



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم الاقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي في
الجزائر - البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً ولاية الوادي-

تحت إشراف:

د. حبيب كريمة

من إعداد الطلبات:

✓ بن مصباح فاطمة

✓ موفق نجمة

لجنة المناقشة

رئيسا	- بجامعة الشهيد حمه لخضر	د. العبسي علي
مشرفا	- بجامعة الشهيد حمه لخضر	د. حبيب كريمة
مناقشا	- بجامعة الشهيد حمه لخضر	د. الاسود عبد الحليم

السنة الجامعية: 2023/2022



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم الاقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي في
الجزائر - البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً ولاية الوادي-

تحت إشراف:

د. حبيب كريمة

من إعداد الطلبات:

✓ بن مصباح فاطمة

✓ موفق نجمة

لجنة المناقشة

رئيسا	- بجامعة الشهيد حمه لخضر	د. العبسي علي
مشرفا	- بجامعة الشهيد حمه لخضر	د. حبيب كريمة
مناقشا	- بجامعة الشهيد حمه لخضر	د. الاسود عبد الحليم

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ
"أُنِيبُ"

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

الشكر

أولا وقبل كل شيء، نتوجه بعظيم الشكر وببليغ الحمد لله عظيم الشكر
أن وفقنا في إنجاز هذا العمل.

ونسأله عز وجل أن يكون هذا العمل خالصا لوجه الله تعالى.

كما يطيب لنا أن نتقدم بأعظم عبارات التشكر وجزيل العرفان إلى من دعمتنا
ووجهتنا في إنجاز هذا العمل وساهمت في إثراء معلوماتنا الأستاذة
« حبيب كريمة»، جعل الله عملها هذا في ميزان حسناتها.

كما نتقدم بالشكر للأستاذة « سعيد إبراهيم، حميداتو محمد الناصر، رحمانى موسى
بجامعة بسكرة » الذين مدوا لنا يد العون ، ونسأل الله لهم دوام
الصحة والعافية.

كما نتوجه بالشكر إلى كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة الوادي.

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله.

أخي رحمه الله

إلى كل الإخوة والأخوات.....

إلى كل من أحب.....

إلى كل طالب علم يبتغي به وجه الله.

قائمة المحتويات

العنوان	الصفحة
الشكر	I
الإهداء	II
قائمة المحتويات	IV
قائمة الجداول	X
قائمة الأشكال	XIII
قائمة الملاحق	XV
الملخص باللغة العربية والإنجليزية	XVIII
المقدمة العامة	أ-د
تحديد إشكالية البحث	أ
الفرضيات	ب
مبررات اختيار الموضوع	ب
أهمية الدراسة	ب
أهداف الدراسة	ج
حدود الدراسة	ج
المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة	ج
صعوبات الدراسة	د
هيكل الدراسة	د
الفصل الأول : الأدبيات النظرية والتطبيقية (وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي	26_2
تمهيد الفصل	2
المبحث الأول: الادبيات النظرية لوسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي	3
المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية	3
الفرع الأول: تعريف وأهمية وسائل الدفع الإلكترونية	3
أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية	3
ثانياً: أهمية الدفع الإلكتروني	4
الفرع الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني	4
أولاً: البطاقات المصرفية	5
ثانياً: النقود الإلكترونية	5
ثالثاً: الشيك الإلكتروني	6
الفرع الثالث: مزايا ومخاطر الدفع الإلكتروني	6

6	أولاً: مزايا الدفع الإلكتروني
7	ثانياً: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني
9	المطلب الثاني: ماهية الشمول المالي
9	الفرع الأول: نشأة وتعريف الشمول المالي
9	أولاً: نشأة الشمول المالي
9	ثانياً: تعريف الشمول المالي
10	الفرع الثاني: أهمية وأهداف الشمول المالي
10	أولاً: أهمية الشمول المالي
11	ثانياً: أهداف الشمول المالي
11	الفرع الثالث: أبعاد ومؤشرات قياس الشمول المالي
11	أولاً: أبعاد الشمول المالي
12	ثانياً: مؤشرات قياس الشمول المالي
15	الفرع الرابع: متطلبات تعزيز الشمول المالي
15	أولاً: دعم البنية التحتية المالية
15	ثانياً: حماية مستهلكي الخدمات المالية
16	ثالثاً: التثقيف المالي
16	رابعاً: تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع
16	الفرع الخامس: المعوقات التي تحول من انتشار الشمول المالي
18	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
18	المطلب الأول: الدراسات السابقة المحلية
18	الفرع الأول: عرض الدراسات السابقة المحلية
21	الفرع الثاني: تعقيب على الدراسات السابقة المحلية
22	المطلب الثاني: الدراسات السابقة العربية
22	الفرع الأول: عرض الدراسات السابقة العربية
23	الفرع الثاني: التعقيب على الدراسات السابقة العربية
24	المطلب الثالث: الدراسات الأجنبية
24	الفرع الأول: عرض الدراسات السابقة الأجنبية
25	الفرع الثاني: تعقيب على الدراسات الأجنبية
26	خلاصة الفصل
63_28	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

28	تمهيد الفصل
29	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة.
29	المطلب الأول: بطاقة تعريفية لبريد الجزائر وبطاقة الذهبية
29	الفرع الأول: بطاقة تعريفية لبريد الجزائر
30	الفرع الثاني: بطاقة تعريفية بالبطاقة الذهبية
30	أولا: تعريف البطاقة الذهبية
31	ثانيا: المعلومات الخاصة بالبطاقة الذهبية Carte Edahabia
32	الفرع الثالث: خدمات وتكاليف البطاقة الذهبية
32	أولا: التوصيات عند استعمال البطاقة الذهبية
32	ثانيا: خدمات البطاقة الذهبية المالية في الصراف الألي
33	ثالثا: خدمات البطاقة الذهبية service carte edahabia
33	رابعا: تكاليف البطاقة الذهبية edahabia
34	المطلب الثاني: الاجراءات المنهجية لدراسة
34	الفرع الأول: متغيرات وأدوات الدراسة
34	أولا: متغيرات الدراسة
35	ثانيا: أدوات الدراسة
35	الفرع الثاني: الأساليب والأدوات الاحصائية
35	أولا: تصميم الاستبيان
36	ثانيا: قياس الصدق و الثبات
37	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة
37	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
37	الفرع الأول: عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية
37	أولا: عرض النتائج المتعلقة بالجنس
38	ثانيا: عرض النتائج المتعلقة بالسن
38	ثالثا: عرض النتائج المتعلقة بالحالة الاجتماعية
39	رابعا: عرض النتائج المتعلقة بالوظيفة
40	خامسا: عرض النتائج المتعلقة بالمستوى التعليمي
41	سادسا: عرض النتائج عينة الدراسة حسب مدة استعمال البطاقة الذهبية
42	الفرع الثاني: عرض النتائج المتعلقة بالبطاقة الذهبية لبريد الجزائر من خلال بدائل الاجابة
42	أولا: استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية

45	ثانيا: دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي
55	الفرع الثالث: عرض النتائج المتعلقة بالبطاقة الذهبية لبريد الجزائر من المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري
55	أولا: استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية
56	ثانيا: دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي
61	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات ومناقشتها
61	الفرع الأول: اختبار فرضيات الدراسة
62	الفرع الثاني: مناقشة النتائج
63	خلاصة الفصل
66_65	الخاتمة العامة
65	نتائج اختبار فرضيات الدراسة
65	نتائج الدراسة
66	آفاق الدراسة
68	قائمة المراجع
74	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
(1-1)	أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياسها	12
(1-2)	مؤشرات جهود بريد الجزائر في تطوير وسائل الدفع الإلكتروني	29
(2_2)	الانجازات لقطاع بريد الجزائر	30
(3_2)	تكاليف البطاقة الذهبية	33
(4_2)	مجتمع الدراسة	35
(5_2)	توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي	36
(6_2)	قياس ثبات الأداة	36
(7_2)	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	37
(8_2)	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	38
(9_2)	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	38
(10_2)	توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة	39
(11_2)	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	39
(12_2)	توزيع عينة الدراسة حسب مدة استعمال البطاقة الذهبية	41
(13_2)	استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية من خلال بدائل الاجابة	42
(14_2)	استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية من خلال بدائل الاجابة لسؤال رقم 8	45
(15_2)	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الاجابة: سهولة الوصول للخدمة	45
(16_2)	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الاجابة: حماية مستهلكي الخدمات المالية	48
(17_2)	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الاجابة: التثقيف المالي	51
(18_2)	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الاجابة: تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع.	53
(19_2)	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الاجابة لسؤال 5 تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع	53

قائمة الجداول

55	استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري	(20_2)
56	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لسهولة الوصول للخدمة	(21_2)
58	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لحماية مستهلكي الخدمات المالية	(22_2)
59	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لتثقيف المالي	(23_2)
59	دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لتطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع.	(24_2)

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
(1-1)	أنواع وسائل الدفع الإلكتروني	5
(1_2)	البطاقة الذهبية	31
(2_2)	متغيرات الدراسة	34
(3_2)	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	37
(4_2)	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	38
(5_2)	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	39
(6_2)	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	40
(7_2)	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	41

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
01	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبانة	74
02	الإستبانة	74
03	مخرجات spss	78

الملخص

تطرقنا في دراستنا إلى دور وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي في الجزائر - البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً ولاية الوادي- والتي كنا نهدف من خلالها إلى إزالة الغموض حول وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي ومدى معرفة البطاقة الذهبية لزيادة الشمول المالي وبناءاً على ذلك قمنا بطرح الإشكالية التالية ما هو دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي؟

ومن أجل الإجابة على الإشكالية قمنا بتقسيم الدراسة إلى متغيرين حيث اعتبرنا المتغير المستقل هو البطاقة الذهبية أما المتغير التابع الشمول المالي، واعتمدنا على المنهج الوصفي وعلى المنهج المسح الاجتماعي عن طريق الاستبانة الموزعة على عينة من مجتمع الدراسة والتي قدر عددها ب 120 مفردة، أما الأدوات المستخدمة في المعالجة هي spss و Excel وتوصلت الدراسة إلى:

- ✓ زيادة فتح الحسابات البريدية والبطاقات الذهبية يؤدي إلى تعزيز الشمول المالي.
- ✓ تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال جلب زبائن جدد .

