن مجموعة من الملاحظات البناءة والتوجيهات الأكاديمية، شملت اقتراحات تتعلق بإعادة صياغة بعض العبارات لتكون أكثر دقة ووضوحاً، بالإضافة إلى توصيات بحذف بعض البنود أو دمجها، واقتراح إدراج بنود أخرى لتعزيز شمولية الأداة وارتباطها بمحتوى الدراسة. وقد التزمت الباحثة بجميع هذه التعديلات، الأمر الذي ساهم في إعداد الاستبيان بصيغته النهائية بشكل يعكس درجة عالية من الصدق الظاهري والمحتوى، ويعزز من موثوقية الأداة في جمع بيانات دقيقة وذات صلة بموضوع الدراسة حول دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي.

ثالثاً: ثبات أداة الدراسة

ألفا كرونباخ هو مقياس يستخدم لتقييم الثبات الداخلي لأداة القياس (مثل الاستبيانات)، ويعكس مدى اتساق الأسئلة أو البنود في الأداة مع بعضها البعض. قيمة ألفا كرونباخ تتراوح بين 0 و1، حيث تشير القيمة الأعلى إلى مستوى ثبات أعلى. بشكل عام، يعتبر مقياس ألفا كرونباخ جيداً إذا كانت قيمته 0.70 أو أكثر، مما يدل على أن الأداة تحقق مستوى جيد من الاتساق الداخلي.

الجدول رقم 4: يوضح ثبات أداة الدراسة عن طريق معامل الفاكرومباخ

| عدد البنود | أبعاد ومحاور الاستبيان | معامل الفاكرومباخ |
|------------|---------------------------|-------------------|
| 05 | الوصول الى الخدمة المالية | 0.825 |
| | استخدام الخدمات المالية | 0.702 |
| | جودة الخدمات المالية | 0.705 |
| | المحاور | 0.828 |
| | الصيرفة الالكترونية | 0.750 |
| | جميع عبارات الاستبيان | 0.789 |

المصدر : من إعداد الطالبين اعتماداً على برنامج SPSS v27 باستخدام برنامج Excel

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن جميع قيم معاملات الثبات تجاوزت الحد الأدنى المقبول (0.70)، مما يدل على اتساق داخلي جيد لفقرات الاستبيان، سواء على مستوى كل بعد فرعي على حدى أو على مستوى المحاور الرئيسة، بل وحتى على مستوى الاستبيان ككل. وبالتالي يمكن القول إن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الموثوقية، وتعدّ صالحة لاستخدامها في جمع البيانات وتحليلها في إطار الأهداف المحددة للبحث.

المطلب الثالث: مجتمع وعينة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة

يختص هذا المطلب بتعيين مجتمع الدراسة ونوع العينة المأخوذة منه، فضلاً عن الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات التي جمعت بواسطة الاستبيان بغرض اختبار الفرضيات واستخراج النتائج.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الموظفين العاملين في القطاع المصرفي العمومي ممثلين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وبنك القرض الشعبي (CPA)، وذلك نظراً لما يشكله هذان البنكان من أهمية ضمن المنظومة البنكية الجزائرية، خاصة في ظل التوجه نحو تعميم الخدمات المصرفية الإلكترونية وتوسيع نطاق الشمول المالي.

ونظرا لطبيعة البحث وأهدافه، تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من الموظفين العاملين في هذين البنكين خلال سنة 2025، وقد بلغ عدد الاستثمارات التي تم توزيعها 40 استثمارة استبيان، تم تصميمها وفق منهج علمي دقيق لتغطي محاور الدراسة الثلاثة: البيانات الشخصية، أبعاد الشمول المالي، ومحور الصيرفة الإلكترونية.

وقد أسفرت عملية التوزيع عن استرجاع جميع الاستثمارات الموزعة بنسبة استجابة بلغت 87.5%، ما يدل على تجاوز فعال من طرف أفراد العينة ويعزز من موثوقية البيانات التي تم جمعها. كما تم اعتماد الغاء 5 استثمارات غير قابلة للتحليل باستخدام برنامج SPSS، مما مكن من الحصول على مؤشرات كمية دقيقة تعكس واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية وانعكاساتها على أبعاد الشمول المالي في البيئة المصرفية الجزائرية.

ثانيا: الأساليب الإحصائية المعتمدة

اعتمدت الدراسة على استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وأهداف البحث، حيث تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات. وتم اعتماد مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha = 0.05$)، الذي يقابله مستوى ثقة قدره (95%)، كمعيار للحكم على دلالة النتائج الإحصائية. وقد تم تطبيق الأساليب التالية:

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وطبيعة المتغيرات المدروسة، وذلك باستخدام برنامج SPSS لإصدار 27، وقد شملت هذه الأساليب ما يلي:

1. المتوسط الحسابي كأداة تحليلية:

يعد المتوسط الحسابي من أبرز مقاييس النزعة المركزية المستخدمة في التحليل الإحصائي. ويحسب بجمع جميع القيم ثم قسمة الناتج على عددها، مما يتيح تحديد القيمة التي تمثل الاتجاه العام للبيانات، وعلى الرغم من فاعليته، إلا أنه قد يتأثر بالقيم المتطرفة، ما قد يقلل أحيانا من دقته في تمثيل البيانات بدقة.

2. الإحصاء الوصفي:

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات أفراد العينة نحو أبعاد الشمول المالي ومستوى استخدام الصيرفة الإلكترونية، مما ساعد في تقديم صورة أولية عن مدى التباين أو التجانس في استجابات المبحوثين.

3. اختبار (ت) للعينة الواحدة (One-Sample T-Test) :

استخدم هذا الاختبار للمقارنة بين متوسط استجابات العينة ودرجة محايدة (غالبا القيمة = 3 في مقياس ليكرت)، بهدف تحديد ما إذا كانت آراء العينة تتجه نحو الموافقة أو الرفض بشكل دال إحصائيا.

4. اختبار التأثير باستخدام الانحراف المعياري البسيط:

تم توظيف هذا الأسلوب لقياس حجم التأثير (Effect Size) المرتبط بالفروق بين المتوسطات، من خلال الاعتماد على قيم الانحراف المعياري، مما يساعد على تفسير النتائج بشكل أعمق، لا سيما عند التأكد من وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

5. تحليل الارتباط (اختياري حسب الحاجة):

يمكن استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين متغير الصيرفة الإلكترونية وأبعاد الشمول المالي، في حال اقتضت فرضيات الدراسة تحليلاً للعلاقات الثنائية.

المبحث الثالث: الوصف الاحصائي للصيرفة الالكترونية والشمول المالي

يهتم هذا المبحث بعرض الاحصاءات الوصفية لعينة الدراسة، وذلك باعتماد التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، بما يناسب طبيعة كل متغير، من خلال مطلبين:

المطلب الأول: الوصف الاحصائي للبيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

توطئة لتحليل نتائج الدراسة المتعلقة بالخصائص الديمغرافية، يتم وصف هذه الاخيرة بالتفصيل استنادا الى الاجابات افراد عينة الدراسة الواردة في الاستبانة ضمن فقرات البيانات الديمغرافية على النحو التالي:

الجدول رقم 5: توزيع افراد عينة الدراسة وفق لخصائص الديمغرافية

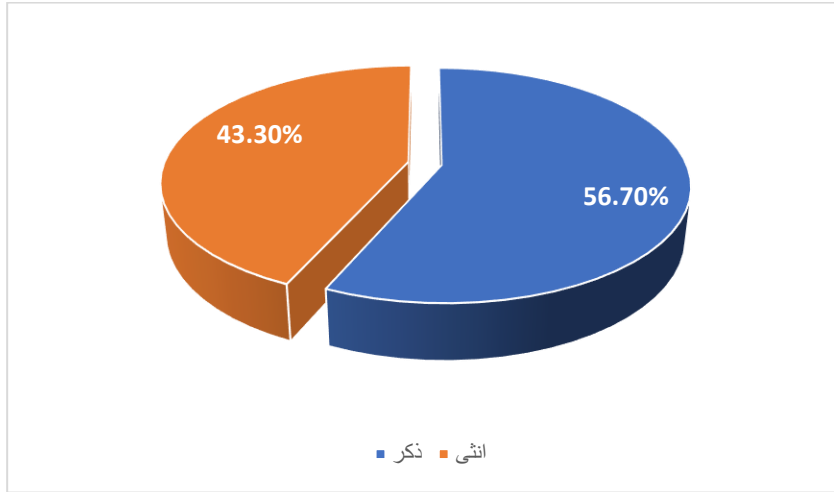
| المتغير | الوصف | التكرار | النسب المئوية |
|----------------|-------------------|---------|---------------|
| الجنس | ذكر | 17 | 56,7% |
| | أنثى | 13 | 43,3% |
| | المجموع | 30 | 100% |
| الفئة العمرية | من 20 الى 30 سنة | 1 | 10% |
| | من 31 الى 40 سنة | 13 | 43,3% |
| | من 41 الى 50 سنة | 9 | 30% |
| | من 50 سنة فأكثر | 7 | 23,3% |
| | المجموع | 30 | 100% |
| الرتبة العلمية | ثانوي | 3 | 10% |
| | جامعي | 21 | 70% |
| | دراسات عليا | 5 | 16,7% |
| | اخرى | 1 | 3,3% |
| | المجموع | 30 | 100% |
| | الوظيفة | مدير | 2 |
| نائب مدير | | 2 | 6,7% |
| رئيس قسم | | 6 | 20% |
| رئيس مصلحة | | 2 | 6,7% |
| أخرى | | 20 | 60% |
| المجموع | | 30 | 100% |
| الاقدمية | اقل من 5 سنوات | 3 | 10% |
| | من 5 الى 10 سنوات | 10 | 33,3% |
| | من 11 الى 15 سنة | 5 | 16,7% |
| | من 16 سنة فأكثر | 12 | 40% |
| | المجموع | 30 | 100% |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS باستخدام برنامج Excel

أولاً: حسب الجنس

أظهرت نتائج توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس، كما هو موضح في الجدول رقم 5، أن الذكور يمثلون نسبة 56.7% من إجمالي العينة، بعدد بلغ 17 مبحوثاً، في حين شكّلت الإناث نسبة 43.3% بعدد بلغ 13 مبحوثة. يشير هذا التوزيع إلى أن العينة يغلب عليها الطابع الذكوري بدرجة بسيطة، وهو ما قد يعكس الواقع الفعلي لتركيبه رؤساء الأقسام في المؤسسات التي استهدفت بالدراسة. ومن الممكن أن تكون هذه النتيجة ذات دلالة في تفسير بعض أبعاد الأداء الوظيفي، لا سيما إذا أخذت الفروق المرتبطة بالنوع الاجتماعي بعين الاعتبار في تحليل النتائج اللاحقة.

شكل رقم 6: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

ثانياً: حسب الفئة العلمية

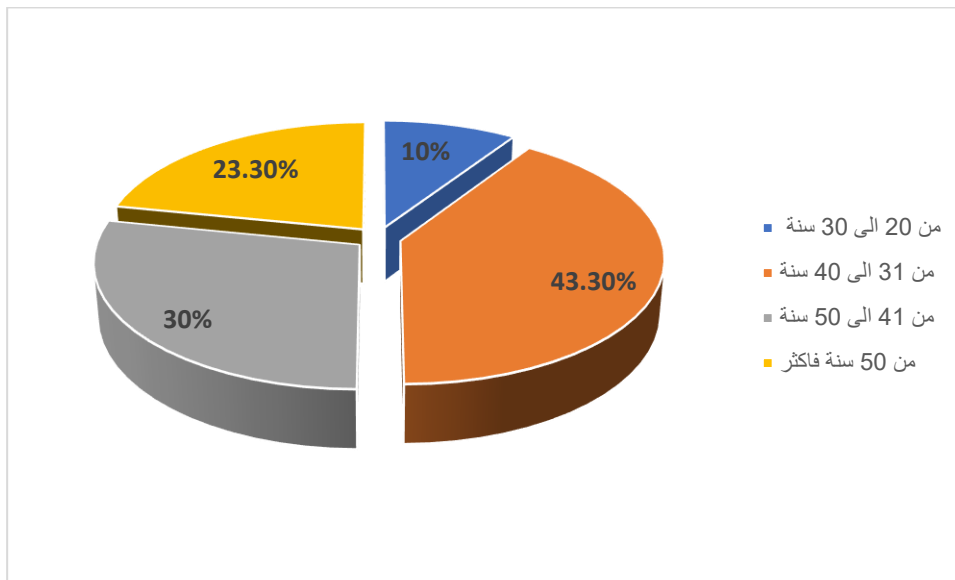
أظهر توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية هيمنة الفئة المتوسطة من حيث السن، حيث جاءت فئة "من 31 إلى 40 سنة" في المرتبة الأولى بنسبة 53.3% (16 مشاركاً)، مما يشير إلى أن أغلبية المستجوبين هم من الفئة النشطة مهنيًا، وهي الفئة التي يتوقع أن تكون الأكثر استخدامًا للتكنولوجيا المصرفية، والأكثر تفاعلاً مع أدوات الصيرفة الإلكترونية. أما الفئة العمرية "من 41 إلى 50 سنة" فقد مثلت نسبة 33.3% (10 مشاركين)، وهي فئة ذات خبرة مهنية طويلة نسبياً، ما يمكنها من تقديم تقييمات أكثر عمقاً حول فعالية الصيرفة الإلكترونية وتطور الخدمات المالية مقارنة بالأساليب التقليدية.

في المقابل، جاءت فئة 30 سنة فأقل "بنسبة 10% (3 مشاركين فقط)، ما يعكس تمثيلاً محدوداً للموظفين الشباب، رغم أنهم غالباً ما يعتبرون الأكثر انفتاحاً على التطبيقات الرقمية واستخدامها المكثف.

أما فئة "أكثر من 50 سنة"، فقد شكّلت نسبة ضعيفة بلغت 3.3% (مشارك واحد فقط)، وهو ما يظهر انخفاضاً في تمثيل الفئة الأكبر سناً ضمن العينة، ويعكس واقعا قد يرتبط بتوزيع الأعمار الوظيفي داخل المؤسسات البنكية المستهدفة.

بوجه عام، يظهر هذا التوزيع أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئات عمرية نشطة ومؤهلة لاستخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية، مما يعزز من مصداقية النتائج المتعلقة بتقييم مدى تأثير هذه الأدوات على الشمول المالي.