الكلمات المفتاحية:

وسائل الدفع الإلكتروني، الشمول المالي، بريد الجزائر، البطاقة الذهبية.

Study summary:

In our study, we touched on the role of electronic payment methods in promoting financial inclusion in Algeria - the golden card of the Algerian Post as a model of El Oued Province - through which we aimed to remove ambiguity about electronic payment methods and financial inclusion and the extent of knowledge of the golden card to increase financial inclusion, and accordingly we raised the problem What is the role of the golden card of Algeria Post in promoting financial inclusion

In order to answer the problem, we divided the study into two variables, where we considered the independent variable to be the golden card, and the dependent variable to be :financial inclusion. In the processing are spss and Excel, and the study found Increasing the opening of postal accounts and golden cards leads to the promotion of .financial inclusion

The golden card contributes to enhancing financial inclusion by bringing in new customers

key words:

Electronic payment methods, financial inclusion, Algeria Post, golden card

المقدمة العامة

تمهيد:

شهد العالم في ظل التطورات السريعة التي عرفتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات موجة من التغيرات والتحولات الهامة التي مست مختلف القطاعات ولا سيما القطاع الاقتصادي، أين تم الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات وبروز الاقتصاد الرقمي شبكات الاتصالات والمعلومات وعلى قوة المعلومات والمعرفة ورأس المال البشري.

وقد أتى هذا الاقتصاد بعناصر جديدة تحقق فوائد في جميع مجالات الحياة من بينها عالم الأعمال المصرفية التي عرفت تحولا ملحوظا نتيجة لثورة التكنولوجيا الجديدة في الاعلام والاتصال وعمولة الأسواق المالية والمصرفية. مما دفع بالمؤسسات البنكية والمالية عامة بالاتجاه نحو تقديم نوع جديد من الخدمات تتماشى مع تطورات السوق المصرفية. بغية تطوير وتحسن أدائها تماشيا مع الظروف الجديدة المحيطة، وهذا تجسد في الصيرفة الالكترونية، فالبنوك كانت سباقة لاستغلال هذه التطورات من أجل تحديث نظام الدفع الذي كان في حاجة ماسة الى هذا التطور وهذا ما نتج عليه خلق وسائل دفع آلية جديدة متمثلة في وسائل الدفع الإلكترونية.

تعد البطاقة الذهبية التي أصبحت في الوقت الراهن من الإستراتيجيات الأولية التي يسعى إليها بريد الجزائر من أهم خطوات التوسع في تطبيق الشمول المالي في الجزائر، ومن هنا تبني بنك الجزائر على النشاط المالي سياسات وتنظيمات تراقب وتنظم وتحفز المتعاملين الماليين وانتشرت حملات النوعية والتثقيف المالي، فاقترحت مؤسسات المالية على زبائنها سياسة دفع البطاقات وأدخلت وسائل وأجهزة آلية تسمح باختصار الجهد والوقت.

وبالتالي عرف عالم المؤسسات المالية تحولا ملحوظا نتيجة للثروة التكنولوجية الجديدة في الاعلام والاتصال وعمولة المؤسسات المالية، مما دفعا لتقديم خدمات مالية تساعد على التوسع في تطبيق الشمول المالي وكذلك لتماشى مع تطورت السوق المالي بهدف تطوير أدائها تماشيا مع الظروف المحيطة وتحسين كفاءتها.

لهذا أدركت الجزائر ضرورة الارتقاء بنظامها المالي على مستوى تلك التطورات وبالتالي ضرورة تحديث وتعزيز نظام الدفع الذي يعاني من تأخر في تطبيق وإدخال وسائل الدفع الالكتروني وذلك بواسطة البطاقة الذهبية وتعميم استخدامها في المؤسسات المالية.

❖ تحديد إشكالية البحث:

وعلى أساس ما تقدم فإن الإشكالية التي نسعى لمعالجتها من خلال هذا البحث تتجسد في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي؟

❖ الأسئلة الفرعية:

من خلال الاشكالية الرئيسية توصلنا إلى طرح الأسئلة الفرعية التالية:

هل مميزات البطاقة الذهبية لبريد الجزائر تلقى قبولا عند مستخدميها ؟

هل تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز أبعاد الشمول المالي؟

❖ الفرضيات:

للإجابة على الاشكالية الرئيسية والاشكاليات الفرعية نقوم بوضع الفرضيات التالية التي سيتم اختبارها في نهاية الدراسة وهي:

الفرضية الأولى:

– تتلقى البطاقة الذهبية لبريد الجزائر قبولا عند استخدامها وذلك لمميزاتها العديدة.

الفرضية الثانية:

تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز أبعاد الشمول المالي .

ويمكن تقسيم الفرضية الرئيسية الثانية إلى فرضيات فرعية وهي:

- تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال سهولة الوصول للخدمة.
- تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال حماية مستهلكي الخدمات المالية.
- تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال التثقيف المالي.
- تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبى احتياجات كافة المجتمع.

❖ مبررات اختيار الموضوع:

المبررات الذاتية:

- ✓ دخول الموضوع ضمن التخصص.
- ✓ أهمية الموضوع على المستوى العملي والواقعي.
- ✓ الميول الشخصي لمثل هذه المواضيع وروح الفضول في اكتشاف خبايا الموضوع

المبررات الموضوعية:

- ✓ بحكم التخصص العلمي المدروس الذي يتماشى مع المواضيع الحديثة اعتبرنا موضوعنا من أهم المواضيع الحديثة الذي يفرض نفسه على الساحة العلمية والعملية لأنه يواكب التطورات الحديثة.

- ✓ حداثة الموضوع في الساحة المالية لبريد الجزائر.
- ✓ معرفة مدى مساهمة البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي.

❖ أهمية البحث:

تظهر أهمية الدراسة من خلال.

- ✓ يعزز العمل عن بعد وذلك باستخدام وسائل الدفع الحديثة لإيصال مختلف الخدمات لجميع شرائح المجتمع بأقل تكلفة وتعزيز الشمول المالي.

- ✓ استغلال بريد الجزائر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- ✓ تساعد البطاقة الذهبية في تنفيذ العمليات المالية وتسويقها بين مختلف المتعاملين بتكلفة منخفضة وفعالية مرتفعة.
- ✓ ادماج كافة شرائح المجتمع في الدائرة المالية.
- ❖ أهداف البحث:

نسعى من خلال هذه الدراسة للوصول إلى عدد من الأهداف التي يمكن توضيحها من خلال ما يلي:

- ✓ لفت انتباه الباحثين إلى ضرورة الإهتمام بهذا الموضوع.
- ✓ معرفة مدى تطبيق واستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر.
- ✓ توضيح دور البطاقة الذهبية في تعزيز لشمول المالي في الجزائر.
- ❖ حدود الدراسة:

تنقسم حدود الدراسة إلى:

الحدود الموضوعية: تعالج الدراسة الحالية المتغيرات التالية:

المتغيرات الرئيسية: المتغير المستقل يتمثل في استخدام البطاقة الذهبية، أما التابع الشمول المالي
المتغيرات الوسيطة: الجنس، المستوى، التعليمي، الوظيفة، الخبرة ... الخ
الحدود الزمانية: خلال شهر ماي.

الحدود المكانية: استقصاء عينة من زبائن وموظفي بريد الجزائر.

❖ المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة:

من أجل دراسة الإشكالية والإجابة على الأسئلة المطروحة، ونظرا لطبيعة الموضوع تم الاعتماد في

• الاطار النظري:

من خلال الاعتماد على

❖ المنهج الوصفي التحليلي: وذلك من خلال الاستعانة بمختلف المراجع ومصادر المعلومات التي

تهتم بموضوعنا من الكتب والمجلات بالإضافة الى المقالات والمواقع الإلكترونية التي تمت في هذا
الشأن، بهدف توضيح كلا من مفهومي وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي.

• الاطار الميداني:

تم الاعتماد على:

❖ المنهج الوصفي والتحليلي وذلك من أجل جمع المعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة

وإبراز المفاهيم المرتبطة بالموضوع، من خلال الأدوات الإحصائية. والوصول لنتائج حول الموضوع
وذلك من خلال الادوات المستخدمة أهمها الاستبيان وذلك من أجل الوصول الى المعلومات
والبيانات وتحليلها بالإضافة استخدام.

❖ برنامج spss في المعالجة الاحصائية

✓ أداة جمع المعلومات (الاستبانة)

✓ أداة معالجة المعطيات تتمثل في من خلال spss الاختبارات المستخدمة.

❖ صعوبات الدراسة:

من بين الصعوبات التي واجهتنا أثناء الدراسة ما يلي:

✓ قلة الكتب باللغة العربية التي تتعلق بالشمول المالي.

✓ قلة المعلومات والوثائق المعتمد عليها في الجانب التطبيقي بسبب السرية المالية لبريد الجزائر.

✓ صعوبة في شرح الاستبيان لزبائن بسبب عدم إلمامهم بالموضوع.

❖ هيكل الدراسة:

من أجل الإلمام بمختلف جوانب البحث قسمت الدراسة إلى فصلين كما هو مبين كالآتي:

• الفصل الأول:

تطرقنا فيه إلى متغيرات الدراسة بشكل نظري من خلال مبحثين، حيث تطرقنا في المبحث الأول الاطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني وذلك من خلال تعريف وأهمية وسائل الدفع الإلكترونية والأنواع، مزايا ومخاطر الدفع الإلكتروني والشمول المالي، من خلال، النشأة، التعريف، أهمية والأهداف، مؤشرات القياس، والمعوقات التي تحول من انتشار الشمول المالي والمتطلبات، أما المبحث الثاني يتمثل في الدراسات السابقة، المحلية، الأجنبية، العربية.

• الفصل الثاني:

يتمثل في الدراسة الميدانية المقسم إلى مبحثين بحيث خصصنا في المبحث الأول الى التعريف ببريد الجزائر والبطاقة الذهبية والطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة والمتمثلة في الاستبانة والمبحث الثاني في عرض النتائج واختبار الفرضيات ومناقشتها.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية (وسائل الدفع الالكتروني والشمول المالي)

تمهيد الفصل:

شهد الشمول المالي في الآونة الأخيرة تزايد الاهتمام من صادري القرار في كافة أنحاء العالم، خاصة مع تطور كل من المنتجات والخدمات المالية والمصرفية بسرعة كبيرة فاقت المتوقع وانتشرت وزاد استخدامها، ومن هنا تبنت البنوك المركزية في النشاط المالي سياسات وتنظيمات تحفز وتنظم المتعاملين لاعتماد الخدمات المالية كما انتشرت حملات النوعية والتثقيف في هذه المجالات من أجل نشر الوعي لاستخدام هذه الخدمات.

التزمت المؤسسات المالية العالمية بإعداد وتنفيذ سياسات وبرامج وخطط واستراتيجيات تسهل إيصال الخدمات المالية لمختلف الفئات للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث تبني كل من القطاع المصرفي والمالي التكنولوجيا الحديثة، خاصة في هذه الظروف الاستثنائية لتكيف مع المستجدات بكل فعالية وذلك من أجل تقديم الخدمات للزبائن من خلال الأجهزة والتقنيات المتطورة، من أجل إيصالها إلى كافة فئات المجتمع دون الحاجة إلى التنقل، وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذا الفصل من خلال المبحثين التاليين:

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لوسائل الدفع الالكتروني والشمول المالي

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية (الدراسات السابقة)

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لوسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي

لقد ارتبط الشمول المالي بالدفع الإلكتروني واكتسب أهمية متزايدة خاصة عقب أزمة الرهن العقاري 2008 من قبل صانعي السياسات الاقتصادية ودفعهم للبحث عن سبب وتداعيات الأزمة، بالمقابل تفعيل واستحداث آليات جديدة وطرق وبدائل للحد من انتشار الأزمة تحت اسم الشمول المالي الذي يرتبط ارتباطا وثيقا بالقطاع المالي والبنكي والمؤسسات المالية والذي يتم من خلاله جذب العديد من المدخرات الضائعة نحو حيز النظام المالي الرسمي بإتاحة كافة الخدمات المالية واستخدامها بين مختلف فئات المجتمع بمؤسساته وأفراده.

المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية

بعد أن سادت تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتم استثمارها في المجال المصرفي، أدى ذلك إلى ظهور الدفع الإلكتروني، واستخدام وسائله في التعاملات المالية، نظرا لمزاياه، الذي أصبح أسهل في ظل البيئة الإلكترونية، مما أوجد نظام الدفع الإلكتروني الذي تمثل في تحويل الأموال إلكترونيا.

الفرع الأول: تعريف وأهمية وسائل الدفع الإلكترونية

أولا: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

تعرف وسائل الدفع الإلكتروني بأنها "وفاء بالتزام نقدي بوسائل إلكترونية مثل الشيكات الإلكترونية و البطاقات الممغنطة".¹

الفرق الأساسي بين الوسيطتين (التقليدية والإلكترونية) هي أن وسائل الدفع الإلكتروني تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا، ولا وجود للحوالات والقطع النقدية.²

كما تعرف بأنها "وسيلة إلكترونية بها قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي اصدرتها يتم وضعها في متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية والورقية وذلك بهدف احداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة".³

¹Salaheddine cheriet , hadjira ghanem, **the role of electronic payment systems in the development of the algerian banking system**, roa lktissadia, university of eloued, vol08n 02, 2018, p: 214

² بن رجدةل جوهر، الانترنت والتجارة الإلكترونية، حالة استيراد الكتاب في جامعة سعد دحلب، البليلة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم تسيير، الجزائر، 2002، ص: 83.

³ سمية عباسية، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري، الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الانسانية، العدد 06، الجزائر، ديسمبر، 2016، ص: 347.

وكذلك عرفت بأنها "الوسائل التي تقوم المؤسسات المالية بإصدارها للعملاء، تكون قابلة لتخزين قيم وحدات نقدية إلكترونية، مقابل دفع قيمتها للمصدر بصورة معجلة أو مؤجلة. لكي يستخدمها العملاء في تنفيذ ودفع عملياتهم المالية من خلال مجموعة من الوسائل التقنية المعدة من قبل المصدر".¹

✓ على ضوء ما سبق ذكره من خلال التعاريف المطروحة يتضح لنا أن وسائل الدفع الإلكتروني هي عبارة عن مجموعة من الوسائل والتقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الاموال أو نقل المعطيات من طرف أو نظام لآخر بطريقة آمنة وسريعة وبأقل التكاليف لتسديد دين معين على سلعة أو خدمة ما بعد أن تتم معالجتها من طرف الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات الائتمانية.

ثانيا: أهمية الدفع الإلكتروني

برزت أهمية أدوات الدفع الإلكتروني بشكل واضح مع ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها، حيث أصبح اعتماد وسائل حديثة لتسوية العمليات التجارية حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة، حيث استحدثت وسائل دفع جديدة تعد أكثر ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية، مما يؤدي إلى سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليص الحاجة إلى الاحتفاظ بالنقد السائلة.²

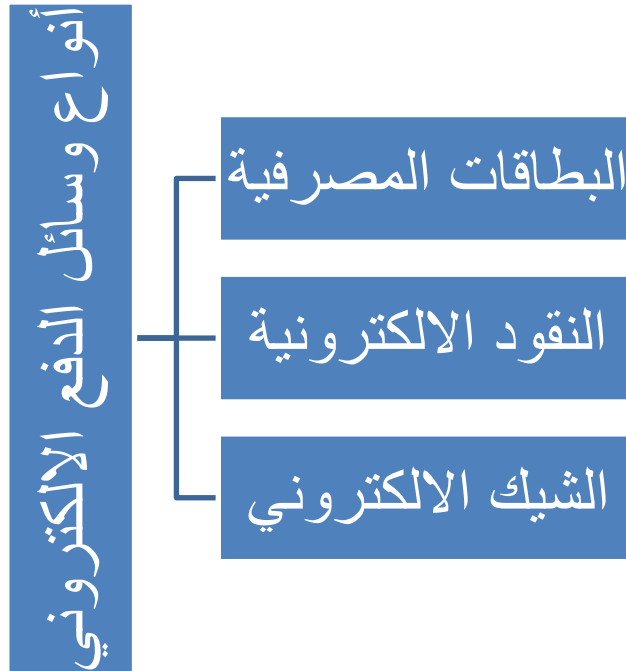
الفرع الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

أدى اتساع نطاق التجارة الإلكترونية إلى تطور النقود وظهورها بأشكال مختلفة مما أدى إلى تنوع وسائل الدفع الإلكترونية واتخاذها لأشكال تتلاءم مع التجارة الإلكترونية وطبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، حيث تماشت هذه الوسائل مع التطور التكنولوجي فتعددت أنواعها وأشكالها، والأكثر استعمالا وانتشارا في الوقت الحالي، في البطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية والشيك الإلكتروني. والشكل التالي يوضح ذلك

¹ عبد العزيز صحراوي، فائزة لعراف، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا، بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المجلد 13 العدد 03، 2020، ص: 11.

² جواد أشرف، حسن محمد، أنظمة الدفع الإلكترونية وطرق حمايتها، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد 02، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، 2014، ص: 22.