شكل رقم 7: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الفئة العمرية



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

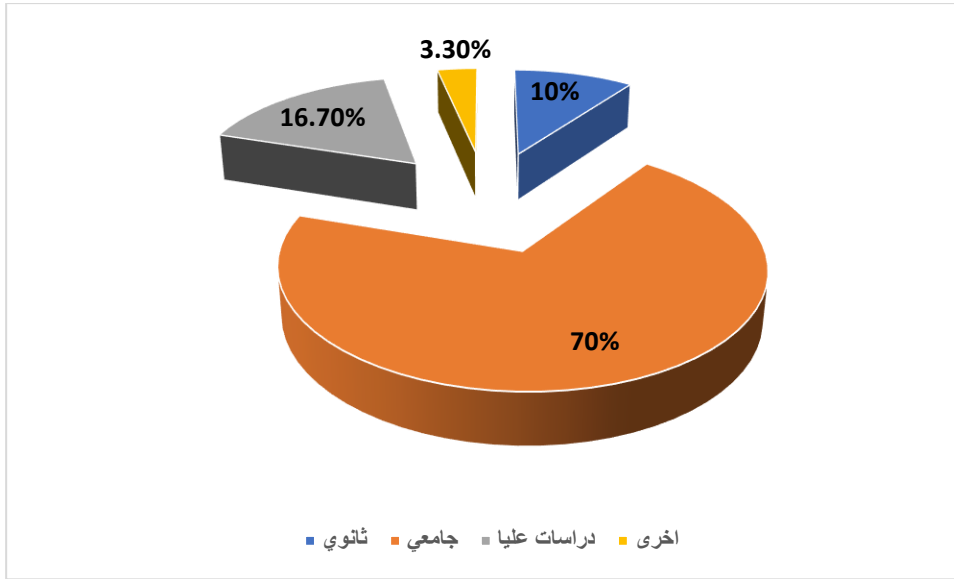
ثالثاً: حسب الرتبة العلمية

تشير نتائج توزيع أفراد العينة حسب الرتبة العلمية إلى أن النسبة الأكبر منهم ينتمون إلى فئة الجامعيين، حيث بلغت نسبتهم 70% من إجمالي العينة (21 فرداً)، وهو ما يعكس توجه العينة نحو الأفراد الحاصلين على شهادات جامعية، وبالتالي يتوقع منهم أن يكونوا أكثر دراية بالخدمات المصرفية الحديثة وبالصيرفة الإلكترونية.

في المقابل، بلغت نسبة المشاركين من ذوي الثانوي حوالي 10% (3 أفراد)، وهي نسبة أقل قد تعكس محدودية في استخدامهم أو فهمهم لبعض الأدوات التكنولوجية المالية المتقدمة. أما فئة الدراسات العليا، فقد مثلت 16.7% من العينة (5 أفراد)، وهي نسبة معتبرة تثرى الدراسة من حيث مستوى التحليل والتقييم المتقدم لمفاهيم الشمول المالي والصيرفة الرقمية. في حين سجلت نسبة ضئيلة ضمن فئة "أخرى" بلغت 3.3% (فرد واحد فقط)، ما يعكس تمثيلاً هامشياً لفئات علمية خارج التصنيفات الأكاديمية التقليدية.

تعكس هذه النتائج توازناً نسبياً في توزيع العينة، مع تركيز واضح على الفئات الأكثر ارتباطاً بالتعليم الجامعي، ما يعزز من موثوقية الاستجابات، خاصة في ظل طبيعة الموضوع المرتبط بالتقنيات البنكية وفهمها من منظور علمي وعملي. تعكس هذه النتائج توازناً نسبياً في توزيع العينة، مع تركيز واضح على الفئات الأكثر ارتباطاً بالتعليم الجامعي، ما يعزز من موثوقية الاستجابات، خاصة في ظل طبيعة الموضوع المرتبط بالتقنيات البنكية وفهمها من منظور علمي وعملي.

شكل رقم 8: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الرتبة العلمية



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

رابعاً: حسب الوظيفة

يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة تنوعاً في المستويات الإدارية داخل الهيكل التنظيمي للبنوك محل الدراسة، ما يضيف على نتائج الاستبيان بعداً شاملاً لتقييم موضوع الصيرفة الإلكترونية من زوايا متعددة.

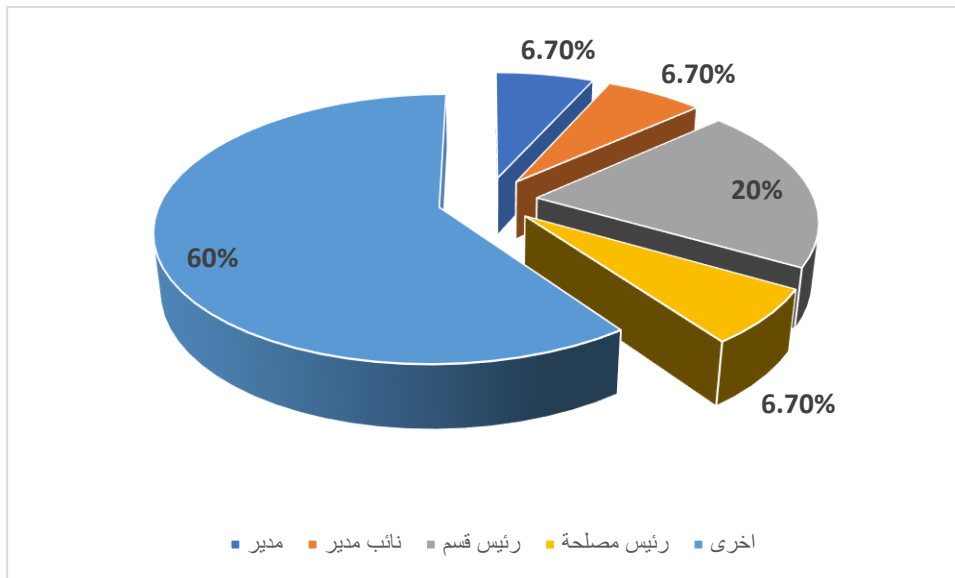
يتبين أن فئة "أخرى" استحوذت على النسبة الأكبر من العينة، حيث شكّلت 60% من إجمالي المشاركين (20 فرداً). من المرجح أن تضم هذه الفئة موظفين تنفيذيين أو أعواناً إداريين ومصرفيين، وهم يمثلون الفئة التي تتعامل مباشرة مع الزبائن والخدمات الرقمية اليومية، ما يمنح الدراسة بعداً تطبيقياً ملموساً في تقييم واقع الصيرفة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الشمول المالي.

أما فئة رؤساء الأقسام فقد مثلت 20% (6 أفراد)، ما يدل على تمثيل معتبر للمستوى المتوسط من الإدارة، والذين يفترض أن يكون لديهم نظرة تنظيمية شاملة على سير العمل ومستوى التحول الرقمي داخل المؤسسة البنكية.

وقد جاءت كل من فئة المديرين ونواب المديرين ورؤساء المصالح بنسبة متساوية بلغت 6.7% لكل منها (2 فرداً لكل فئة)، وهي فئات عليا في التسلسل الوظيفي، مما يوفر رؤية قيادية واستراتيجية حول سياسات الصيرفة الرقمية وأثرها المحتمل على توسيع قاعدة الشمول المالي.

تظهر هذه التوزيعات توازناً وظيفياً نسبياً يعكس تنوع الرؤى والتجارب داخل المؤسسة المصرفية، مما يعزز من ثراء التحليل وتفسير النتائج وفقاً لمستويات وظيفية متعددة.

شكل رقم 9: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب الوظيفة.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

خامسا: حسب الأقدمية

تشير نتائج توزيع العينة حسب الأقدمية في العمل إلى أن النسبة الأكبر من المشاركين ينتمون إلى فئة "من 16 سنة فأكثر"، حيث بلغت نسبتهم 40% (12 موظفًا). ويعدّ هذا مؤشرا مهما على أن الدراسة اعتمدت في جزء كبير منها على آراء موظفين ذوي خبرة مهنية طويلة، ما يضيف على الاستجابات وزناً تحليلياً معتبرا نظرا لتراكم تجاربهم في التعامل مع الخدمات المصرفية التقليدية والرقمية على حدّ سواء.

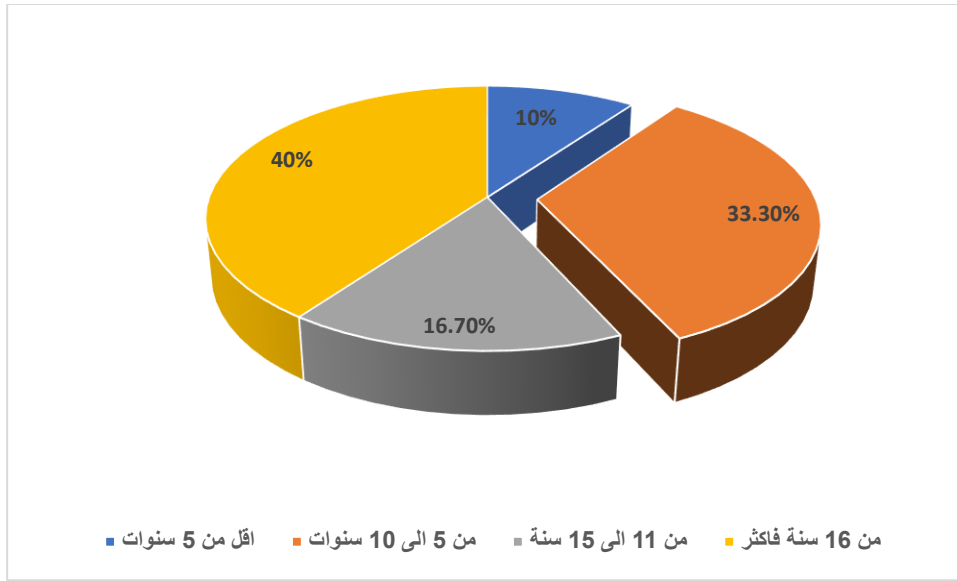
أما فئة "من 5 إلى 10 سنوات" فقد شكّلت 33.3% من العينة (10 مشاركين)، وهي فئة متوسطة من حيث الأقدمية، يرجح أنها واكبت جزئيا التحولات التكنولوجية داخل القطاع البنكي، ما يجعلها قادرة على إجراء مقارنات بين فترات العمل المختلفة من حيث مستوى الخدمات المقدمة وآليات الشمول المالي.

في المقابل، تمثلت فئة "من 11 إلى 15 سنة" بنسبة 16.7% (5 مشاركين)، وهي فئة من المفترض أن تكون قد شهدت بداية إدماج تقنيات الصيرفة الإلكترونية في النشاط المصرفي.

أما الموظفون "الذين تقل أدميتهم عن 5 سنوات"، فقد مثلوا فقط 10% (3 مشاركين)، وهي نسبة محدودة قد تعكس قلة تمثيل حديثي التوظيف في الدراسة، مع العلم أنهم غالبا ما يكونون أكثر انفتاحا على استخدام التقنيات الحديثة بحكم حداثة عهدهم بالعمل المصرفي الرقمي.

بشكل عام، يظهر هذا التوزيع أن العينة تميل نحو الموظفين ذوي الأقدمية والخبرة المهنية، مما يسهم في تعزيز مصداقية تقييماتهم حول فعالية الصيرفة الإلكترونية وأثرها على تحقيق الشمول المالي.

شكل رقم 10: دائرة نسبية تمثل خصائص العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

المطلب الثاني: الوصف الإحصائي للمتغير المستقل والمتغير التابع

يتناول هذا المطلب تحليلاً وصفيًا للبيانات المتعلقة بمحوري الدراسة الأساسيين: الصيرفة الإلكترونية (المتغير المستقل) والشمول المالي بأبعاده الثلاثة (المتغير التابع)، كما تم التعبير عنها في استجابات عينة الدراسة. يهدف هذا التحليل إلى تحديد اتجاهات الباحثين نحو واقع الصيرفة الإلكترونية ومستوى تحقق الشمول المالي داخل المؤسسات البنكية المدروسة، من خلال عرض المؤشرات الإحصائية المناسبة، مثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

أولاً: عرض أبعاد المتغير التابع الشمول المالي

سيتم في هذا الفرع استعراض المقاييس الإحصائية الوصفية المناسبة (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري) لكل بعد من أبعاد الشمول المالي، بهدف رصد مستوى توفره كما تدركه عينة الدراسة.

المرحلة الأولى: تصميم فقرات الاستبيان

تم تصميم فقرات الاستبيان باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، الذي يتضمن خمسة بدائل للإجابة تتدرج من (1) "لا أوافق بشدة" إلى (5) "أوافق بشدة". يتيح هذا المقياس درجة عالية من الدقة في رصد استجابات الباحثين، ويسهل عملية الترميز والتحليل الإحصائي من خلال البرامج المتخصصة.

المرحلة الثانية: تقدير الفئات التي ينتمي إليها المتوسط

لتحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الإنسانية "Statistical Package for Social Sciences" والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

وذلك بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى ($5-1=4$)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي ($5/4=0.80$) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يأتي:

الجدول رقم 6: المتوسط المرجح لسلم ليكرت الخماسي

| الرأي | المتوسط المرجح |
|-----------------|-------------------|
| غير موافقة بشدة | من 1.00 وحتى 1.80 |
| غير موافقة | من 1.81 وحتى 2.60 |
| محايدة | من 2.61 وحتى 3.40 |
| موافقة | من 3.41 وحتى 4.20 |
| موافقة بشدة | من 4.21 وحتى 5.00 |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS باستخدام برنامج Excel

ثانياً: تبويب وتحليل بيانات الصيرفة الالكترونية والشمول المالي

1. تحليل بيانات الشمول المالي

ويمثل المتغير المستقل للدراسة ويتضمن كل الأبعاد التالية الوصول الى الخدمة المالية، استخدام الخدمات المالية، جودة الخدمات المالية ويتكون المحور من 13 سؤال (انظر الملحق).

1.1 تحليل عبارات البعد الأول: الوصول إلى الخدمة المالية

الجدول رقم 7: يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد

الوصول إلى الخدمة المالية

| رقم | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه | الترتيب |
|-----|------------|-------|---------|-----------|----------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| 01 | التكرار | 14 | 13 | 2 | 1 | 4.33 | 0.758 | 3 | موافق بشدة |
| | النسبة | 46,7% | 43,3% | 6,7% | 3,3% | 0% | | | |
| 02 | التكرار | 19 | 10 | 0 | 1 | 4.56 | 0.678 | 2 | موافق بشدة |
| | النسبة | 63,3% | 33,3% | 0% | 3,3% | 0% | | | |
| 03 | التكرار | 18 | 12 | 0 | 0 | 4.60 | 0.498 | 1 | موافق بشدة |
| | النسبة | 60% | 40% | 0% | 0% | 0% | | | |
| 04 | التكرار | 12 | 11 | 5 | 1 | 4.06 | 1.014 | 4 | موافق بشدة |
| | النسبة | 40% | 36,7% | 16,7% | 3,3% | 3,3% | | | |
| 05 | التكرار | 9 | 12 | 7 | 2 | 3,93 | 0.907 | 5 | موافق بشدة |
| | النسبة | 30% | 40% | 23,3% | 6,7% | 0% | | | |
| | | | المجموع | | | 4.30 | - | - | موافق بشدة |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS باستخدام برنامج Excel

جاءت العبارة يوفر البنك ضمانات وكفالات للوصول للخدمات البنكية في المركز الأول "سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ 4.60 بانحراف معياري قدره 0.498، ما يشير إلى اتفاق قوي بين أفراد العينة على أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بنك القرض الشعبي (CPA) توفر بيئة مالية تضمن الوصول العادل إلى الخدمات من خلال آليات الضمانات والكفالات، كما أن انخفاض قيمة الانحراف المعياري يعكس تجانسا كبيرا في آراء المستجوبين.