الشكل رقم (1-1): أنواع وسائل الدفع الإلكتروني



المصدر: من اعداد الطالبتين

أولاً: البطاقات المصرفية

تمثل إحدى وسائل الدفع الإلكترونية، التي انتشرت على مستوى العالم انتشاراً واسعاً، وأطلقت عليها عدة أسماء، فسميت بطاقات الائتمان وبطاقات الاعتماد وبطاقات الدفع البلاستيكية وبطاقات الدفع الإلكترونية وبطاقات الاقراض وبطاقات الوفاء والنقود البلاستيكية.

تعرف على أنها بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حملهم للنقود. تحمل اسم الجهة المصدرة لها. شعارها وتوقيع حاملها. وبشكل بارز على وجه الخصوص رقمها واسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها.¹

ثانياً: النقود الإلكترونية

تعددت تعريف النقود الإلكترونية وتنوعت، نذكر منها ما يلي:

"النقود الإلكترونية هي عبارة عن وسيلة جديدة ظهرت إلى جانب بطاقة الائتمان، وتعني أن المستهلك أو العميل لدى البنك يكون لديه حسابان أحدهما بالعملة الحقيقية والآخر بالعملة الإلكترونية، إذ يحق له أن يحول أية قيمة من حسابه بالنقود العادية إلى حسابه بالنقود الإلكترونية، فإذا أراد الوفاء بمقابل

¹ عريوة محاد، محمد خاوي، واقع وسائل الدفع الإلكترونية في نظام البنك الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 04، المسيلة الجزائر، 2017، ص: 141.

سلعة أو خدمة جاز له ذلك عن طريق تحويل هذه القيمة من حساب التاجر البائع، ليقوم هذا الأخير بمراجعة البنك المصدر للتأكد من صلاحية النقود المستخدمة في الدفع وبعدها يودع قيمتها في مصرفه".¹

"تعرف النقود الإلكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية".²

ثالثا: الشيك الإلكتروني

"عبارة عن بيانات يرسلها المشتري إلى البائع عن طريق البريد الإلكتروني المؤمن، وتضمن هذه البيانات التي يحتويها الشيك البنكي تحديد مبلغ الشيك واسم المستفيد واسم من أصدر الشيك وتوقيعه أو يكون هذا التوقيع عن طريق رموز خاصة".

ويمكن تعريفه بأنه "رسالة موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك حامله ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولا بتحويل قائمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك واعادته الكترونيا إلى مستلم الشيك حامله ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه".³

كما يعرف الشيك الإلكتروني هو "محور ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب الى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد".

الفرع الثالث: مزايا ومخاطر الدفع الإلكتروني

أولا: مزايا الدفع الإلكتروني

هناك العديد من المزايا لدفع الإلكتروني:

بالنسبة للمستعمل: توفر له العديد من المزايا:

✓ سهولة الاستعمال؛

✓ توفير الوقت والجهد؛

¹ رابع حمدي باشا، عبد الرحيم، تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، المجلد 15، العدد 04، تمناست، الجزائر، 2011، ص: 181.

² منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص: 47.

³ أم الخير فوق، حنان طاهري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة القانونية والاجتماعية، المجلد 07، الأغواط، الجزائر، 2022، ص: 917.

- ✓ توفير عنصر الأمان مقارنة بالنقود؛
- ✓ الحد من استعمال الأوراق ومختلف الايصالات؛
- ✓ تعدد مجالات الاستخدام؛
- ✓ إمكانية الحصول على الائتمان؛
- ✓ تجنب مخاطر التزوير؛
- ✓ السرية حيث يعتمد استخدامها على أرقام سرية خاصة بالمستخدم.

بالنسبة للتاجر:

- ✓ تنشيط تجارته أكثر، بحيث لا يشعر المستهلك بمدفوعاته من خلال البطاقة على عكس الدفع النقدي؛
- ✓ التخلص من عبء ملاحقة الديون؛
- ✓ توفير حماية ودقة أكثر لمحاسبهته.

بالنسبة للمصرف أو المؤسسة المالية:

- ✓ يجني أرباحاً نتيجة الرسوم المفروضة على الاستخدام؛
- ✓ إجبار التجار على فتح حسابات، لإمكانية التعامل بنهائي نقاط البيع، وبالتالي كسب المزيد من الزبائن، مما يعزز الشمول المالي؛
- ✓ توفير حجم التكاليف مقارنة بالوسائل التقليدية؛
- ✓ ارتفاع حجم السيولة لديه لعدم تسرب النقود.

بالنسبة للاقتصاد ككل:¹

- ✓ تجني اقتصاديات الدول التي تحضن شركات التكنولوجيا المصدرة لهذه الوسائل مداخيل عن طريق الضرائب على أرباح الشركات؛
- ✓ التقليل من التسرب النقدي خارج النظام المصرفي، وبالتالي يساعد البنوك المركزية على ضبط وتفعيل أدوات السياسة النقدية بشكل أفضل؛

ثانياً: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني

تعددت العوامل التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الإلكتروني وتؤدي إلى انعدام الثقة بها، فعلى الرغم من النجاح والراحة والمزايا التي حققتها إلا أن هناك بعض العراقيل التي جعلت من هذا النجاح ناقصاً،

¹ أسماء كرغلي، عبد الله بلوناس، الدفع الإلكتروني لتقليل من أزمة السيولة النقدية في الجزائر خلال جائحة كورونا، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 02، 2020، ص: 121.

حيث ظهر نوع من الجرائم التي ترتكب في حق البطاقات البنكية والإعلام الآلي مما أفرز مخاطر تنجم عن التعامل بوسائل الدفع الحديثة وذلك كما هو موضح فيما يلي:¹

- ✓ انتحال شخصية الفرد: تتم عندما يستغل اللصوص بيانات (كالعنوان وتاريخ الميلاد ورقم الضمان الاجتماعي) شخص ما على الشبكة الإلكترونية أسوأ استغلال، من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية، حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت غالباً من خلال البيانات التي لا تتخذ اجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة.
- ✓ جرائم السطو على أرقام البطاقات البنكية: أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنت عملية سهلة، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم استخدامها.
- ✓ غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية: غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات، وأبسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات. من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع المصرف الذي سحب المبلغ من ماكينته بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة. فتتم عملية التحويل بخصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد تهرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله.
- ✓ كذلك تعتبر الانترنت من أحدث طرق غسيل الأموال المشبوهة خاصة أنها أسهل استخداماً وأيسر في التعامل مع البنوك، ضغطة مفتاح تفتح له أفاق الدخول في حسابات وأنشطة مالية ومصرفية من جهة في العالم فيقوم المجرمون بالاعتماد على عملية التحويل الإلكتروني للأموال من خلال البنوك بإيداع الأموال المسروقة في حسابات متعددة بالبنوك، ثم تحول إلى عدة فروع في بلدان مختلفة.
- ✓ السلب بالقوة الإلكترونية: حيث استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاف دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها، وذلك عن طريق اختلاق مدنين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة عن الحاسب. أما المدين المعتدى عليه فلن يتمكن من اثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية. وهكذا يستغل المتحايل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير شرعية.

¹ عبد الرحيم وهيب، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد العدد 02، تمناست الجزائر، 2020 ص: 197 198.

المطلب الثاني: ماهية الشمول المالي

يمثل الشمول المالي في الوقت الراهن أداة أساسية للنهوض باقتصاديات الدول وتدعيم مؤسساتها المالية بصفة عامة، وتحسن المستويات المعيشية للأفراد وأوضاعهم بصفة خاصة، وهذا ما سنتطرق له في هذا المطلب.

الفرع الأول: نشأة وتعريف الشمول المالي

أولاً: نشأة الشمول المالي

ظهر مصطلح الشمول المالي لأول مرة سنة 1993 ليشون وثرثت Leyshon Theitt عن الخدمات المالية في جنوب شرق إنجلترا، تناول فيها أثر اعلاق فرع أحد البنوك على وصول مكان المنطقة فعلياً للخدمات البنكية، وخلال تسعينيات القرن الماضي ظهرت العديد المتعلقة بالصعوبات التي تواجهها بعض فئات المجتمع في الوصول إلى الخدمات البنكية في سنة 1999 استخدام مصطلح الشمول المالي لأول مرة بشكل أوسع لوصف محددات وصول الأفراد إلى الخدمات المالية المتوفرة.¹

ثانياً: تعريف الشمول المالي

لقد وردت عدة تعاريف حول الشمول المالي أهمها:
يعرف الشمول المالي حسب البنك الدولي:
على أنه امكانية الوصول إلى منتجات وخدمات مالية مفيدة وبأسعار ميسورة تلبي احتياجاتهم (المعاملات، المدفوعات، المدخرات، الائتمان، والتأمين). ويتم تقديمه لهم بطريقة تتسم بالمسؤولية والاستدامة.²
وحسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والشبكة الدولية لتثقيف المالي: هو العملية التي يتم من خلالها تعزيز الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية الرسمية والخاضعة لرقابة في الوقت والسعر المعقولين وبالشكل الكافي، وتوسيع نطاق استخدام هذه الخدمات والمنتجات من قبل شرائح المجتمع المختلفة، من خلال تطبيق مناهج مبتكرة تشمل التوعية والتثقيف المالي، وذلك بهدف تعزيز الرفاه المالي والاندماج الاجتماعي والاقتصادي.³
"هو تقديم الخدمات المالية للفئات المجتمع المحرومة في الوقت المناسب".⁴

¹ معمري نارجس، أوكيل حميدة، الشمول المالي في الجزائر_الواقع والتحديات، مجلة القسطين للعلوم الادارية والاقتصادية والمالية، جامعة الجزائر المجلد الأول العدد الأول، ديسمبر 2019، ص: 30_47.