ثانيا العبارة التي تنص على يهتم البنك بسرعة إنجاز الخدمة البنكية حلت في المرتبة الثانية بمتوسط قدره 4.56 وانحراف معياري 0.678، مما يدل على رضا كبير من طرف الموظفين بشأن فاعلية البنوك في تقليص زمن الحصول على الخدمات، وهو عنصر حيوي في تعزيز تجربة الزبائن.

في المركز الثالث العبارة التي تنص " : يوفر البنك سهولة فتح حساب مصرفي دون عوائق " جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط 4.33 وانحراف معياري 0.758، وهو ما يؤكد أن البنوك تسهل الإجراءات الإدارية الأولية، ما يدعم بدوره جهود تعميم الشمول المالي خاصة للفئات غير المتعاملة سابقاً مع النظام البنكي.

في المركز الرابع العبارة التي تنص على: تتشابه الفروع البنكية أو الوكالات التابعة للبنك في الخدمات التي تقدمها " جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط 4.06 وانحراف معياري 1.014، ما يشير إلى وجود تفاوت طفيف في الخدمات بين الفروع، وهو ما قد يشكل عائقاً في تحقيق مبدأ العدالة في تقديم الخدمة.

في المركز الاخير العبارة القائلة يتم اختيار مواقع الوكالات البنكية حتى يسهل الوصول إليها " احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.93 وانحراف معياري 0.907، وهي نتيجة توحى بأن الوصول الجغرافي لا يزال يشكل تحدياً نسبياً لبعض الزبائن، ما يتطلب إعادة النظر في الاستراتيجيات التوسعية للمؤسسات البنكية.

بصفة عامة، سجل هذا البعد متوسطاً عاماً قدره 4.30، وهو ما يعكس اتجاهها إيجابياً قويا لدى المبحوثين نحو توفر فرص الوصول إلى الخدمات المالية، ويعد مؤشراً على فاعلية البنوك في دعم أحد ركائز الشمول المالي في البيئة الجزائرية.

2.1. تحليل عبارات البعد الثاني: استخدام الخدمات المالية

الجدول رقم 8: يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد

استخدام الخدمات المالية

| رقم | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه | الترتيب |
|-----|------------|-------|-------|-----------|----------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| 06 | التكرار | 12 | 11 | 5 | 2 | 0 | 4.10 | 3 | موافق |
| | النسبة | 40% | 36,7% | 16,7% | 6,7% | 0% | | | |
| 07 | التكرار | 9 | 12 | 7 | 1 | 1 | 3.90 | 4 | موافق |
| | النسبة | 30% | 40% | 23,3% | 3,3% | 3,3% | | | |
| 08 | التكرار | 18 | 12 | 0 | 0 | 0 | 4.60 | 1 | موافق بشدة |
| | النسبة | 60% | 40% | 0% | 0% | 0% | | | |
| 09 | التكرار | 12 | 12 | 5 | 1 | 0 | 4.13 | 2 | موافق |
| | النسبة | 40% | 40% | 16,7% | 3,3% | 0% | | | |
| | المجموع | | | | | | | | |
| | | | | | | 4.18 | - | - | موافق |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS باستخدام برنامج Excel

في المركز الأول جاءت العبارة التي تفيد: يهتم البنك باستخدام الخدمات البنكية الجديدة للزبون "سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ 4.60 بانحراف معياري 0.498، ما يعكس اتفاقاً واسعاً بين أفراد العينة على أن البنوك المستهدفة تُولي اهتماماً خاصاً بإدماج الزبائن في استخدام الخدمات الجديدة، وهو مؤشر إيجابي على ديناميكية التحول الرقمي داخل المؤسسات البنكية.

ثانياً العبارة التي تنص على: يقوم البنك بتسهيل وتبسيط الإجراءات المتعلقة بخدماته "جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط 4.13 وانحراف معياري 0.937، ما يشير إلى رضا معتبر لدى المبحوثين عن الجهود المبذولة لتبسيط المعاملات المالية، وهو عامل أساسي لتشجيع مختلف الفئات على استخدام الخدمات البنكية.

ثالثاً العبارة القائلة: يتم دراسة كيفية استخدام أي خدمة مالية قبل عرضها للزبائن "جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط 4.10 وانحراف معياري 0.922، وهو ما يدل على وجود منهجية مدروسة داخل البنك عند تقديم خدمات جديدة، مما يعزز من ملاءمتها لاحتياجات الزبائن، وإن بدرجة أقل مقارنة بالعبارات السابقة.

رابعاً العبارة: التي تنص على يوفر البنك دليل استخدام الخدمات المالية للعملاء باستمرار "احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.90 وانحراف معياري 0.994، مما يعكس وجود نوع من القصور النسبي في الجهود التوعوية والتعليمية المقدمة للزبائن، رغم أهمية هذا الجانب في تعميم الاستخدام الآمن والفعال للخدمات المصرفية.

وقد بلغ المتوسط العام لهذا البعد 4.18، وهو ما يشير إلى أن أفراد العينة لديهم اتجاه إيجابي تجاه مستوى استخدام الخدمات المالية، مع التأكيد على ضرورة تعزيز التواصل والتكوين المستمر للزبائن، خاصة عند إدخال خدمات جديدة.

3.1. تحليل عبارات البعد الثالث: جودة الخدمات المالية

الجدول رقم 9: يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد جودة

الخدمات المالية

| رقم | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه | الترتيب | |
|-----|------------|-------|-------|-----------|----------------|---------------|-------------------|---------|------------|-------|
| 10 | التكرار | 9 | 7 | 10 | 3 | 3.66 | 1.124 | 3 | موافق | |
| | النسبة | 30% | 23,3% | 33,3% | 10% | | | | | |
| 11 | التكرار | 4 | 4 | 14 | 4 | 3.00 | 1.124 | 4 | موافق | |
| | النسبة | 13,3% | 13,3% | 46,7% | 13,3% | | | | | |
| 12 | التكرار | 13 | 15 | 2 | 0 | 4.36 | 0.614 | 2 | موافق بشدة | |
| | النسبة | 43,3% | 50% | 6,7% | 0% | | | | | |
| 13 | التكرار | 14 | 16 | 0 | 0 | 4.46 | 0.507 | 1 | موافق بشدة | |
| | النسبة | 46,7% | 53,3% | 0% | 0% | | | | | |
| | | | | المجموع | | | | | | موافق |
| | | | | | | 3.87 | - | - | | |

المصدر : من اعداد الطالبتين باستخدام برنامج SPSS V27

في المرتبة الأولى جاءت العبارة القائلة: يقوم البنك بتقديم خدمة جديدة كل فترة أو تجديدها وتحديثها "سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ 4.46 بانحراف معياري 0.507، ما يعكس اتفاقاً واسعاً بين أفراد العينة حول ديناميكية البنك في تطوير خدماته بشكل مستمر، وهو ما يشكل مؤشراً قوياً على حرص المؤسسات البنكية على مواكبة الابتكار المالي.

في المرتبة الثانية العبارة التي تنص أن: الوقت المنتظر من طرف الزبائن للحصول على الخدمة قصير "جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط 4.36 وانحراف معياري 0.614، ما يدل على أن البنوك المعنية تولي أهمية لتقليص زمن الانتظار، مما يحسن تجربة الزبون ويزيد من فعالية الخدمة.

ثم في المرتبة الثالثة نصت العبارة أن الجهود المقدمة في الخدمات البنكية من البنك للعميل تعتبر جيدة مقارنة بمنافسيها "جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط 3.66 وانحراف معياري 1.124، ما يشير إلى وجود تباين نسبي في تقييم المبحوثين لهذه المسألة، مما قد يعكس تفاوتاً في جودة الخدمة بين فروع البنك أو بين التجارب الشخصية للمستجوبين.

وأخيراً العبارة القائلة: تُقدّم الخدمات البنكية من قبل البنك للعميل في الوقت المناسب "جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.00 وانحراف معياري 1.124، وهي أدنى قيمة في هذا البعد، ما يعبر عن تردد واضح أو حياد كبير في آراء المبحوثين بخصوص دقة توقيت تقديم الخدمات، وربما يشير إلى وجود قصور جزئي في الالتزام الزمني تجاه العملاء.

وبلغ المتوسط العام لهذا البعد 3.87، ما يدل على وجود توجه إيجابي معتدل لدى أفراد العينة بخصوص جودة الخدمات البنكية، مع الإشارة إلى ضرورة تعزيز الالتزام الزمني وتحقيق مزيد من التمايز في مستوى الخدمة مقارنة بالمنافسين.

2. تحليل عبارات المحور الثاني: الصيرفة الالكترونية

| الترتيب | الاتجاه | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | التكرار | رقم |
|------------|---------|-------------------|---------------|----------------|-----------|-------|-------|------------|---------|-----|
| موافق | 9 | 1.135 | 3.56 | 3 | 1 | 7 | 14 | 5 | التكرار | 01 |
| | | | | 10% | 3,3% | 23,3% | 46,7% | 16,7% | النسبة | |
| موافق | 10 | 1.033 | 3.03 | 2 | 6 | 14 | 5 | 3 | التكرار | 02 |
| | | | | 6,7% | 20% | 46,7% | 16,7% | 10% | النسبة | |
| موافق | 5 | 0.61 | 4.20 | 0 | 0 | 3 | 18 | 9 | التكرار | 03 |
| | | | | 0% | 0% | 10% | 60% | 30% | النسبة | |
| موافق | 8 | 0.868 | 3.93 | 0 | 3 | 3 | 17 | 7 | التكرار | 04 |
| | | | | 0% | 10% | 10% | 56,7% | 23,3% | النسبة | |
| موافق بشدة | 4 | 0.614 | 4.36 | 0 | 0 | 2 | 15 | 13 | التكرار | 05 |
| | | | | 0% | 0% | 6,7% | 50% | 43,3% | النسبة | |
| موافق بشدة | 3 | 0.563 | 4.60 | 0 | 0 | 1 | 10 | 19 | التكرار | 06 |
| | | | | 0% | 0% | 3,3% | 33,3% | 63,3% | النسبة | |

| | | | | | | | | | | |
|---------------|---|-------|------|---------|------|-------|-------|-------|---------|----|
| موافق | 7 | 0.844 | 4.10 | 0 | 1 | 6 | 12 | 11 | التكرار | 07 |
| | | | | 0% | 3,3% | 20% | 40% | 36,7% | النسبة | |
| موافق | 6 | 0.647 | 4.16 | 0 | 0 | 4 | 17 | 9 | التكرار | 08 |
| | | | | 0% | 0% | 13,3% | 56,7% | 30% | النسبة | |
| موافق بشدة | 1 | 0.449 | 4.73 | 0 | 0 | 0 | 8 | 22 | التكرار | 09 |
| | | | | 0% | 0% | 0% | 26,7% | 73,3% | النسبة | |
| موافق بشدة | 2 | 0.546 | 4.66 | 0 | 0 | 1 | 8 | 21 | التكرار | 10 |
| | | | | 0% | 0% | 3,3% | 26,7% | 70% | النسبة | |
| موافق | | - | 4.13 | المجموع | | | | | | |

المصدر : من اعداد الطالبتين باستخدام برنامج SPSS V27

في المرتبة الاولى العبارة التي تنص : يوفر البنك لعملائه خدمة نقاط البيع"، سجلت أعلى متوسط حسابي بلغ 4.73 بانحراف معياري 0.449، ما يعكس توافقاً واسعاً بين المبحوثين حول انتشار واعتماد البنوك على هذه التقنية، التي تعد أساسية في تعميم الدفع الإلكتروني وتعزيز الاستخدام الفعلي للخدمات البنكية.

وجاءت في المرتبة الثانية العبارة التي تنص: يوفر البنك الصرافات الآلية"، جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط 4.66 وانحراف معياري 0.546، مما يعكس مدى تغطية هذه الأجهزة واستخدامها في الحياة البنكية اليومية، وهو ما يعد من مؤشرات النضج الرقمي للمؤسسات المصرفية.

ثالثا جاءت العبارة: يسعى البنك إلى تحسين صورته"، بمتوسط 4.60 وانحراف معياري 0.563، وهو مؤشر على الجهود التواصلية والإعلامية التي تبذلها البنوك لتكريس الثقة في القنوات الرقمية والترويج لصورتها كمؤسسات حديثة ومواكبة للتكنولوجيا.

في المرتبة الرابعة العبارة التي تنص أن: يمتلك البنك موقعا إلكترونيا يسهل التصفح"، سجل متوسطاً قدره 4.36 بانحراف معياري 0.614، ما يدل على فاعلية المنصات الرقمية في تمكين الزبائن من التفاعل مع البنك، والولوج إلى المعلومات والخدمات بسهولة.

وجاءت في المركز الخامس العبارة القائلة يوفر البنك العديد من الخدمات عن طريق الهاتف مثل دفع الفواتير وتحويل الأموال"، بمتوسط 4.20 وانحراف 0.610، وهي نتيجة تدل على نجاح تجربة الهاتف المحمول كوسيلة مصرفية مفضلة. في المرتبة السادسة العبارة التي تنص: يسهل الموقع الإلكتروني للبنك الحصول على معلومات حول الخدمات المصرفية الإلكترونية"، بمتوسط 4.16 وانحراف 0.647، ويعكس هذا نتيجة إيجابية تعزز دور البوابة الرقمية للبنك في تنفيذ الزبائن وتوجيههم.

ثم في المرتبة السابعة يوفر البنك الأمان عند إجراء المعاملات المصرفية"، بمتوسط 4.10 وانحراف 0.844، ما يشير إلى درجة عالية من الثقة في الأمان الرقمي، رغم تباين طفيف في آراء المستجيبين.

جاءت في المرتبة الثامنة العبارة التي تقول يوفر البنك الشبكات الإلكترونية في معاملاته البنكية"، بمتوسط 3.93 وانحراف 0.868، وهي نتيجة إيجابية نسبيا، لكنها تظهر الحاجة إلى تعزيز البنية التحتية الإلكترونية بشكل أكبر أو توضيحها للمستخدمين.

في المرتبة التاسعة العبارة التي تفيد: يقدم البنك خدمات مصرفية إلكترونية متنوعة مثل التحويل الإلكتروني ومدفوعات الهاتف المحمول"، بمتوسط 3.56 وانحراف 1.135، ما يشير إلى وجود رضا معتدل مع تباين في التقييم، ربما نتيجة اختلاف مستوى الخدمات بين الفروع أو بين الزبائن.

في المرتبة العاشرة : يسعى البنك دائما إلى تحسين وتطوير خدماته الإلكترونية"، سجلت أدنى متوسط قدره 3.03 بانحراف 1.033، ما يدل على وجود تردد أو حياد نسبي من طرف أفراد العينة تجاه جهود التطوير المستمر، وهو ما يستدعي تعزيز التواصل المؤسسي والتحديثات الفعلية في مجال الرقمنة البنكية.

وقد بلغ المتوسط العام لهذا المحور 4.13، مما يعكس اتجاهها إيجابيا عاما من طرف المبحوثين نحو الصيرفة الإلكترونية، مع الإشارة إلى ضرورة تحسين بعض الجوانب المرتبطة بالتطوير المستمر وتنوع الخدمات.

المبحث الرابع: نتائج التحليل الإحصائي لفقرات الاستبيان

المطلب الأول: اختبار الفرضيات ومناقشتها

في الدراسات الإحصائية، يعد اختبار التوزيع الطبيعي خطوة أساسية للتحقق من مدى مطابقة بيانات العينة للتوزيع الطبيعي، وهو شرط مهم لتطبيق العديد من الاختبارات الإحصائية الاستنتاجية. وتزداد أهمية هذا الاختبار عندما تكون طبيعة البيانات موضع دراسة دقيقة ومقارنة. وفي حالة العينات الصغيرة، التي يقل عدد أفرادها عادة عن 50 مفردة، يوصى باستخدام اختبار كولموغوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov Test) لقياس مدى تطابق التوزيع الفعلي للبيانات مع التوزيع الطبيعي المفترض. يعتمد هذا الاختبار على مقارنة التوزيع التراكمي للبيانات مع التوزيع النظري الطبيعي، ويحدد مدى وجود فروق معنوية بينهما. إذا كانت القيمة الاحتمالية (Sig) أكبر من 0.05، فإن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح باستخدام اختبارات إحصائية معلمية لاحقة. أما إذا كانت أقل من 0.05، فهذا يدل على انحراف البيانات عن التوزيع الطبيعي، مما يستدعي استخدام اختبارات لا معلمية أكثر ملاءمة. وعليه، يمثل اختبار كولموغوروف-سميرنوف أداة فعالة ومناسبة للتحقق من طبيعة التوزيع خاصة في البحوث التي تعتمد على عينات صغيرة مثل هذه الدراسة.

الفرضية الصفرية (H_0):

بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

الفرضية البديلة (H_1):

بيانات الدراسة لا تتبع التوزيع الطبيعي.

الجدول رقم 10: القيمة الإحصائية للأختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov

| النتيجة | Kolmogorov-Smirnov | | محاور الاستبianaة | |
|----------------------|--------------------|------------------|-------------------------|---|
| | مستوى الدلالة | القيمة الإحصائية | | |
| يتبع التوزيع الطبيعي | 0.200* | 0.167 | المحور الاول | 1 |
| يتبع التوزيع الطبيعي | 0.189 | 0.133 | المحور الثاني | 2 |
| يتبع التوزيع الطبيعي | 0.200* | 0.128 | جميع عبارات الاستبianaة | |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS باستخدام برنامج Excel

تشير هذه النتائج إلى أن جميع محاور الاستبianaة تتبع التوزيع الطبيعي، حيث أن قيم Sig لجميع المحاور أكبر من

0.05، وهو ما يفرض قبول الفرضية الصفرية H_0 ورفض الفرضية البديلة H_1

وبالتالي، يمكن الاستنتاج أن بيانات الدراسة مناسبة لاستخدام الاختبارات الإحصائية المعلمية (Parametric

Tests) مثل المتوسطات، اختبار T، وتحليل التباين ANOVA، نظرا لتوزيعها الطبيعي.

الفرضية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية

الريفية BADR محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك

الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة

والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$.

الجدول رقم 11: نتائج تحليل المنحنى لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة. ($\alpha = 0.05$)

| المتغير المستقل: الشمول المالي | | | | المتغير التابع: للصيرفة الإلكترونية |
|--------------------------------|---------------|----------------|----------------|-------------------------------------|
| مستوى المعنوية | معامل التحديد | معامل الانحدار | معامل الارتباط | |
| 0.001 | 0.291 | 0.316 | 0.562 | |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

الجدول رقم 12: تحليل التباين لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة. ($\alpha = 0.05$)

| مستوى المعنوية | قيمة F | متوسط المربعات | درجة الحرية | مجموع المربعات | المتغير التابع |
|----------------|--------|----------------|-------------|----------------|----------------|
| 0.001 | 12.928 | 365.102 | 1 | 365.102 | بين المجموعات |
| | | 28.242 | 28 | 790.765 | داخل المجموعات |
| | | | 29 | 1155.867 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

سعت هذه الدراسة إلى اختبار الفرضية التي مفادها أن للصيرفة الإلكترونية تأثيرا ذا دلالة إحصائية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، وقد تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وتحليل التباين (ANOVA) لاختبار هذه العلاقة عند مستوى دلالة. ($\alpha = 0.05$)

تشير نتائج تحليل الانحدار إلى وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة القوة بين الصيرفة الإلكترونية والشمول المالي، حيث بلغ معامل الارتباط (R) قيمة قدرها 0.562 ويعد هذا المعامل دالاً على أن زيادة استخدام وتطوير خدمات الصيرفة الإلكترونية يرتبط بتحسين نسبي في مستويات الشمول المالي داخل البنك محل الدراسة.

أما قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.291$)، فتوضح أن الصيرفة الإلكترونية تفسر ما نسبته 29.1% من التغيرات الحاصلة في مستوى الشمول المالي، وهي نسبة معتبرة في البحوث الاجتماعية والاقتصادية، مما يؤكد أهمية هذا المتغير في تفسير واقع الاستفادة من الخدمات المالية.

وبالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج اختبار تحليل التباين $F = 12.928$ ، مع مستوى دلالة $\text{Sig.} = 0.001$ أن النموذج الإحصائي المستخدم لتفسير العلاقة بين المتغيرين دال إحصائياً. وهذا يعزز من قوة الاستنتاج القائم على رفض الفرضية الصفرية (H_0) التي تفيد بعدم وجود تأثير، وقبول الفرضية البديلة (H_1) التي تؤكد وجود تأثير إحصائي مهم. بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الصيرفة الإلكترونية تمثل عاملاً مؤثراً في تعزيز الشمول المالي داخل بنك BADR، لا سيما من خلال مساهمتها في تسهيل الوصول إلى الخدمات البنكية، وتحفيز استخدام العملاء للقنوات الرقمية، فضلاً عن دورها في تحسين جودة الخدمات المقدمة.

الفرضية الثانية: يوجد تأثير للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية.

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$)

الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$)

الجدول رقم 13: نتائج تحليل المنحنى لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول

إلى الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$)

| المتغير المستقل: تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية | | | | المتغير التابع: للصيرفة الإلكترونية |
|---|----------------|---------------|----------------|-------------------------------------|
| معامل الارتباط | معامل الانحدار | معامل التحديد | مستوى المعنوية | |
| 0.522 | 0.272 | 0.246 | 0.003 | |

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

الجدول رقم 14: تحليل التباين لاختبار تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) عند مستوى دلالة. ($\alpha = 0.05$)

| المتغير التابع | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|----------------|
| بين المجموعات | 79.141 | 1 | 79.141 | 10.461 | 0.003 |
| داخل المجموعات | 211.826 | 28 | 7.565 | | |
| المجموع | 290.967 | 29 | | | |

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

أظهرت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط موجبة قوية نسبيا بين المتغيرين، حيث بلغ معامل الارتباط $(R) = 0.631$ ، مما يدل على أن تزايد استخدام الخدمات الإلكترونية المصرفية يرتبط بزيادة واضحة في استخدام الزبائن للخدمات البنكية المقدمة. وقد بلغ معامل التحديد $(R^2) = 0.398$ ، وهو ما يعني أن الصيرفة الإلكترونية تفسر ما نسبته 39.8% من التغيرات في درجة استخدام الخدمات المالية، وهي نسبة معتبرة تؤكد أهمية هذا المتغير في التفسير الكمي لسلوك الزبائن البنكي.

أما بالنسبة لمستوى الدلالة، فقد جاءت قيمة $\text{Sig} = 0.000$ ، وهي أقل من 0.05 ، مما يعني أن العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية، تفضي إلى رفض الفرضية الصفرية (H_0) التي تنفي وجود تأثير، وقبول الفرضية البديلة (H_1) التي تؤكد وجود تأثير للصيرفة الإلكترونية على استخدام الخدمات المالية.

وقد دعمت نتائج تحليل التباين هذه النتيجة، حيث بلغ مجموع مربعات الانحدار بين المجموعات 102.613 ، ومتوسط المربعات 102.613 ، بينما بلغت قيمة F المحسوبة 18.901 ، عند مستوى دلالة $= 0.000$ ، وهو ما يدل بوضوح على دلالة إحصائية قوية للنموذج المستخدم في تفسير العلاقة.

انطلاقاً من ذلك، يمكن الاستنتاج أن للصيرفة الإلكترونية تأثيراً حقيقياً وفعالاً في تشجيع الزبائن على استخدام مختلف الخدمات المالية التي يقدمها البنك، مما يعزز من أحد أبرز أبعاد الشمول المالي في البيئة المصرفية الجزائرية

الفرضية الثالثة: يتم تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بشكل مرتفع عند مستوى الدلالة 0.05

الفرضية الصفرية (H_0): لا يتم تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بشكل مرتفع عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$.

الفرضية البديلة (H_1): يتم تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بشكل مرتفع عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية، ينصح باستخدام اختبار **T** للعينة الواحدة (**One-Sample T-Test**) ، بمقارنة المتوسط المحسوب لمحور الصيرفة الإلكترونية مع المتوسط النظري المحايد (غالباً 3 في مقياس ليكرت الخماسي). إذا كانت قيمة **T** المحسوبة دالة إحصائياً عند $\alpha = 0.05$ ، فإننا نرفض H_0 ونقبل H_1 ، أي نؤكد أن درجة التطبيق مرتفعة فعلاً.

الجدول رقم 15: اختبار T للعينة الواحدة

| المتغير | قيمة ت المحسوبة | المتوسط الحسابي | المتوسط الفرضي | مستوى المعنوية | حجم العينة | درجة الحرية |
|---------------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|------------|-------------|
| الصيرفة الإلكترونية | 19.655 | 41.36 | 30 | 0.000 | 30 | 29 |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS باستخدام برنامج Excel

في إطار اختبار الفرضية التي تنص على أن "الصيرفة الإلكترونية مطبقة بشكل مرتفع في بنك الفلاحة والتنمية الريفية" (BADR) ، تم استخدام اختبار (T) للعينة الواحدة، وذلك من خلال مقارنة المتوسط الفرضي المحايد (30 نقطة) بالمتوسط الفعلي المحسوب من استجابات العينة، والمقدر بـ 41.36 نقطة، وقد أظهرت النتائج أن قيمة T المحسوبة

بلغت 19.655، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000 (Sig. < 0.05)، مما يدل على وجود فرق جوهري لصالح المتوسط الفعلي مقارنة بالمتوسط الفرضي.

وبناء على هذه النتيجة، تم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي ارتفاع مستوى تطبيق الصيرفة الإلكترونية، وقبول الفرضية البديلة التي تؤكد أن البنك محل الدراسة يعتمد بدرجة مرتفعة على الوسائل الرقمية في تقديم خدماته المصرفية. ويعكس هذا التوجه المؤسسي وعياً حقيقياً بأهمية التحول الرقمي في القطاع البنكي، خاصة في ظل السعي إلى تحسين كفاءة العمليات المالية وتوسيع نطاق الوصول إلى الخدمات البنكية ضمن استراتيجية الشمول المالي في الجزائر.

خلاصة الفصل الثاني

تناول هذا الفصل الجانب التطبيقي من الدراسة، حيث تم تحليل البيانات الميدانية التي جمعت من خلال استبيان وزع على عينة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، بهدف قياس أثر الصيرفة الإلكترونية على تحقيق الشمول المالي. وقد تم اعتماد مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية باستخدام برنامج SPSS، شملت المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، اختبار T للعينة الواحدة، وتحليل الانحدار وتحليل التباين (ANOVA).

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك BADR يقيم بدرجة مرتفعة من قبل أفراد العينة، وهو ما يدل على التوجه الإيجابي نحو الرقمنة المصرفية. كما بينت نتائج الفرضيات الفرعية وجود تأثير دال إحصائياً للصيرفة الإلكترونية على أبعاد الشمول المالي الثلاثة: الوصول إلى الخدمات المالية، استخدام هذه الخدمات، وجودة الخدمات المقدمة. وقد أثبتت جميع العلاقات الإحصائية المدروسة وجود ارتباطات وتأثيرات معنوية تؤكد فعالية الصيرفة الإلكترونية في دعم أهداف الشمول المالي.

وتدل هذه النتائج على أن تبني البنوك العمومية الجزائرية، وفي مقدمتها بنك BADR، لتقنيات الصيرفة الإلكترونية يمكن أن يساهم بشكل فعال في توسيع قاعدة المستفيدين من الخدمات البنكية، وتحقيق العدالة المالية، وتحسين جودة الخدمات المقدمة. كما تعكس أهمية التحول الرقمي في تعزيز الاستقرار المالي والاجتماعي في ظل المتغيرات الاقتصادية الحديثة.

خاتمة

خاتمة.

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

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

أولاً: اختبار صحة فرضيات الدراسة

1. الفرضية الرئيسية: تسهم الصيرفة الإلكترونية بشكل إيجابي في تعزيز الشمول المالي لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR).

أظهرت نتائج تحليل SPSS v27 للاستبيان الموزع على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، بالإضافة إلى جميع المعلومات المتحصل عليها خلال فترة التبرص أن الصيرفة الإلكترونية لقد لعبت دوراً مهماً في دعم جهود بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أجل تعزيز الشمول المالي من خلال جميع الخدمات أبرزها My BADR Net ،BADR SMS ،BADR.

2. الفرضية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على مستوى الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR عند مستوى الدلالة 0,05

أظهرت نتائج التحليل أن الصيرفة الإلكترونية تفسر عاملا مهما في تعزيز الشمول المالي داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR لاسيما من خلال مساهمتها في تسهيل الوصول إلى الخدمات البنكية، وتحفيز استخدام العملاء القنوات الرقمية، فضلا عن دورها في تحسين جودة الخدمات المقدمة مما يتثبت صحة الفرضية الأولى.