² عزايي أسامة، رفاع توفيق، تعزيز الشمول المالي كآلية في تحقيق الاستقرار المالي، دراسة حالة دول العالم العربي، مجلة العلوم التجارية والتسيير جامعة الجزائر، المجلد 17، 2021، ص: 108.

³ المرجع اعلاه

⁴ Abderrahim leila, beldjilali fatiha, the reality of financial indusion in the arab conntries and the role of financial technology in pronoting it conuntry experienos, journal of research infinance and accounting vol 07, n 01, 2022 p:604.

كما يشير "الشمول المالي إلى الجهود المبذولة لجعل المنتجات والخدمات المالية في المتناول وبأسعار معقولة لجميع الأفراد والشركات".¹

كما يعرف بأنه "عملية ضمان الوصول إلى المنتجات والخدمات المالية المناسبة التي تحتاجها الفئات ذات الدخل المنخفض والتكلفة منخفضة وبطريقة شفافة في القطاع المالي الرسمي".²

من خلال ما سبق نستخلص أن الشمول المالي هو عملية يتم من خلالها إتاحة واستخدام الخدمات والمنتجات المالية وتقديمها بجودة مناسبة لمختلف فئات المجتمع من أجل تلبية احتياجاتهم.

الفرع الثاني: أهمية وأهداف الشمول المالي

أولاً: أهمية الشمول المالي

تتمثل أهمية الشمول المالي في:³

- ✓ يوفر للأفراد ذوي الدخل المنخفض إمكانية الادخار للمستقبل مما يعزز الاستقرار في التمويل الشخصي، ومستوى عالي من استخدام الودائع المصرفية مما يساهم في تأمين قاعدة ودائع أكثر استقراراً للبنوك في أوقات الشدة؛
- ✓ يتيح للأسر الفقيرة فرص بناء المدخرات والاستثمارات والحصول على الائتمان؛⁴
- ✓ إضافة إلى:⁵
- ✓ سيؤدي الوصول إلى جذب مستثمرين من السوق العالمي في البلد مما يؤدي إلى زيادة فرص العمل والتوظيف؛
- ✓ يساهم في زيادة الفرص التجارية مما يؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي ولهذا يعد وسيلة لنمو والتنمية؛
- ✓ تقليل الاعتماد على النقد وخفت المعاملات من خلال التحول إلى المدفوعات الالكترونية؛
- ✓ يسهل النظام المالي الشامل تخصيص الموارد الإنتاجية الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى تقليل تكلفة رأس المال؛
- ✓ يمكن أن يؤدي الوصول إلى الخدمات المالية المناسبة إلى تحسين الإدارة المالية للدولة والأفراد بشكل كبير فضلاً عن توفير الفرص القطاع المصرفي ليشمل مختلف شرائح المجتمع.

¹Tahraoui khadidja, **financial inclusion during covid 19 in algeria, relativity and challenges**, v18, n02, december 2022p:25.

²Asmaa A, al samjrae, zahraa, a al nuaimi, **financile derth and its impact on financial inclusion by applying to traqand egypt**, tanmiyay al, rafridaim, vol, 41, no, 135 sep, 2022, 144.

Babas mounira, fali nabila, the ³In the city of setif a survey , economic re searcher review, vol, g n01, 2020p:135 reality of Financial inclusion inclusion indication

⁴ محمد نعمة الزبيدي، حنان محمد خضير، الشمول المالي والاستثمارات الأجنبية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، العراق، سبتمبر، 2021، ص: 38.

⁵ مصطفى نزار ياس، عروبة رشيد، مؤشرات الشمول المالي وأثرها على الأداء المالي، التكنولوجيا المصرفية، دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي العراقي، 2020-2015، كلية الادارة والاقتصاد، قسم ادارة الاعمال، جامعة البصرة، العدد 17، 2022، ص: 185.

ثانياً: أهداف الشمول المالي

يهدف الشمول المالي إلى تحقيق:¹

- ✓ تعزيز وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات والمنتجات المالية؛
- ✓ تعزيز مشاريع العمل الحر والنمو الاقتصادي؛
- ✓ تسهيل الوصول إلى مصادر التمويل؛
- ✓ تمكين المؤسسات الصغيرة من الاستثمار والتوسع؛
- ✓ خفض مستويات الفقر وتحقيق الرفاه الاجتماعي؛
- ✓ تعزيز نشر الوعي والتثقيف المالي؛
- ✓ تفعيل الأداء المصرفي وتحسينه من خلال المنافسة على تقديم العديد من الخدمات والمنتجات.

الفرع الثالث: أبعاد ومؤشرات قياس الشمول المالي

اتفق قادة مجموعة العشرين مع توصية الرابطة العالمية (gpi) global partnershi pforjinacial (imclnaon) من أجل الشمول المالي لدعم جهود بيانات الشمول المالي العالمي والوطني، قمة (لوس كابوس) في يونيو 2012، على مجموعة أساسية من مؤشرات قياس الشمول، وهذه المؤشرات تتناول قياس ثلاثة رئيسية

أولاً: أبعاد الشمول المالي

تتمثل ابعاد الشمول المالي في ما يلي:²

الوصول إلى الخدمات المالية: يقوم هذا البعد بتحديد عدد الأفراد الذين يملكون حسابات والذين يستطيعون الوصول إلى الخدمات التي تقدمها الجهات الرسمية وإمكانية الوصول إلى تلك الخدمات بسهولة وبدون تكلفة أو بأقل تكلفة ممكنة.

استخدام الخدمات المالية: يقوم هذا البعد بتحديد نسبة الذين يستخدمون الخدمات المالية التي تقدمها المؤسسات المالية المصرفية وكلما زاد هذا البعد كلما دل على أهمية الشمول المالي وتأثيره الايجابي بالأفراد وهذا يجب تحديد البيانات والمعلومات المتعلقة بالاستخدام وكيفية الاستخدام ونوعه.

جودة الخدمة المالية: ان هذا البعد هو بعد التحدي بالنسبة للمؤسسات المالية والمصرفية لأن هذا البعد غير واضح المعالم وغير مباشر وفيه الكثير من التحديات، حيث يقوم هذا البعد بتحديد الجودة للخدمات المالية والمصرفية المقدمة للأفراد وهل هي بالمستوى المطلوب أم لا.

¹ مصطفى محمد وآخرون، أثر تقديم المنتجات المصرفية الإلكترونية على مؤشرات الشمول المالي في ظل جائحة كورونا، مجلة التراث، الجامعة التقنية الوسطى العراق، العدد 34، 2022، ص: 479.

² محمد نعمة الزبيدي، حنان محمد خضير، مقال بعنوان الشمول المالي والاستثمارات الأجنبية المباشرة، المعوقات والحلول، المجلد 2618، رقم 3، 2021، ص: 39.

ثانياً: مؤشرات قياس الشمول المالي

جدول رقم (1-1) أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياسها

البعد	مؤشرات قياسه
الوصول الى الخدمات المالية	✓ عدد الوصول للخدمة المالية لكل 10000 من البالغين على المستوى المحلي بحسب المحافظة. ✓ عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كيلو متر مربع. ✓ حسابات تحويل المالي الإلكتروني. ✓ إمكانية الترابط بين نقاط تقديم الخدمة. ✓ النسبة المئوية لإجمالي السكان الذين يعيشون في المحافظة بنقطة وصول واحدة على الأقل.
استخدام الخدمات المالية	✓ نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب وديعة منتظم. ✓ نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب ائتمان منتظم. ✓ عدد المتعاملين بسياسة التأمين لكل 1000 من البالغين. ✓ عدد معاملات التجزئة غير النقدية للفرد الواحد. ✓ عدد معاملات الدفع عبر الهاتف. ✓ نسبة البالغين الذين يستخدمون حساب مصرفي بشكل دائم ومتواصل. ✓ نسبة المحتفظين بحساب مصرفي خلال سنة مضت. ✓ نسبة البالغين الذين يستلمون تحويلات مالية محلية أو دولية. ✓ نسبة الشركات المتوسطة أو الصغيرة التي لديها حسابات رسمية مالية.

✓ عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها حسابات ودائع. ✓ عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها قروض قائمة.	
القدرة على تحمل التكاليف: ✓ معرفة متوسط الكلفة الشهرية للحصول على حساب أساس بناء. ✓ متوسط الرسوم السنوية للاحتفاظ بحساب جاري مفتوح. ✓ متوسط تكلفة تحويلات الائتمان. ✓ نسبة العملاء الذين أفادو بأن رسوم المعاملات المالية غالية الرسوم. الشفافية: ✓ نسبة العملاء الذين أفادو أنهم يلتقون معلومات واضحة وكافية حول الخدمات المالية في بداية عقود القروض المالية. ✓ وجود نموذج وصف محدد للخدمات المالية المقدمة. حماية المستهلك: ✓ إمكانية وجود قانون أو لائحة معايير للشكاوي والتعامل بين العملاء والمؤسسة المالية. ✓ مدى وجود إمكانية للجوء إلى العدالة مثل وجود محاكم مالية لحل المشاكل. ✓ نسبة العملاء الذين لديهم ودائع تم تغطيتها بوساطة صندوق تأمين الودائع. الراحة والسهولة: ✓ نسبة الأفراد الذين لا يشعرون بالراحة بمتوسط الوقت الذين	جودة الخدمات المالية

يقضونه في الانتظار في الاصطفاف في فروع المؤسسات المالية. ✓ متوسط الوقت الذي يقضيه العملاء في الاصطفاف في فروع المؤسسات المالية. التثقيف المالي: ✓ حساب النسبة المئوية للبالغين الذين يعرفون المصطلحات المالية الأساسية مثل المعدل، المخاطرة، التضخم. ✓ النسبة المئوية للبالغين الذين يستطيعوا من اعداد ميزانية لهم كل شهر. المديونية السلوك المالي: ✓ نسبة المقترضين الذين يتأخرون أكثر من 31 يوم عن سداد القرض في موعد الاستحقاق. ✓ كيفية حل الأزمات المالية لدى الزبائن أما بالاقتراض من الأصدقاء، الأقارب، بيع الأصول، استخدام وفورات، أو قرض. العوائق الائتمانية: ✓ نسبة الوحدات الإدارية في المناطق الحضرية على الأقل بثلاثة فروع مالية رسمية للمؤسسات. ✓ نسبة الشركات الصغيرة والمتوسطة المطلوب منها توفر ضمانات على القروض المصرفية. ✓ مدى وجود عوائق أو نقص في المعلومات حول أسواق الائتمان.	
---	--

المصدر: كاظم جواد الشمري، تحليل العلاقة بين الشمول المالي والاستقرار المصرفي (دراسة تطبيقية في العراق للمدة 2010-2016)، جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم العلوم المالية والمصرفية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 16، العدد 63، العراق، ص: 87.

الفرع الرابع: متطلبات تعزيز الشمول المالي

سنتطرق في هذا الفرع إلى أهم الركائز التي تساعد في تعزيز الشمول المالي من خلال وسائل الدفع الإلكترونية، حيث توجد أربعة ركائز لتعزيز الشمول المالي وهي كما يلي:¹

أولاً: دعم البنية التحتية المالية

يعد أهم المقومات الرئيسية لإرساء بيئة ملائمة لتحقيق الشمول المالي، حيث يشترط احترام الأولويات لتحقيق النمو الاقتصادي وتكون البنى التحتية المالية في ما يلي:

✓ توفير بيئة تشريعية ملائمة: من خلال التقليل من المبالغة في تطبيق اجراءات والتوقف عن اشتراط أي وثيقة ثبوتية في حالات الإيداع، حتى يتم ادماج اكبر قدر ممكن من حجم النقد المتداول خارج الجهاز المصرفي، من خلال اصدار تعليمات ومذكرات عمل جديدة تدعم الشمول المالي، وتشرح آليات وخطوات اتجابهه مع الصرامة في التنفيذ، وتكثيف الرقابة للتأكد من سلامة سير العملية.

✓ زيادة معدل الكثافة المصرفية: تعزيز الانتشار الجغرافي من خلال التوسع في شبكة فروع مختلف المصارف والمؤسسات الناشطة، مع التركيز على إنشاء نقاط وصول للخدمات المالية مثل وكلاء المصارف وذلك بهدف الوصول الى مستوى معدل الكثافة المصرفية الدولية.

✓ تحديث وسائل الدفع وأنظمة التسوية: إن مواكبة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال المصرفي وبالتالي تحسين أداء الجهاز المصرفي لامتناس حجم السيولة المتداولة خارج القنوات المصرفية، وهذا لا يتحقق إلا من خلال تعميم الموزعات الآلية للنقود عبر كامل الوكالات المصرفية، تطور شبكة الانترنت، تعميم العمل بمحطات الدفع الإلكتروني، توفير خدمات الهاتف المصرفي، الشيكات الإلكترونية، وغير ذلك من الوسائل التي تسير تنفيذ العمليات المالية وتسويتها بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين بتكلفة منخفضة وفعالية مرتفعة.

✓ توفير قواعد بيانات شاملة: من خلال تفعيل دور مكاتب الاستعلام الائتماني التي كان معمول بها سابقا وإنشاء قواعد بيانات شاملة تخص التاريخ الائتماني لكل من الأفراد والشركات بمختلف أحجامها(مركزية المخاطر، مركزية عوارض الدفع). إضافة الى قاعدة بيانات تضم الأصول المنقولة، وتدويل هذه المعطيات بين المصارف والمؤسسات المالية وفقا لما يقتضيه القانون.

ثانياً: حماية مستهلكي الخدمات المالية

حظي مفهوم حماية مستهلكي الخدمات المالية، باهتمام كبير في الآونة الأخيرة، بالنظر لنمو وتطور القطاع المالي وتطوره وتعقيد المنتجات والخدمات، يساهم تطبيق القواعد والمبادئ والممارسات الدولية السليمة المتعلقة بحماية مستهلكي الخدمات المالية إلى زيادة الثقة في القطاع المصرفي والمالي بهدف تعزيز مبدأ الشمول المالي وبالتالي الاستقرار المالي ذلك من خلال:

¹ صندوق النقد العربي، نشرة تعريفية حول مفاهيم الشمول المالي، فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي، أبو ظبي، الامارات العربية المتحدة، 2017 ، ص:2.

- ✓ توفير الخدمات الاستشارية بناء على احتياجات العملاء من مختلف فئات المجتمع ومقدمي الخدمات المالية بمبادئ حماية المستهلك ماليا لفهم حقوقهم ومسؤولياتهم والوفاء بالتزاماتهم.
- ✓ حماية بيانات العملاء المالية ووضع آليات رقابة وحماية مناسبة تراعي حقوقهم.

ثالثا: التثقيف المالي

يتعين على كل دولة الاهتمام بموضوع التثقيف والتوعية المالية من خلال إعداد استراتيجية وطنية موجهة لتعزيز مستويات التعليم والتثقيف المالي، تشجيع المواطنين على اتخاذ قرارات استثمارية سليمة ومدروسة فيما يتعلق بتعاملاتهم المالية المختلفة بأدنى درجات المخاطر.

رابعا: تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع

يعتبر ذلك أحد أهم ركائز تحقيق الشمول المالي من خلال تسيير الحصول على الخدمات المالية والوصول إليها وتقديمها لأفراد والمنشآت المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، بالتالي تقع على عاتق مقدمي الخدمات المالية من خلال التوسع في الأدوات المالية الإلكترونية التي تساهم في تطوير الخدمات والمنتجات المالية.

الفرع الخامس: المعوقات التي تحول من انتشار الشمول المالي

من أهم المعوقات التي تحول من انتشار الشمول¹:

- ✓ ضعف بيئة الأعمال بوجه عام، ففي نهاية عام 2016. لم تكن هناك سوى أربعة بلدان هي أرمينيا وجورجيا وكازاخستان والامارات، في الربع الأعلى في مؤشر ممارسة الأعمال الذي يعده البنك الدولي، ولا تزال القيود على دخول الكيانات الأجنبية إلى الأسواق تحد من إمكانية دخول شركات التكنولوجيا المالية العالمية القائمة بالفعل إلى الأسواق؛
- ✓ ندرة حصص الملكية الخاصة ورؤوس الأموال المخاطرة التي ارتكز عليها نمو التكنولوجيا المالية في الاقتصاديات المتقدمة، على سبيل المثال رؤوس الأموال المخاطرة التي ارتكز عليها نمو التكنولوجيا المالية في الاقتصاديات المتقدمة، على سبيل المثال رؤوس الأموال المخاطرة في الشرق الأوسط في حالة الركود؛
- ✓ عدم اليقين القانوني بسبب الفجوات التنظيمية يعيق نمو هذا القطاع رغم العمل الجاري لتطوير الأطر التنظيمية للخدمات المالية الرقمية ووضع قوانين بشأن إصدار النقود الإلكترونية في معظم بلدان العالم؛
- ✓ ارتفاع معدلات تغلغل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدرجة كبيرة في السنوات الأخيرة، ولكن جودة خدمة الانترنت والهواتف المحمولة وأسعارها لا تزال من معوقات اعتماد التكنولوجيا المالية؛
- ✓ عدم اليقين القانوني بسبب الفجوات التنظيمية يعيق نمو هذا القطاع للخدمات المالية الرقمية ووضع قوانين بشأن إصدار النقود الإلكترونية في معظم بلدان العالم؛

¹ صندوق النقد الدولي، مستجدات منطقة الشرق الأوسط وآسيا الوسطى، تقرير آفاق الاقتصاد الإقليمي، 2017، ص، ص: 3-4.