3. الفرضية الثانية: يوجد تأثير للصيرفة الإلكترونية على تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية.

أظهرت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط كوجبة قوية نسبيا بين المتغيرين التابع والمستقل، مما يدل على أن تزايد استخدام الخدمات الإلكترونية يرتبط بزيادة واضحة عن استخدام الزبائن للخدمات البنكية المقدمة، وهو ما يعني أن للصيرفة الإلكترونية تأثيرا حقيقيا وفعالا في تشجيع الزبائن على استخدام مختلف الخدمات المالية التي يقدمها البنك، وعلى أساس ما تقدم يمكننا اثبتت صحة الفرضية الثانية.

4. الفرضية الثالثة: تم تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بشكل مرتفع عند مستوى الدلالة 0,05.

أظهرت النتائج أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR يعتمد على بدرجة مرتفعة على الوسائل الرقمية في تقديم خدماته المصرفية، ويعكس هذا بأهمية التحول الرقمي في القطاع البنكي خاصة في ظل السعي إلى تحسين كفاءة العمليات المالية وتوسيع نطاق الوصول إلى الخدمات البنكية ضمن استراتيجية الشمول المالي في الجزائر، مما يتثبت صحة الفرضية الثالثة.

ثانيا: نتائج الدراسة

على ضوء ما تم عرضه توصلنا إلى مجموعة من النتائج يمكن إيجازها فيما يلي:

- الصيرفة الإلكترونية تمثل عاملا مهما في تعزيز الشمول المالي داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية، لاسيما من خلال مساهمتها في تسهيل الوصول إلى الخدمات البنكية، وتحفيز استخدام العملاء للقنوات الرقمية، فضلا عن دورها في تحسين الخدمات المقدمة؛
- الصيرفة الإلكترونية لها تأثير حقيقي وفعال في تشجيع الزبائن على استخدام مختلف الخدمات المالية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛

- تساهم الصيرفة الإلكترونية في إيصال الخدمات المالية إلى المناطق النائية والمعزولة وبالتالي المساهمة في تعزيز الشمول المالي؛
- يعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية على طرق حديثة لتوصيل خدماته ومنتجاته للزبائن وذلك من اجل توفير الجهد والوقت؛
- يتيح الشمول المالي الوصول إلى الخدمات المالية لأصحاب المشاريع الصغيرة؛
- استخدام الصيرفة الإلكترونية له أثر فعال في تحقيق وإرساء الشمول المالي؛
- مستوى تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية يقيم بدرجة مرتفعة من قبل أفراد العينة، وهذا ما يدل على التوجه الإيجابي نحو الرقمنة المصرفية؛
- أن تبني البنوك العمومية الجزائرية وفي مقدمتها بنك الفلاحة والتنمية الريفية لتقنيات الصيرفة الإلكترونية يمكن أن يساهم بشكل فعال في توسيع قاعدة المستفيدين من الخدمات البنكية وتحقيق العدالة المالية، وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

ثالثا: توصيات الدراسة

بناء على النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة ارتأينا أن نقدم عدد من الاقتراحات يمكن ذكرها فيما يلي:

- نشر الوعي والتثقيف المالي للمجتمع بأهمية استخدام الصيرفة الإلكترونية؛
- التركيز أكثر على خدمة الهواتف الذكية والتي تزداد أهميتها مع انتشار الهاتف النقال؛
- تحفيز العملاء على استخدام بوابات الدفع الإلكترونية باستخدام الهواتف الذكية من أجل توسيع نطاق الحصول على الخدمات المالية خاصة بالنسبة للفئات المهمشة وسكان المناطق الريفية الذين يصعب عليهم الوصول إليها بأقل تكلفة؛
- إصدار التشريعات اللازمة لحماية المعاملات الإلكترونية وتأمينها لتعزيز ثقة مستخدميها؛
- توفير بنية تحتية تقنية مناسبة للعمل المصرفي الإلكتروني والتوسع في الخدمات الإلكترونية بما يتلاءم مع احتياجات العملاء؛
- ضرورة توفير قاعدة بيانات ومعلومات ترويجية تعرف بفوائد ومزايا تطبيقات الصيرفة الإلكترونية بالنسبة العميل والبنك على حد سواء للرفع من ثقافة العمل المصرفي الإلكتروني؛

- ضرورة اهتمام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتوظيف وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة للمساعدة على تقديم الخدمات المالية بسرعة وفعالية كبيرة للزبائن بهدف اختصار المسافات وتوفير الوقت؛
- ضرورة تطوير موقع إلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية ليتمكن العملاء من إجراء أغلب معاملاتهم المصرفية من خلال هذا الموقع؛
- تعميم أجهزة الدفع الإلكتروني وزيادة عدد الموزعات الآلية خاصة في الفضاءات التجارية.

رابعاً: آفاق الدراسة

إن موضوع "دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي" واسع جداً وعليه يمكن اقتراح مواضيع ذات صلة والتي يمكن أن تكون عناوين لأبحاث مستقبلية مثل:

- دور البنوك الإسلامية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر؛
- دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية؛
- المنتجات البنكية الإسلامية كآلية لتعزيز الشمول المالي؛
- دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الشمول المالي؛
- دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز التنافسية البنكية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، الأردن، دار الثقافة النشر والتوزيع، 2008.
2. خبابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، بدون طلعة، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، 2013.
3. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العيد الات، الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع)، دار وائل النشر والتوزيع، الأردن، 2008.

ثانياً: الأطروحات والمذكرات

1. بجرة سامية، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحقيق التنافسية البنكية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2023/2022.
2. بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كحمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي حالة الجزائر، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014/2013.
3. بولمريج وحيدة، المنتجات البنكية الإسلامية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2023/2022.
4. رشيد نعيمة، التمويل الإسلامي الأصغر كآلية لتعزيز الشمول المالي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2023.
5. سمية بلغول، واقع وتحديات البنوك الجزائرية في ظل الصيرفة الإلكترونية، رسالة ماجستير، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2014.
6. صورية شني، السعيد بن لخضر، أهمية الشمول في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية)، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 2018.

7. لعوج ايمان، الصيرفة الإلكترونية كآلية لتعزيز الشمول المالي بالجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2023.
8. مزهود صارة، دور الصيرفة الإلكترونية في تفعيل الشمول المالي بالجهاز المصرفي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير الموسمة، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2022/2021.

ثالثاً: المجلات والمطبوعات

1. أحمد خروبي لقواس، الشمول المالي كآلية لتحقيق الاستقرار المالي، تجربة المملكة العربية السعودية، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2023.
2. أحمد محمد محمود النقيرة، أحمد محمد عبد الحي نور الدين، دور الشمول المالي في تعزيز ثقة العملاء في الخدمات المصرفية، دراسة تطبيقية على العملاء، جامعة المنوفية، مصر، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة 2019.
3. أسماء دردور، سعيد حركات، قياس أثر الشمول المالي على النمو الاقتصادي بالجزائر خلال الفترة 1980-2017 باستعمال نموذج ABDL، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 10، العدد 04، جويلية 2020.
4. بلكحل حضرية، واقع استراتيجية الشمول المالي في المنطقة العربية، جهود ومبادرات، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، جامعة مستغانم، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، جانفي 2023.
5. جواني صونيا، مريم عديلة، دور التكنولوجيا في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي - تجربة البحرين، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، جامعة 8 ماي 45 قلمة، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، 2021.
6. حسين جازية، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، المجلد 16، العدد 23، 2020.
7. حنان ضاهر، معوقات الصيرفة الإلكترونية في فروع المصارف التجارية الخاصة، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 39، العدد 1، 2017.
8. دردوري الحسن، بلقاسمي سمية، واقع الصيرفة الإلكترونية ودورها في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد 03، 2017.
9. ظريفة الغزالي، العمرية لعجال، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 02، 2022.

10. عزاوي أسامة، رفاع توفيق، تعزيز الشمول المالي كآلية في تحقيق الاستقرار المالي، دراسة حالة دول العالم العربي، مجلة العلوم التجارية والتسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، المجلد 17، العدد 01، 2021.
11. فلاق صليحة وآخرون، تعزيز الشمول المالي كمدخل استراتيجي لدعم الاستقرار المالي في العالم العربي، مجلة التكامل الاقتصادي، جامعة الشلف، الجزائر، المجلد 07، العدد 04، 2019.
12. قرين صبيحة، خليل عبد القادر، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، دراسة قياسية للفترة (2011-2020)، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة يحي فارس المدية، الجزائر، المجلد 12، العدد 02، 2023.
13. محمد عبد العليم صابر، التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي، مجلة اسكندرية للبحوث المالية ونظم المعلومات، 2023.
14. معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية _وكالة قايس_.
15. وفاء حمدوش، أيمن بوزانة، واقع تأثير تفعيل سياسة الشمول المالي على تعزيز الاستقرار المالي للنظام المصرفية العربية، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، جامعة عنابة، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، 2021.

رابع: الملتقيات

1. رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، جامعة الشلف، الجزائر، يوم 14 و 15 ديسمبر 2004.
2. نصيرة كرمات، خولة قريشي، مداخلة بعنوان الصيرفة الإلكترونية كنموذج لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر، أكتوبر 2022.

3. خامسا: مواقع الأنترنت

1. <https://badrbank.dz>

قائمة الملاحق

ملحق رقم 1.

وزارة الثقافة
جامعة عباس لغزور خنشلة
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
قسم العلوم الاقتصادية

الرقم: 4477 / ك إ ا ع ا ت / ع ا ق / 2025



Ministry of Higher Education and Scientific Research
Abbas Laghouat University Khنشلة
Faculty of Economics, Management and Commercial Sciences
Department of Economic Sciences

خنشلة في : 14/05/2025

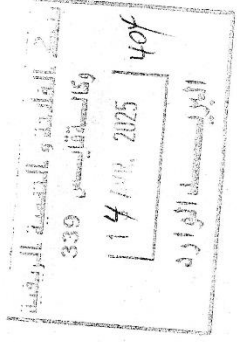
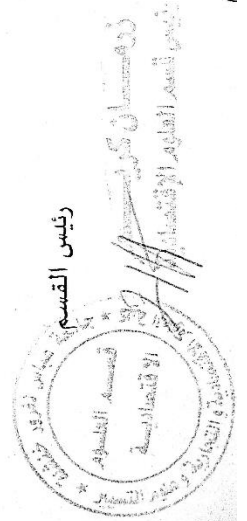
إلى السيد: مدير بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية خنشلة BADR

تسهيل مهمة

سعيًا لاستكمال البرنامج الدراسي المقرر للحصول على شهادة الماستر تخصص اقتصاد نقدي ومالي، ومن أجل تجسيد المفاهيم النظرية للطلبة، يشرّفنا أن نطلب من سيادتكم تقديم مساعدة من أجل إجراء تريض تطبيقي في مؤسستكم للطلبة الآتية أسمائهم :

| | |
|----------------------|-------------------|
| معلومات الطالب 01 | معلومات الطالب 02 |
| الاسم واللقب | جبهة حراث |
| تاريخ ومكان الازدياد | خنشلة 1991/05/27 |
| رقم التسجيل | 23104044911 |
| | 202034052719 |

عنوان التقرير : دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز الشمول المالي – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية خنشلة BADR



Ministry of Higher Education and Scientific Research

Abbas laghrour University Khenechela

Faculty of Economics, Management and Commercial Sciences

Department of Economic Sciences



جامعة عباس لغرور خنشلة
الكلية الاقتصادية والتجارية والإدارة
قسم الاقتصاد

وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور خنشلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والإدارة

قسم الاقتصاد

الرقم: 477 / ك إ ع ق / ع ق / 2025

الإسم و اللقب : حبيبة حراث

تاريخ الميلاد: 1991/05/27

عنوان تقرير التبرص: دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي دراسة حالة بنك

مكان التبرص: بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع قايس - خنشلة BADR

.....: خنشلة في

مكان الميلاد: خنشلة

فترة التبرص من: 2025/04/30 إلى: 2025/04/30

| ملاحظة | العلامة | عناصر المواظبة |
|--------|----------|-------------------|
| | 04/..... | المواظبة |
| | 04/..... | المبادرة |
| | 04/..... | المعارف التطبيقية |
| | 04/..... | قدرة العمل |
| | 04/..... | العلاقة مع العمال |
| | 20/..... | العلامة النهائية |

ملاحظات أخرى:

رئيس القسم



زمران كرين



ALE 350

ADEL Adel

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Abbes Ighrour University Khenchela

Faculty of Economics, Management and Commercial Sciences

Department of Economic Sciences



وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور خنشلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الرقم: 477 / ك إ ع ق ت ع ق ع ا ق / 2025

..... : خنشلة في

الاسم و اللقب : جيهان نواصر

تاريخ الميلاد: 2002/07/05

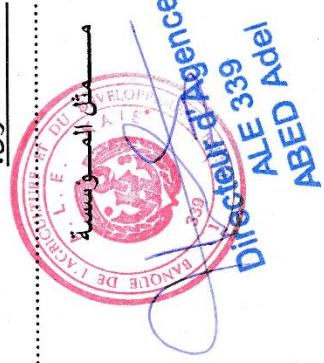
مكان الميلاد: لمصارة - خنشلة

• عنوان تقرير التبرص: دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز الشمول المالي دراسة حالة بنك