- ✓ ارتفاع معدلات تغلل التكنولوجيا المعلومات بدرجة كبيرة في السنوات الأخيرة، ولكن جودة خدمة الانترنت والهواتف المحمولة وأسعارها لاتزال من معوقات اعتماد التكنولوجيا المالية؛
- ✓ الدعم المؤسسي الأوسع لايزال محدودا : قام عدد قليل للغاية من البلدان لإنشاء حاضنات ومعالجات للمساعدة على زيادة الشركات المبتدئة؛
- ✓ على جانب الطلب تشكل فجوة الثقة ومستويات الوعي المالي قيودا رئيسية أمام الشركات المبتدئة في مجال التكنولوجيا المالية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

تعددت وتنوعت الدراسات والبحوث التي تناولت مواضيع وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي إلا أننا اخترنا بعضاً من تلك الدراسات التي اعتبرناها أكثر أهمية من حيث علاقتها بالموضوع بشكل مباشر.

المطلب الأول: الدراسات السابقة المحلية

سنتطرق في هذا المطلب إلى الدراسات السابقة المحلية الموجودة في الجزائر التي تطرقت لموضوع وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي.

الفرع الأول: عرض الدراسات السابقة المحلية

باللغة العربية

أولاً دراسة: (مريم كردوسي، آمال براهيمية).¹

الدراسة عبارة عن مقال بعنوان وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وأهميتها في تعزيز الشمول المالي في البنوك الجزائرية حاولت هذه الدراسة التعريف بوسائل الدفع الإلكتروني، وعرض مراحل تطورها في البنوك الجزائرية، وتسليط الضوء على الشمول المالي في الجزائر وأهم متطلبات تعزيزه. وابرز مساهمة وسائل الدفع الحديثة في دعم الشمول المالية في البنوك الجزائرية.

لتخلص في الأخير إلى جملة من النتائج أهمها:

✓ التأخر في تحديث القطاع البنكي الجزائري، الناتج عن عدم توفر البيئة التحتية الرقمية والمالية اللازمة؛

✓ تدني مستوى الثقافة والمعرفة المالية للمجتمع الجزائري؛

✓ انعدام الثقة في المؤسسات المالية الرسمية الجزائرية نتيجة الهزات المالية التي عانت منها؛

✓ عدم توفر البيئة التشريعية والقانونية الداعمة لتحقيق الشمول المالي؛

✓ بعد ادراك الهيئات الحكومية الجزائرية لأهمية تحقيق الشمول المالي وانعكاساته الإيجابية على

استقرار المالي والاقتصادي ومسعاها في تحقيق التنمية المستدامة. أولت الاهتمام بضرورة تبني

استراتيجيات من شأنها التسريع في وتيرة تحقيقه والعمل على تعزيزه لذا بادرت بالتوجه نحو

وسائل الدفع الإلكترونية من خلال البدء بوضع القوانين الملائمة للعمل بها والسعي لتوفير

البنية التحتية اللازمة لتداولها كما أولت الاهتمام بضرورة تثقيف المواطن الجزائري ماليا

باعتباره الحلقة الجوهرية ضمن الإستراتيجيات الموضوعية.

ثانياً دراسة: (لعلوي نواري، حماني عبد الرؤوف).¹

¹ مريم كردوسي، آمال براهيمية، بعنوان وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وأهميتها في تعزيز الشمول المالي في البنوك الجزائرية، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 11 العدد 02 السنة 2022.

الدراسة عبارة عن مقال بعنوان مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر أنموذجا.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم الدفع الإلكتروني ووسائله، وتبيان دور الدفع الإلكتروني بإستخدام البطاقة الذهبية، وتوضيح مساهمة الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر، بواسطة البطاقة الذهبية، في تحقيق التباعد الجسدي، للوقاية من انتشار فيروس كورونا.

ليتخرج الدراسة بجملة من النتائج:

- ✓ أثرت جائحة كورونا إيجابا على الدفع الإلكتروني، من خلال تسريع وتيرة التحول نحوه؛
- ✓ توفر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر العديد من المزايا لحاملها، زيادة عن إمكانية استعمالها في الشبكة البنكية، وبالتالي الاستفادة من خدمات الصرافات الآلية الخاصة بالبنوك، مما يعزز فرص الحصول على الأموال في أي مكان؛
- ✓ تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي، من خلال المزايا التي تقدمها، في كسب زبائن جدد؛

- ✓ تساهم البطاقة الذهبية والدفع الإلكتروني بصفة عامة، في استقطاب الكتلة النقدية الموجودة خارج عجلة الاقتصاد.

ثالثا: دراسة: (دعبوز سعاد).²

الدراسة عبارة عن مقال بعنوان دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة استعرضت هذه الدراسة الدور الذي تلعبه وسائل الدفع الإلكتروني بالأخص الذهبية لبريد الجزائر في المعاملات التجارية خاصة في ظل الوضع الراهن وتفشي فيروس كورونا. لتصل الدراسة في الأخير إلى جملة من النتائج أهمها:

- ✓ ساهمت التطبيقات التي وضعتها مؤسسة بريد الجزائر تحت تصرف زبائنهم في تشجيع استخدام أدوات التبادل الإلكتروني بريدي موب والخاصة بتحويل المبالغ المالية بصفة رقمية فورية بين حائزي الأرصدة البريدية الجارية؛
- ✓ شهدت الأشهر الأولى من سنة 2020 الزيادة في المدفوعات الإلكترونية وترجع هذه الزيادة إلى انتشار المواقع الجزائرية التي تقدم خدمات الدفع عبر الأنترنت؛
- ✓ إن النتائج الإيجابية في مجال الدفع الإلكتروني كان نتيجة التدابير المتخذة لتشجيع الدفع الإلكتروني والتي ساهمت في الحد من تداول السيولة لا سيما خلال جائحة كورونا.

¹ لعلاوي نواري، حماني عبد الرؤوف، مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر أنموذجا، مجلة المشكاة في الاقتصاد التنمية والقانون، المجلد 05، العدد 12، السنة 2020.

² دعبوز سعاد، بعنوان دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة، مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية العدد 06، 2021.

رابعا دراسة: (عبد العزيز صحراوي، لعراف فائزة).¹

الدراسة عبارة عن تهدف هذه الدراسة إلى رغبة الباحثين في دراسة موضوع يواكب الأوضاع السائدة ويتمشى مع معطيات التطورات التكنولوجية. ومعرفة واقع بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية التي تطرحها مؤسسة بريد الجزائر.

لتخلص في الأخير إلى جملة من النتائج:

- ✓ لا يزال استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية في عملية سحب الأموال يطغى على عملية الدفع الإلكتروني وأغلب عمليات الدفع الإلكتروني محصورة في دفع الخدمات كفواتير الغاز والكهرباء، الماء وشحن الرصيد وضعف عملية الرصيد، وضعف عملية الشراء؛
- ✓ يساهم استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية في تطبيق إجراءات التباعد الاجتماعي واجتناب الاختلاط مع الناس، حيث أدى استخدام الخدمات التي توفرها البطاقة الذهبية إلى تجنب الاحتكاك مع الناس داخل مكاتب البريد وتجنب طوابير دفع الفواتير المؤسسات الخدمية وكذا تجنب عناء التنقل لإجرائها؛
- ✓ يساهم استخدام الخدمات الإلكترونية التي توفرها البطاقة الذهبية كالدفع الإلكتروني للمشتريات وفواتير الخدمات في تقليل مخاطر تداول النقود التي قد تكون موبوءة.

خامسا دراسة: (أسماء كرغلي، عبد الله بلوناس).²

الدراسة عبارة عن مقال بعنوان فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا، بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية لبريد الجزائر نموذجا. تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أزمة السيولة النقدية التي تشهدها الوكالات البنكية والمكاتب البريدية في الجزائر على وجه الخصوص، لا سيما جائحة كورونا، والكشف عن واقع الدفع الإلكتروني في الجزائر.

لتصل في الأخير إلى جملة من النتائج أهمها:

- ✓ أظهرت جائحة كورونا المزايا التي يحققها الدفع الإلكتروني خلال انتشار الأمراض والأوبئة ذلك لأن توجه الأفراد إلى الدفع الإلكتروني بدلا من الدفع النقدي يساهم في التقليل من الحاجة لسيولة النقدية، وبالتالي التقليل من جهة، كما أن عمليات الدفع الإلكتروني تتم دون التنقل والاحتكاك بين الأفراد، مما يساهم في التقليل من خطر العدوى بفيروس كورونا بينهم من جهة أخرى؛
- ✓ أبرزت السيولة النقدية التي تعيشها الجزائر في ظل جائحة كورونا، الحاجة الملحة لتطوير وتعميم الدفع الإلكتروني، حيث أظهرت هذه الجائحة النقائص التي تعاني منها الجزائر في هذا المجال، ذلك لأن إجراءات الحد من انتشار فيروس كورونا تقتضي الالتزام بالحجر الصحي وكذا التباعد

¹ عبد العزيز صحراوي، لعراف فائزة، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا، بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية لبريد الجزائر نموذجا، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد، 03.

² أسماء كرغلي، عبد الله بلوناس، الدفع الإلكتروني كحل للتقليل من أزمة السيولة النقدية في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21،

الجسدي، مع تشجيع العمليات عن بعد لا سيما الدفع الإلكتروني، لكن في ظل التأخر المسجل في مجال الدفع الإلكتروني في الجزائر يعتذر ذلك؛

رغم الآثار السلبية لجائحة كورونا، إلا أنها ساهمت في توجيهه في نسبة من الجزائريين نحو عمليات الدفع الإلكتروني.