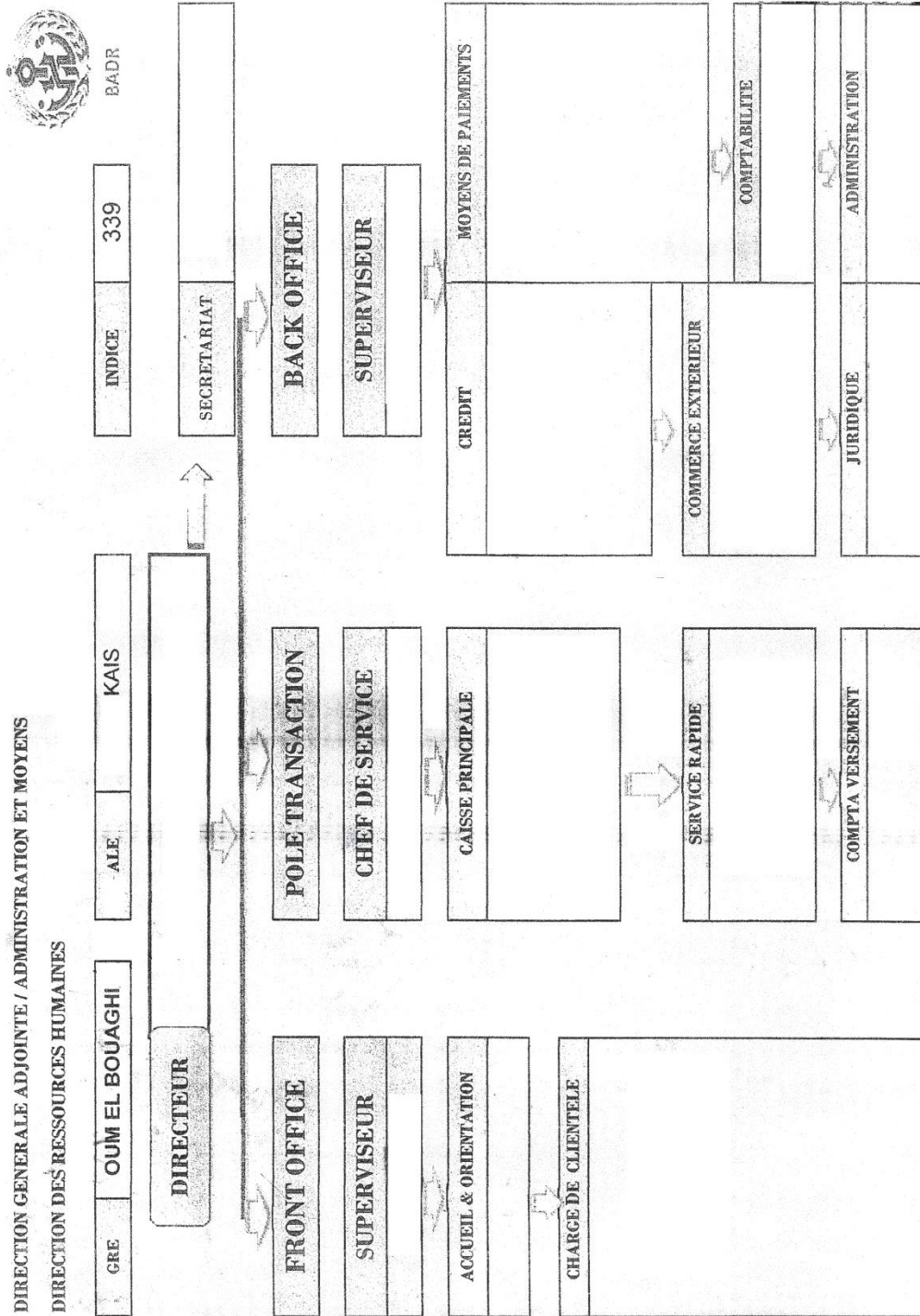
• مكان التبرص: بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع قايس - خنشلة
فترة التبرص من: 20/04/2023 إلى: 20/04/2023

| ملاحظة | العلامة | عناصر المراقبة |
|--------|----------|-------------------|
| | 04/...04 | المواظبة |
| | 04/...04 | المبادرة |
| | 04/...04 | المعارف التطبيقية |
| | 04/...04 | قدرة العمل |
| | 04/...04 | العلاقة مع العمال |
| | 20/...04 | العلامة النهائية |

ملاحظات أخرى:



ملحق رقم 2.



ملحق رقم 3.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور - خنشلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

السنة الثانية ماستر اقتصاد نقدي ومالي

إستمارة استبيان

تحية طيبة وبعد،

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي صُمم لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها إستكمالاً للحصول على شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص إقتصاد نقدي ومالي بعنوان "دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي" - دراسة حالة -.

ونظراً لأهمية رأيكم في هذا المجال نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان بدقة، حيث أنّ صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم لذلك نرجو منكم أن تولوا هذا الاستبيان إهتمامكم، فمشاركاتكم ضرورية ورأيكم عامل أساسي من عوامل نجاحها ستعامل كل المعلومات المتحصل عليها بسرية تامة ولن تستخدم إلا للأغراض البحث العلمي.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

من إعداد الطلبة:

- نواصر جيهان
- حراث حبيبة

تحت إشراف الأستاذة:

باديس نبيلة.

الجزء الأول: البيانات الشخصية.

1- الجنس :

ذكر أنثى

2- الفئة العمرية:

من 20 إلى 30 سنة من 31 إلى 40 سنة
من 41 إلى 50 سنة أكثر من 50 سنة

3- الدرجة التعليمية :

ثانوي جامعي دراسات عليا أخرى

4- الوظيفة:

مدير نائب مدير رئيس قسم رئيس مصلحة أخرى

5- الأقدمية:

5 سنوات فأقل من 6 إلى 10 سنوات
من 11 إلى 15 سنة أكثر من 15 سنة


الجزء الثاني: خاص بمحاور الدراسة.

يرجى وضع علامة (x) في الخانة التي تعبر عن وجهة نظرك.

| الرقم | المحور الأول: الشمول المالي وهو تسهيل دخول الخدمات والمنتجات المالية لشرائح المجتمع بسهولة ويسر وبأسعار معقولة. | غير موافق تمامًا | غير موافق | محايد | موافق | موافق تمامًا |
|-------------------------------|---|------------------|-----------|-------|-------|--------------|
| 1- الوصول إلى الخدمة المالية. | | | | | | |
| 01 | - يوفر البنك سهولة فتح حساب مصرفي دون عوائق. | | | | | |
| 02 | - يهتم البنك بسرعة إنجاز الخدمة البنكية. | | | | | |
| 03 | - يوفر البنك ضمانات وكفالات للوصول للخدمات البنكية. | | | | | |
| 04 | - تتشابه الفروع البنكية أو الوكالات التابعة للبنك في الخدمات التي تقدمها. | | | | | |
| 05 | - يتم إختيار مواقع الوكالات البنكية حتى يسهل الوصول إليها. | | | | | |
| 2- إستخدام الخدمات المالية. | | | | | | |
| 06 | - يتم دراسة كيفية استخدام أي خدمة مالية قبل عرضها للزبائن. | | | | | |
| 07 | - يوفر البنك دليل إستخدام الخدمات المالية للعملاء باستمرار. | | | | | |
| 08 | - يهتم البنك باستخدام الخدمات البنكية الجديدة للزبون. | | | | | |
| 09 | - يقوم البنك بتسهيل وتبسيط الإجراءات المتعلقة بخدماته. | | | | | |

| 3- جودة الخدمات المالية | | | | | | |
|-------------------------|-------|-------|-----------|------------------|-------|---|
| | | | | | 10 | - الجهود المقدمة في الخدمات البنكية من البنك للتعامل تعتبر جيدة مقارنة بمنافسيها. |
| | | | | | 11 | - تُقدّم الخدمات البنكية من قِبَل البنك للتعامل في الوقت المناسب. |
| | | | | | 12 | - الوقت المنتظر من طرف الزبائن للحصول على الخدمة قصير. |
| | | | | | 13 | - يقوم البنك بتقديم خدمة جديدة كل فترة أو تجديدها وتحديثها. |
| | | | | | الرقم | المحور الثاني: الصيرفة الإلكترونية ويقصد بها النظام الذي يتيح للتعامل الوصول إلى حساباته أو الحصول على الخدمة البنكية من خلال الوسائل الإلكترونية دون قيود زمنية أو مكانية. |
| موافق تمامًا | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق تمامًا | | |
| | | | | | 01 | - يُقدّم البنك خدمات مصرفية الكترونية متنوعة مثل التحويل الإلكتروني للأموال، مدفوعات عبر الهاتف المحمول. |
| | | | | | 02 | - يسعى البنك دائمًا إلى تحسين وتطوير خدماته الإلكترونية. |
| | | | | | 03 | - يُوفّر البنك العديد من الخدمات عن طريق الهاتف مثل: دفع الفواتير، تحويل الأموال بين الحسابات وعرض معلومات الرصيد. |
| | | | | | 04 | - يوفر البنك الشبكات الإلكترونية في معاملته البنكية. |
| | | | | | 05 | - يمتلك البنك موقعًا إلكترونيًا يسهّل التصفح. |
| | | | | | 06 | - يسعى البنك إلى تحسين صورته. |
| | | | | | 07 | - يُوفّر البنك الأمان عند إجراء المعاملات المصرفية. |
| | | | | | 08 | - يسهّل الموقع الإلكتروني للبنك الحصول على معلومات حول الخدمات المصرفية الإلكترونية. |
| | | | | | 09 | - يُوفّر البنك لعملائه خدمة نقاط البيع. |
| | | | | | 10 | - يُوفّر البنك الصرافات الآلية. |

ملحق رقم 4.

| CARTE MONÉTIQUE |  بنك الفلاحة والتنمية الريفية Banque de l'Agriculture et du Développement Rural | Business Card |
|---|---|---------------|
| Définition : | <p>La carte Affaires est une carte interbancaire, de paiement et de retrait destinée aux entreprises. Pour couvrir leurs différentes dépenses professionnels pour un usage domestique (règlement des charges : factures, impôts, frais ...) et ce 7j/7 et 24h/24.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Il est possible d'adosser plusieurs cartes au même compte. | |
| Carte Affaire : | <ul style="list-style-type: none"> ● La Business Card | |
| Validité de la carte Affaires : | <p>La carte Affaires est valable deux (02) ans, renouvelable par tacite reconduction.</p> | |
| Les frais d'acquisition de la carte Affaires : | <p>La Business Card : 2 500 DA / TTC / 2 Ans</p> | |
| Clientèle concernée : | <p>La carte Affaires peut être souscrite au nom d'une personne physique habilitée ou préalablement mandatée par celle-ci au profit de l'entreprise titulaire du compte commercial BADR, l'entreprise se décline en :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Différentes activités professionnelles (artisans, agriculteurs, professions libérales...) ; ● Commerçant personne physique ; ● Les sociétés commerciales ; ● Les entreprises publiques ; ● Les ministères ; ● Les administrations publiques ; | |
| Fonctionnalité : | <p>La carte Affaires est une carte interbancaire valable en Algérie, elle vous permet d'effectuer 7j/ 7 et 24h/ 24 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Des retraits sur DAB/GAB BADR et Banque confrères (installés sur le territoire national) ; ● Des paiements auprès des commerçants disposant de TPE ; ● Des paiements en ligne (e-paiement) auprès de l'ensemble des Web Marchands affiliés au réseau monétaire interbancaire. | |
| Les services non autorisés sur la carte Affaires : | <ul style="list-style-type: none"> ● La consultation des soldes des comptes auquel elle est rattachée ; ● Les virements de compte à compte ; ● L'impression d'un « mini relevé d'opérations » ; ● L'impression du RIB ; ● La commande de chèquiers. | |
| Plafonds d'utilisation Mensuelle : | <p>Pour la Business Card: Retrait : 50 000 DA/Mois Paiement off line : 20 000 DA/Mois Paiement on line : 300 000 DA/Mois Plafond par montant de transaction de paiement : 80 000 DA</p> | |
| Service adossé : | <p>Le service BADRnet permettra au client porteur de suivre les opérations effectuées via la carte Affaires.</p> | |

س، ط، ع، ح، ر
 620217

Définition :

La carte Affaires est une carte interbancaire, de paiement et de retrait destinée aux entreprises.
 Pour couvrir leurs différentes dépenses professionnels pour un usage domestique (règlement des charges : factures, impôts, frais ...) et ce 7j/7 et 24h/24.

- Il est possible d'adosser plusieurs cartes au même compte.

Carte Affaire :

- La Business Gold

Validité de la carte Affaires :

La carte Affaires est valable deux (02) ans, renouvelable par tacite reconduction.

Les frais d'acquisition de la carte Affaires :

La Business Gold: 4 000 DA / TTC / 2 Ans

Clientèle concernée :

La carte Affaires peut être souscrite au nom d'une personne physique habilitée ou préalablement mandatée par celle-ci au profit de l'entreprise titulaire du compte commercial BADR, l'entreprise se décline en :

- Différentes activités professionnelles (artisans, agriculteurs, professions libérales...) ;
- Commerçant personne physique ;
- Les sociétés commerciales ;
- Les entreprises publiques ;
- Les ministères ;
- Les administrations publiques ;

Fonctionnalité :

La carte Affaires est une carte interbancaire valable en Algérie, elle vous permet d'effectuer 7j/ 7 et 24h/ 24 :

- Des retraits sur DAB/GAB BADR et Banque confrères (installés sur le territoire national) ;
- Des paiements auprès des commerçants disposant de TPE ;
- Des paiements en ligne (e-paiement) auprès de l'ensemble des Web Marchands affiliés au réseau monétique interbancaire.

Les services non autorisés sur la carte Affaires :

- La consultation des soldes des comptes auquel elle est rattachée ;
- Les virements de compte à compte ;
- L'impression d'un « mini relevé d'opérations » ;
- L'impression du RIB ;
- La commande de chèquiers

Plafonds d'utilisation Mensuelle :

Pour la Business Gold:
 Retrait : 80 000 DA/Mois
 Paiement off line : 60 000 DA/Mois
 Paiement on line : 900 000 DA/Mois
 Plafond par montant de transaction de paiement : 200 000 DA


Service adossé :

Le service BADRnet permettra au client porteur de suivre les opérations effectuées via la carte Affaires.



بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

Mastercard Business pour exportateur

| | |
|--|--|
| Définition : | La Mastercard Business exportateurs est une carte internationale de paiement et de retrait en devise 24h/24 et 7j/7. |
| Type de carte disponible : | Mastercard Business Exportateur |
| Eligibilité : | La carte Mastercard Business exportateur est destinée aux exportateurs titulaires d'un compte en dinars et d'un compte en devises (EUROS) exportateur |
| Type de compte : | Compte en dinars Compte en devises exportateur (EUROS) |
| Solde minimum : | Pour la Business exportateur : 3500 Euros |
| Les frais d'acquisition de la carte : | Pour les exportateur : 7 000 DA / HT / An |
| Les plafonds d'utilisation : | Pour la Business exportateur : Retrait : Perssonnalisable Paiement : Perssonnalisable |
| Fonctionnalités : | <p>La carte mastercard Bussines exportateur est utilisée partout dans le monde 24h/24 et 7j/7 pour effectuer des :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Retraits à l'étranger exceptionnels sur GAB portant le logo Mastercard ; ● Régléments d'achats de biens ou de services par carte sur TPE en relations avec l'activité (destinées au financement des opération de promotions des activités a l'exportation)sur des sites sécurisés portant le logo Mastercard ; ● Paiements en ligne des dépenses en relations avec l'activité (depenses destinées au financement des opération de promotions des activités a l'exportation)sur des sites sécurisés portant le logo Mastercard. <p>Important : le client doit utiliser sa carte seulement sur les sites internet (https) sécurisés avec ce sigle  au début de L'URL du site.</p> |
| Validité : | 2 ans renouvelable automatiquement. Sauf résiliation du contrat par le client soixante (60) jours avant la date de fin de validité de la carte. |
| Les frais liés à l'utilisation de la carte Mastercard : | <p>Retrait : 2.5 % du montant de la transaction converti en Dinars + 2 Euros par transaction prélevés du compte devise.</p> <p>Paiement : 2.5 % du montant de la transaction converti en Dinars .</p> |
| Délais de livraison de la carte Mastercard : | 15 à 20 jours ouvrables. |

Mastercard Business pour exportateur

Avantage de la carte Mastercard BUSINESS:

Accès :

- **Une acceptation mondiale** : plus de 40 millions de points de ventes dans 210 pays.
- **Une très large couverture de guichet Automatique** : plus de 25 millions de guichets.
- **Ouverture sur le e-Commerce** : en ligne ou à travers une application.
- Le client a accès à son argent 24h/24 et 7j/7.

Facilité et contrôle :

- sans contact : 2.8 millions points en constante évolution dans plus de 67 countries.

Sécurité :

- La norme EMV.
- 3D Secure.

Mise en opposition :

En cas de perte ou de vol de la carte une déclaration doit être faite au centre d'appel Mastercard ouvert 7 jours par semaine, ou bien à la Banque, en appelant l'un des numéros **de téléphone réservés à cet effet**.

Un numéro d'enregistrement de ce blocage est communiqué au titulaire de la carte et/ou du compte.

En cas de perte ou de vol, un numéro du centre d'appels (inséré au dos de la carte) peut être joint .

- Badr ITTISSAL : 021. 989. 323
- Mastercard : + 212.537. 674. 525
- ou bien le numéro de l'agence.

L'application Mastercard For You donne un aperçu de la façon dont le client peut utiliser sa carte à son plein potentiel.

Pour plus d'information :

Le client peut consulter notre site web : www.badrbanque.dz

ملحق رقم 5.

Une carte pour un meilleur mode de paiement



Vous êtes porteurs de la carte CIB, vous pouvez effectuer :

- Des paiements de vos achats auprès des commerçants de proximité du réseau CIB ;
- Des paiements de vos achats auprès des web-marchands du réseau CIB ;
- Des retraits d'espèces sur les automates du réseau CIB ;
- Autres libre-services bancaires offerts.

Identification d'un point d'acceptation

La vitrophanie (autocollant) CIB est apposée sur les vitrines des commerçants accepteurs. Le logo CIB est affiché sur les pages d'accueil des sites web-marchand.



La carte CIB

1. Est délivrée par la banque.
2. Est adossée à un compte bancaire.
3. Est adossée à un contrat « carte ».
4. Est à usage personnel.
5. Permet d'effectuer des paiements et des retraits 07 jours sur 07 et 24 Heures sur 24.
6. Garantit une sécurité renforcée (carte à puce).
7. Vous évite de transporter du cash.
8. Economise votre temps.
9. Utilisable sur tout le réseau CIB.
10. Valide pour une durée déterminée.



1. Identification de l'établissement émetteur et prioritaire de la carte.
2. Logo de l'interbancaire.
3. Date d'expiration.
4. Nom et prénom du client.
5. La puce, élément cle de la sécurité du système.
6. Numéro de la carte.
7. Panneau de signature.
8. Adresse de l'établissement émetteur.
9. Cryptogramme visuel, 3 derniers chiffres figurant sur le verso de la carte, c'est un élément supplémentaire de sécurisation du paiement à distance.
10. Piste magnétique.

Utilisation de la carte

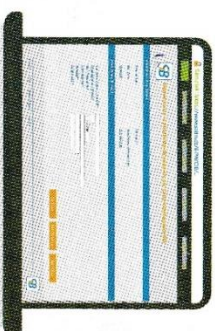
Comment régler vos achats auprès d'un commerçant ?

- Présentez votre carte au niveau de la caisse ;
- Introduisez la carte dans le TPE ;
- Le commerçant introduit le montant de vos achats ;
- Saisissez votre code confidentiel sur le clavier du TPE ;
- À la fin de l'opération le commerçant vous remet votre carte et votre ticket.



Comment régler vos achats auprès d'un web-marchand :

- Connectez-vous au site web marchand ;
- Choisissez l'objet de votre achat ;
- Cliquez sur le logo CIB pour initier le paiement ;
- L'interface de paiement vous propose d'introduire les données de votre carte et votre mot de passe spécifique au paiement sur internet ;
- Au terme de la transaction, choisissez l'option de réception de votre reçu de paiement.

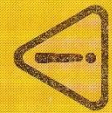


Règles de prudence :

- Conservez votre carte dans un lieu sûr ;
- Apprenez votre code confidentiel et votre mot de passe par cœur ;
- Dès réception de votre carte bancaire, apposez votre signature au dos de celle-ci ;
- Ne répondez jamais à un courrier électronique vous demandant la communication de vos coordonnées bancaires ;
- Dans le cas où il figurerait sur votre relevé de compte une opération que vous n'avez pas effectuée, contestez-la immédiatement auprès de votre agence bancaire ;
- Ne pas introduire 3 fois un code confidentiel erroné, lors d'un retrait ou d'un paiement de proximité pour éviter de voir votre carte bloquée ;
- Composez toujours votre code confidentiel à l'abri des regards indiscrets lors d'un retrait ou d'un paiement ;
- Vérifier systématiquement que le montant affiché sur le terminal de paiement est bien le montant de votre achat ;
- Ne laissez personne introduire votre carte à votre place sur un terminal de paiement ou un distributeur automatique.

Règles de prudence spécifiques au paiement sur internet :

- Lors du changement du mot de passe assurez-vous de choisir un mot de passe difficile à deviner ;
- Saisissez vous-même les données de la carte à chaque paiement ;
- Assurez-vous que le site web-marchand, auprès duquel est effectué le paiement, est sécurisé (Les sites web sécurisés sont identifiables par l'adresse <https://>, au lieu de <http://> et illustré par un cadenas).



Si vous communiquez votre code confidentiel ou votre mot de passe, votre responsabilité est engagée en cas d'utilisation frauduleuse.

IMPORTANT

En cas de :

- Vol, perte et utilisation frauduleuse de la carte signalez l'incident, immédiatement, au centre d'appel interbancaire pour mise en opposition de la carte, sur **LE NUMÉRO GRATUIT 3020** puis confirmer l'opposition au niveau de votre agence bancaire ;
- Perte ou oubli du code confidentiel, ou détérioration de la carte, s'adresser à votre agence bancaire ;
- Capture de la carte par le distributeur automatique, s'adresser au responsable du DAB.



La carte qui simplifie ma vie



Carte CIB,
La carte qui simplifie ma vie
Porteur de carte



Pour plus d'information rendez-vous sur :


www.bitakati.dz

Ou appelez gratuitement le : 30 20

ملحق رقم 6.

| COLLECTIF DES RESSOURCES | | MasterCard TITANIUM |
|--|---|---------------------|
| Définition | La MasterCard est votre carte internationale de paiement et de retrait en devises 24h/24 et 7j/7, elle vous offre des avantages en toute quiétude. | |
| Type de carte disponible | MasterCard | |
| Eligibilité | <ul style="list-style-type: none"> Personnes physiques de nationalité algérienne ou étrangère disposant d'un compte en devises (Euros) et d'un compte en Dinars ; Personnes physiques Résidentes ou non résidentes en Algérie. | |
| Type de compte | Compte devises et d'un compte en dinars. | |
| Solde minimum | 200 euros | |
| Les frais d'acquisition de la carte | 8 500 DA /An / HT | |
| Les plafonds d'utilisation | <ul style="list-style-type: none"> Retrait: 1000 Euros / semaine Paiement: 5000 Euros / semaine | |
| Fonctionnalités | <p>Utilisez votre carte MasterCard partout dans le monde 24h/24 et 7j/7 pour effectuer des :</p> <ul style="list-style-type: none"> Retraits sur DAB ou GAB à l'étranger portant le logo MasterCard ; Règlement d'achats de biens ou de services. | |
| Utilisation | <p>A l'étranger.</p> <p>Elle vous permet également d'effectuer des achats sur internet, y compris d'Algérie</p> | |
| Validité | 2 ans renouvelables automatiquement. Sauf résiliation du contrat par le client. | |
| Avantages | <p>Voyagez en toute sérénité et bénéficiez d'une disponibilité immédiate de votre argent pour tous vos besoins 24H/24 et 7J/7 ;</p> <ul style="list-style-type: none"> Effectuez des achats en ligne en toute sécurité grâce au « 3D Secure » ; Bénéficiez du plus important réseau de DAB dans le monde. | |
| Les frais liés à l'utilisation de la carte MasterCard | <ul style="list-style-type: none"> Retrait: 2,5 % du montant de la transaction + 2 Euros par transaction convertis en Dinars Paiement: 2,5 % du montant de la transaction converti en Dinars | |
| Délais de livraison de la carte | 13 jours ouvrables | |


ملحق رقم 7.


 بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

le plus grand réseau
bancaire en Algérie

**Choisissez la carte
qui vous convient**


GRATUIT


 Carte BADR
Interbancaire
0123 4567 8901 2345

 Carte BADR
SOLO
0123 4567 8901 2345


EXPIRE
FIN

TOUT SIMPLEMENT
MEILLEURE. LE
RETRAIT ET
PAIEMENT
ELECTRONIQUE
AVEC LA BADR



 021 989 323

contact@badr.dz
www.badr-banque.dz



BADR ... plus qu'une banque

La Carte interbancaire **SB** BADR est adossée à votre Compte ouvert auprès de l'une de nos agences, elle vous offre l'avantage de RETIRER votre argent et de PAYER vos factures en toute sécurité et rapidité.

Fonctionnalités de la carte :

Le Carte **SB** BADR **Classique / Gold** vous permet **7j/7** et **24h/24** de :

- Effectuer des retraits sur tous les guichets automatiques DAB et GAB y compris les jours fériés;
- Régler vos factures sur internet;
- Effectuer des paiements auprès des commerçants dotés d'un terminal de paiement électronique (TPE).

Des services supplémentaires à travers notre réseau de GAB/DAB :

- La consultation de votre solde;
- Virement de compte à compte;
- Commande de chéquier;
- Edition du RIB.

Validité de la carte **SB** :

La validité de la carte **SB** BADR est de 02 ans, renouvelable automatiquement.

Sécurité :


- Grâce à votre code confidentiel, personnel et au 3D secure, vous êtes sécurisés de tout danger.
- En cas de vol ou de perte vous devez signaler à votre banque l'incident immédiatement pour opposition de la carte.
- Votre carte sera remplacée en cas de vol, de perte ou de détérioration.
- En cas de perte ou d'oubli du code confidentiel PIN ce dernier vous sera réédité.

PAIEMENT SUR INTERNET
PAIEMENT VIA TPE
RETRAIT VIA GAB

24h/7j

Pour tout renseignement
Visitez notre site web ou rendez vous
dans nos agences



La Carte interbancaire  BADR est adossée à votre Compte ouvert auprès de l'une de nos agences, elle vous offre l'avantage de RETIRER votre argent et de PAYER vos factures en toute sécurité et rapidité.

Fonctionnalités de la carte :

Le Carte  BADR **Classique / Gold** vous permet 7j/7 et 24h/24 de :

- Effectuer des retraits sur tous les guichets automatiques DAB et GAB y compris les jours fériés;
- Régler vos factures sur internet;
- Effectuer des paiements auprès des commerçants dotés d'un terminal de paiement électronique (TPE).

Des services supplémentaires à travers notre réseau de GAB/DAB :

- La consultation de votre solde;
- Virement de compte à compte;
- Commande de chéquier;
- Edition du RIB.

Validité de la carte :

La validité de la carte  BADR est de 02 ans, renouvelable automatiquement.

Sécurité :

- Grâce à votre code confidentiel, personnel et au 3D secure, vous êtes sécurisés de tout danger.
- En cas de vol ou de perte vous devez signaler à votre banque l'incident immédiatement pour opposition de la carte.
- Votre carte sera remplacée en cas de vol, de perte ou de détérioration.
- En cas de perte ou d'oubli du code confidentiel PIN ce dernier vous sera réédité.

PAIEMENT SUR INTERNET
PAIEMENT VIA TPE
RETRAIT VIA GAB

24h/7J

Pour tout renseignement
Visitez notre site web ou rendez vous
dans nos agences



ملحق رقم 8.

بنك الزراعة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

le plus grand réseau
bancaire en Algérie

**Choisissez la carte
qui vous convient**

GRATUIT

Carte BADR
Interbancaire

0123 4567 8901 2345

Carte BADR
Interbancaire

0123 4567 8901 2345

EXPIRE
FIN

TOUT SIMPLEMENT
MEILLEUR LE
RETRAIT ET
PAIEMENT
ELECTRONIQUE
AVEC LA BADR

021 989 323

contact@badr.dz

www.badrbanque.dz

BADR ... plus qu'une banque



بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

Pour **gérer** vos comptes à distance et **effectuer** vos opérations bancaires rapidement et en toute **sécurité** 7j/7 et 24h/24

La BADR vous propose son service **MY BADR** via les canaux web et mobile

Une large gamme de services est mise à votre disposition.

Pack My BADR

- Consultez le solde de vos comptes et l'historique de vos derniers mouvements gratuitement, à tout moment et en toute sécurité.

Pack My BADR Premium

- Consultez le solde et les derniers mouvements de vos comptes.
- Téléchargez et éditez vos relevés de comptes sur 3 mois sous différents formats.
- Commandez et suivez le statut de vos cartes ainsi que vos opérations monétiques.
- Effectuez vos virements domestiques à distance vers un ou plusieurs bénéficiaires domiciliés à la BADR ou dans toute autre banque.
- Gérez vos bénéficiaires de virements : ajoutez, modifiez ou supprimez un ou plusieurs bénéficiaires.
- Commandez votre chéquier et consultez son statut.
- Souscrivez un DAT et consultez ses détails.
- Consultez les détails de votre contrat de prêt et demandez votre échéancier.
- ...

Restez connecté à vos comptes

avec votre solution de banque à distance **MY BADR**

Disponible en version WEB et en application mobile téléchargeable gratuitement depuis les stores.



contact@badr.dz



021 989 323



www.badrbank.dz

ملحق رقم 9.

The advertisement features the logo of Banque de l'agriculture et du développement rural at the top left. The main text reads 'بنك الفلاحة والتنمية الريفية Banque de l'agriculture et du développement rural'. Below this, the service is named 'My BADR' in a stylized font. The slogan 'Pour Rester Tout Le Temps Connecté à Vos Comptes' is written in a handwritten style. The central image shows a laptop displaying a 'Bienvenue' (Welcome) login screen and a hand holding a smartphone displaying the mobile banking interface. A speech bubble from the smartphone says 'EFFECTUEZ VOS TRANSACTIONS EN INSTANTANÉ'. The background is white with green circular accents.

بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

**My
BADR**

Pour Rester Tout Le Temps
Connecté à Vos Comptes

Bienvenue

EFFECTUEZ
VOS
TRANSACTIONS
EN
INSTANTANÉ

| MasterCard CLASSIQUE | |
|---|---|
| Les services Proposés Par Mastercard | <p>- En voyage familiale ou pour affaire, la carte CLASSIQUE MasterCard offre à son titulaire:</p> <p>Priceless Cities – Accès aux expériences :</p> <p>Profitez d'offres exclusives et d'expériences passionnantes dans divers villes du monde.</p> <p>- Le programme Priceless Cities vous offre une collection unique de milliers d'expériences dans plus de 40 villes dans le monde spécialement organisés pour les porteurs de carte Mastercard</p> <p>- De la restauration aux voyages et divertissement profitez d'offre qui agrementeront votre voyage.</p> <p>- Pour plus de détails visitez le site web : www.priceless.com</p> |
| Cash d'urgence | Maximum : 500 Euros. |
| Carte de remplacement | - Fabriquée par MasterCard qui va générer un numéro de carte basé sur une tranche prédéfinie, cette carte de remplacement ne peut pas supporter la puce mais seulement la bande magnétique. |
| Le service de remplacement de carte en cas de perte ou de vol | <p>- La durée de livraison : 24 heures sur le territoire USA et 48 heures sur autres territoires.</p> <p>- La livraison est effectuée par un agent désigné par MasterCard.</p> |
| Mise en opposition | <p>Notre centre de relation clientèles a la possibilité de recevoir la demande de mise en opposition directement du client.</p> <p>En cas de perte ou de vol, le numéro du centre d'appels inséré au dos de la carte Ci-dessous le numéro peut être joint :</p> <p>-Badi Ittissal : 021.989.323. -MasterCard : + 212.537.674.525.</p> |
| <p>Fiche Produit BADR Mai 2019</p> | |

ملحق رقم 9.

مخرجات برنامج SPSS

ثبات أداة الدراسة عن طريق معامل الفا كرومباخ

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,825 | 5 |

استخدام الخدمات المالية

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,702 | 4 |

جودة الخدمات المالية

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,705 | 4 |

الشمول المالي

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,828 | 13 |

الصيرفة الالكترونية

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| ,750 | 10 |

توزيع افراد عينة الدراسة وفق لخصائص الديمغرافية

Statistics

| | | الجنس | العمر | التعليم | الوظيفة | الاقدمية |
|---|---------|-------|-------|---------|---------|----------|
| N | Valid | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

الجنس

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ذكر | 17 | 56,7 | 56,7 | 56,7 |
| | انثى | 13 | 43,3 | 43,3 | 100,0 |
| Total | | 30 | 100,0 | 100,0 | |

لعمر

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | من 20 الى 30 سنة | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | من 31 الى 40 سنة | 13 | 43,3 | 43,3 | 46,7 |

| | | | | |
|------------------|-----------|--------------|--------------|-------|
| من 41 الى 50 سنة | 9 | 30,0 | 30,0 | 76,7 |
| اكثر من 50 سنة | 7 | 23,3 | 23,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

التعليم

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid ثانوي | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| جامعي | 21 | 70,0 | 70,0 | 80,0 |
| دراسات عليا | 5 | 16,7 | 16,7 | 96,7 |
| اخرى | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

الوظيفة

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid مدير | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| جامعي | 2 | 6,7 | 6,7 | 13,3 |
| دراسات عليا | 6 | 20,0 | 20,0 | 33,3 |

| | | | | |
|--------------|-----------|--------------|--------------|-------|
| اخرى | 2 | 6,7 | 6,7 | 40,0 |
| 5,00 | 18 | 60,0 | 60,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

الاقدمية

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid من 5 سنوات فأقل | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| من 6 الى 10 سنوات | 10 | 33,3 | 33,3 | 43,3 |
| من 11 الى 15 سنة | 5 | 16,7 | 16,7 | 60,0 |
| اكثر من 15 سنة | 12 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد الوصول الى الخدمة المالية

Q1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid لا اوافق | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |

| | | | | |
|--------------|-----------|--------------|--------------|-------|
| محايد | 2 | 6,7 | 6,7 | 10,0 |
| موافق | 13 | 43,3 | 43,3 | 53,3 |
| موافق بشدة | 14 | 46,7 | 46,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Q2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid لا اوافق | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| موافق | 10 | 33,3 | 33,3 | 36,7 |
| موافق بشدة | 19 | 63,3 | 63,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Q3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid موافق | 12 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| موافق بشدة | 18 | 60,0 | 60,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Q4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | لا اوافق بشدة | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | لا اوافق | 1 | 3,3 | 3,3 | 6,7 |
| | محايد | 5 | 16,7 | 16,7 | 23,3 |
| | موافق | 11 | 36,7 | 36,7 | 60,0 |
| | موافق بشدة | 12 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Q5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | لا اوافق | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | محايد | 7 | 23,3 | 23,3 | 30,0 |
| | موافق | 12 | 40,0 | 40,0 | 70,0 |
| | موافق بشدة | 9 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

EXECUTE.

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| Q1 | 30 | 2,00 | 5,00 | 4,3333 | ,75810 |
| Q2 | 30 | 2,00 | 5,00 | 4,5667 | ,67891 |
| Q3 | 30 | 4,00 | 5,00 | 4,6000 | ,49827 |
| Q4 | 30 | 1,00 | 5,00 | 4,0667 | 1,01483 |
| Q5 | 30 | 2,00 | 5,00 | 3,9333 | ,90719 |
| الوصول للخدمة | 30 | 13,00 | 25,00 | 21,5000 | 3,03713 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد استخدام الخدمات المالية

A6

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid لا اوافق | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| محاييد | 5 | 16,7 | 16,7 | 23,3 |

| | | | | |
|--------------|-----------|--------------|--------------|-------|
| موافق | 11 | 36,7 | 36,7 | 60,0 |
| موافق بشدة | 12 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

A7

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid لا اوافق بشدة | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| لا اوافق | 1 | 3,3 | 3,3 | 6,7 |
| محايد | 7 | 23,3 | 23,3 | 30,0 |
| موافق | 12 | 40,0 | 40,0 | 70,0 |
| موافق بشدة | 9 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

A8

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid موافق | 12 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| موافق بشدة | 18 | 60,0 | 60,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

A9

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid لا اوافق بشدة | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| محايد | 5 | 16,7 | 16,7 | 20,0 |
| موافق | 12 | 40,0 | 40,0 | 60,0 |
| موافق بشدة | 12 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| A6 | 30 | 2,00 | 5,00 | 4,1000 | ,92289 |
| A7 | 30 | 1,00 | 5,00 | 3,9000 | ,99481 |
| A8 | 30 | 4,00 | 5,00 | 4,6000 | ,49827 |
| A9 | 30 | 1,00 | 5,00 | 4,1333 | ,93710 |
| استخدام_الخدمات_المالية | 30 | 9,00 | 20,00 | 16,7333 | 2,50425 |

| | | | | | |
|-----------------------|----|--|--|--|--|
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |
|-----------------------|----|--|--|--|--|

يبين التكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات الدراسة حول بعد جودة الخدمات المالية

S10

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------------|-----------|--------------|------------------|-----------------------|
| Valid لا اوافق بشدة | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| لا اوافق | 3 | 10,0 | 10,0 | 13,3 |
| محايد | 10 | 33,3 | 33,3 | 46,7 |
| موافق | 7 | 23,3 | 23,3 | 70,0 |
| موافق بشدة | 9 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

A11

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|------------------|-----------------------|
|--|-----------|---------|------------------|-----------------------|

| | | | | | |
|-------|---------------|-----------|--------------|--------------|-------|
| Valid | لا اوافق بشدة | 4 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | لا اوافق | 4 | 13,3 | 13,3 | 26,7 |
| | محايد | 14 | 46,7 | 46,7 | 73,3 |
| | موافق | 4 | 13,3 | 13,3 | 86,7 |
| | موافق بشدة | 4 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

S12

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | محايد | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | موافق | 15 | 50,0 | 50,0 | 56,7 |
| | موافق بشدة | 13 | 43,3 | 43,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

S13

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | موافق | 16 | 53,3 | 53,3 | 53,3 |

| | | | | |
|--------------|-----------|--------------|--------------|-------|
| موافق بشدة | 14 | 46,7 | 46,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Descriptives

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------------------|-----------|---------|---------|---------|----------------|
| S10 | 30 | 1,00 | 5,00 | 3,6667 | 1,12444 |
| A11 | 30 | 1,00 | 5,00 | 3,0000 | 1,17444 |
| S12 | 30 | 3,00 | 5,00 | 4,3667 | ,61495 |
| S13 | 30 | 4,00 | 5,00 | 4,4667 | ,50742 |
| جودة_الخدمات_المالية | 30 | 12,00 | 20,00 | 15,5000 | 2,09680 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

FREQUENCIES VARIABLES=D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

D1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | لا اوافق بشدة | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | لا اوافق | 1 | 3,3 | 3,3 | 13,3 |
| | محايد | 7 | 23,3 | 23,3 | 36,7 |
| | موافق | 14 | 46,7 | 46,7 | 83,3 |
| | موافق بشدة | 5 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

D2

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | لا اوافق بشدة | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | لا اوافق | 6 | 20,0 | 20,0 | 26,7 |
| | محايد | 14 | 46,7 | 46,7 | 73,3 |
| | موافق | 5 | 16,7 | 16,7 | 90,0 |
| | موافق بشدة | 3 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

D3

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | محايد | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | موافق | 18 | 60,0 | 60,0 | 70,0 |
| | موافق بشدة | 9 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

D4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | لا اوافق | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | محايد | 3 | 10,0 | 10,0 | 20,0 |
| | موافق | 17 | 56,7 | 56,7 | 76,7 |
| | موافق بشدة | 7 | 23,3 | 23,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

D5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | محايد | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | موافق | 15 | 50,0 | 50,0 | 56,7 |
| | موافق بشدة | 13 | 43,3 | 43,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

D6

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | محايد | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | موافق | 10 | 33,3 | 33,3 | 36,7 |
| | موافق بشدة | 19 | 63,3 | 63,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

D7

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | لا اوافق | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | محايد | 6 | 20,0 | 20,0 | 23,3 |

| | | | | |
|--------------|-----------|--------------|--------------|-------|
| موافق | 12 | 40,0 | 40,0 | 63,3 |
| موافق بشدة | 11 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| D8 | | | | | |
|-------|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | محايد | 4 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | موافق | 17 | 56,7 | 56,7 | 70,0 |
| | موافق بشدة | 9 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| D9 | | | | | |
|-------|--------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | موافق | 8 | 26,7 | 26,7 | 26,7 |
| | موافق بشدة | 22 | 73,3 | 73,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| D10 | | | | | |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | محايد | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | موافق | 8 | 26,7 | 26,7 | 30,0 |
| | موافق بشدة | 21 | 70,0 | 70,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| D1 | 30 | 1,00 | 5,00 | 3,5667 | 1,13512 |
| D2 | 30 | 1,00 | 5,00 | 3,0333 | 1,03335 |
| D3 | 30 | 3,00 | 5,00 | 4,2000 | ,61026 |
| D4 | 30 | 2,00 | 5,00 | 3,9333 | ,86834 |
| D5 | 30 | 3,00 | 5,00 | 4,3667 | ,61495 |
| D6 | 30 | 3,00 | 5,00 | 4,6000 | ,56324 |
| D7 | 30 | 2,00 | 5,00 | 4,1000 | ,84486 |
| D8 | 30 | 3,00 | 5,00 | 4,1667 | ,64772 |
| D9 | 30 | 4,00 | 5,00 | 4,7333 | ,44978 |

| | | | | | |
|-------------------------------|-----------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| D10 | 30 | 3,00 | 5,00 | 4,6667 | ,54667 |
| الصيرفة_الالكترونية | 30 | 34,00 | 46,00 | 41,3667 | 3,16754 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

/NOTOTAL.

| Tests of Normality | | | | | | |
|---------------------|---------------------------------|----|-------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| جميع_العبارات | ,128 | 30 | ,200* | ,907 | 30 | ,012 |
| الصيرفة_الالكترونية | ,167 | 30 | ,200 | ,948 | 30 | ,153 |
| الشمول_المالي | ,133 | 30 | ,189 | ,952 | 30 | ,197 |

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

اختبار الفرضيات

منحنى الاتحاد البسيط

| Variables Entered/Removed ^a | | | |
|--|----------------------------------|-------------------|--------|
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | الصيرفة_الالكترونية ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: الشمول_المالي

b. All requested variables entered.

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,562 ^a | ,316 | ,291 | 5,31428 |

a. Predictors: (Constant),
الصيرفة_الالكترونية

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 365,102 | 1 | 365,102 | 12,928 | ,001 ^b |
| | Residual | 790,765 | 28 | 28,242 | | |
| | Total | 1155,867 | 29 | | | |

a. Dependent Variable:
الشمول_المالي

b. Predictors: (Constant),
الصيرفة_الالكترونية

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7,395 | 12,924 | | ,572 | ,572 |
| | الصيرفة_الالكترونية | 1,120 | ,312 | ,562 | 3,596 | ,001 |

a. Dependent Variable: الشمول_المالي

Regression

| Variables Entered/Removed ^a | | | |
|--|----------------------------|-------------------|--------|
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | الوصول_للخدمة ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: الصيرفة_الالكترونية

b. All requested variables entered.

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,522 ^a | ,272 | ,246 | 2,75049 |

a. Predictors: (Constant), الوصول_للخدمة

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 79,141 | 1 | 79,141 | 10,461 | ,003 ^b |
| | Residual | 211,826 | 28 | 7,565 | | |
| | Total | 290,967 | 29 | | | |

a. Dependent Variable: الصيرفة_الالكترونية

b. Predictors: (Constant), الوصول_للخدمة

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 29,672 | 3,650 | | 8,129 | ,000 |
| | الوصول_للخدمة | ,544 | ,168 | ,522 | 3,234 | ,003 |

a. Dependent Variable: الصيرفة_الالكترونية

T-Test

| One-Sample Statistics | | | | |
|-----------------------|----|---------|----------------|-----------------|
| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
| الصيرفة_الالكترونية | 30 | 41,3667 | 3,16754 | ,57831 |

| One-Sample Test | | | | | |
|---------------------|-----------------|----|-----------------|-----------------|---|
| | Test Value = 30 | | | | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |
| | | | | | Lower |
| الصيرفة_الالكترونية | 19,655 | 29 | ,000 | 11,36667 | 10,1839 |

One-Sample Test

Test Value = 30

95% Confidence Interval of the Difference

Upper

| | |
|---------------------|---------|
| الصيرفة_الالكترونية | 12,5494 |
|---------------------|---------|

| One-Sample Effect Sizes | | | | | |
|-------------------------|--------------------|---------------------------|----------------|-------------------------|-------|
| | | Standardizer ^a | Point Estimate | 95% Confidence Interval | |
| | | | | Lower | Upper |
| الصيرفة الالكترونية | Cohen's d | 3,16754 | 3,588 | 2,598 | 4,569 |
| | Hedges' correction | 3,25252 | 3,495 | 2,530 | 4,450 |

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.