باللغة الأجنبية

الدراسة الأولى: هي لصاحبها

Tahraoui khadidja, financial inclusion during covid 19 in algeria, relativity and challenges,

v18 n02,december2022

استعرضت هذه الدراسة الشمول المالي خلال كوفيد 19 في الجزائر الواقع والتحديات لتصل في الأخير إلى أن:

أن الجزائر أحرزت تقدما جيدا في تعزيز ابتكارات التكنولوجيا المالية وتطور نظامها الاقتصادي الرقمي، واستعملت البطاقة الذهبية لتعزيز النشاط الاقتصادي وتسهيل الحياة اليومية لشعبها، مما يسمح لهم بزيادة أصولهم أو تحقيق النجاح والاستثمارات المنتجة، ولكن قبل كل شيء، التخفيف من الصدمات الناجمة عن وباء كوفيد 19.

الدراسة الثانية: وهي لصاحبها

Beldjilali fatiha, abderrahim leila, the reality of financial inclusion in the arab countries and the role of financile technology in promoting it country experiences,journal of research in finance and accountiog

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الشمول المالي في تعزيز النمو الاقتصادي واستقرار النظام المالي، مع الوقوف على واقع الشمول المالي في مجموعة من الدول العربية ودور التكنولوجيا المالية في تعزيزه. من خلال تحليل الشمول المالي.

المؤشرات وإبراز دور شركات التكنولوجيا المالية في تقديم العديد من الخدمات المالية ومساهمتها في دعم جهود وسياسات التنويع الاقتصادي.

ليصل في الأخير إلى أن الشمول المالي أحد التحديات المهمة التي تحرص بلادنا على طرحها في الوقت الحاضر. من أجل دمج ذوي الدخل المنخفض وحتى الفئات المهمشة والضعيفة في النظام المصرفي الرقمي في المستقبل، حيث يعتقد الخبراء أن تبني الشمول المالي الناتج عن الخدمات المالية الرقمية سيعطي حتما دفعة قوية للنمو الاقتصادي، وأن الظروف الحالية أصبحت ضرورية بسبب ذلك.

الفرع الثاني: تعقيب على الدراسات السابقة المحلية

نتفق مع الدراسات المحلية في تناول نفس الموضوع ألا وهو وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي، وكذلك من ناحية جديّة الموضوع، حيث كانت الدراسات المحلية متشابهة مع دراستنا إلا أنهما اختلفا من ناحية عينة ومجتمع الدراسة والمنهج المتبع، والأدوات المستخدمة لدراسة حيث كانت الدراسة الأولى

وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وأهميتها في تعزيز الشمول المالي في البنوك الجزائرية، تمثلت عينة الدراسة مجموعة من البنوك الجزائرية واعتمدت على المنهج التحليلي في تحليل مختلف البيانات والاحصائيات المتعلقة بواقع الشمول المالي في البنوك الجزائرية، أما الدراسة الثانية مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر أنموذجاً. اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي وهي متشابهة جداً مع موضوعنا محل الدراسة، أما الدراسة الثالثة دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة، اتبعت المنهج الوصفي، أما الدراسة الرابعة فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا، بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً، اتبعت كذلك المنهج الوصفي، أما الدراسة الخامسة بعنوان الدفع الإلكتروني كحل للتقليل من أزمة السيولة النقدية في الجزائر كذلك اعتمدت المنهج الوصفي.

واستفدنا من الدراسات السابقة في إثراء الجانب النظري، كما استعنا بها في بعض صياغة الأسئلة والأهداف وقمنا ببناء الفرضيات بناء على النتائج التي توصلت هذه الدراسات في منطلق تراكمية المعارف، بالإضافة إلى تحديد بعض محاور وأسئلة الاستبيان.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة العربية

في هذا المطلب سنتطرق إلى الدراسات السابقة العربية التي تطرقت لموضوع وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي.

الفرع الأول: عرض الدراسات السابقة العربية

سنقوم بتقديم الدراسات السابقة إلى المستوى العربي كما يلي:

أولاً دراسة: (مصطفى محمد وآخرون).¹

الدراسة عبارة عن مقال بعنوان أثر تقديم المنتجات المصرفية الإلكترونية على مؤشرات الشمول المالي في ظل جائحة كوفيد 19 لفترة 2010/2020.

تهدف هذه الدراسة إلى كل من:

✓ بيان الخدمات أو المنتجات المصرفية المقدمة من قبل المصارف العراقية؛

✓ إيجاد العلاقة بين الشمول المالي والخدمات المصرفية الإلكترونية؛

✓ بيان دور المنتجات المصرفية الإلكترونية في ظل جائحة كورونا.

ليصلوا في الأخير إلى جملة من النتائج أهمها:

✓ ينبغي اعتماد مؤشرات كمية لقياس جودة المنتجات المصرفية الإلكترونية والتي تحقق كفاءة

النشاط المصرفي؛

¹ مصطفى محمد وآخرون، أثر تقديم المنتجات المصرفية الإلكترونية على مؤشرات الشمول المالي في ظل جائحة كوفيد 19 لفترة 2010/2020، مجلة كلية التراث الجامعية، العراق.

- ✓ فهم السوق بشكل أكثر ووضوح المفاهيم والأهداف التي تتناسب مع وضعية السوق الحالي
- لمحاولة فهم وتحقيق الارتباط الأمثل وفقا للظروف الخاصة بكل بلد؛
- ✓ يحقق الشمول المالي متطلبات معايير النشاط المصرفي الدولي وفق المعايير الدولية والمعتمدة عالميا.

ثانيا دراسة: (ابتسام علي حسين، وأخريات).¹

الدراسة عبارة عن مقال بعنوان دور تكنولوجيا المعلومات المالية في تعزيز الشمول المالي في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة استطلاعية في مصرف النهرين الاسلامي. تهدف في هذا البحث الى التعرف على واقع التكنولوجيا المالية في العراق وتحدياتها لا سيما ما يتعلق بدرجة الأمان والثقة وسهولة الاستعمال في تعزيز الشمول المالي لكافة فئات المجتمع. وفي الأخير لتصل إلى جملة من النتائج أهمها:

- ✓ يمكن نشر الشمول المالي في حالة بوجود الخدمات المالية والرقمية التي تساهم ايجابيا في نشرها كونها طريقة فعالة للوصول للخدمات المالية الرسمية المقدمة، وهي محرك أساس لأتمته العمليات المالية، وتعد الخدمات المالية الرقمية كأنظمة الدفع والتحويل المالي عنصر أساسيا للبنى التحتية المالية، كما وتعد التكنولوجيا المالية محركا هاما للمنافسة والوصول للخدمات المالية والنمو الاقتصادي وخلق فرص العمل؛
- ✓ يمكن نشر الشمول المالي في حالة وجود بيئة تشريعية شاملة تعمل على تشجيع الابتكار والتطوير وبشكل موازي للحفاظ على حقوق المتعاملين كونها عامل مهم في تطور التكنولوجيا الناشئة والمتطورة، فضلا عن أن توافر نظام دفع آمن مثل نظام الدفع بالهاتف النقال وتحصيل الفواتير الكترونيا يخلق فرصة متكافئة لمقدمي الخدمات المالية لخفض التكاليف وتقليل المخاطر.

الفرع الثاني: التعقيب على الدراسات السابقة العربية

نتفق مع الدراسات العربية السابقة في تناول نفس الموضوع إلا وهو الدفع الالكتروني والشمول المالي، وكذلك جدية الموضوع، حيث كانت الدراسات المحلية متشابهة مع دراستنا إلا أنهما اختلفا من ناحية عينة ومجتمع الدراسة والمنهج المتبع، والأدوات المستخدمة لدراسة حيث كانت الدراسة الأولى أثر تقديم المنتجات المصرفية الالكترونية على مؤشرات الشمول المالي في ظل جائحة كوفيد 19 لفترة 2010/2020، تمثلت عينة الدراسة في البنك المركزي العراقي في حين المدة الزمنية من 2010 ل2020. بالاعتماد على التقارير السنوية واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، أما الدراسة الثانية فكانت دور تكنولوجيا المعلومات المالية في تعزيز الشمول المالي في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة استطلاعية في مصرف النهرين

¹ ابتسام علي حسين، وأخريات، دور تكنولوجيا المعلومات المالية في تعزيز الشمول المالي في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة استطلاعية في مصرف النهرين الاسلامي، كلية التقنية الادارية، بغداد. 2020.

الاسلامي، حيث كانت عينة الدراسة عينة عشوائية واعتمدت على التحليل الوصفي التحليلي لعينة البحث وعلى الاستبيان كأداة مستخدمة في ذلك الاسلوب الاحصائي. واستفدنا من الدراسات العربية السابقة في اثراء الجانب النظري، كما استعنا بها في صياغة بعض الأسئلة والأهداف وقمنا ببناء الفرضيات بناء على النتائج التي توصلت هذه الدراسات في منطلق تراكمية المعارف، بالإضافة إلى تحديد بعض محاور وأسئلة الاستبيان.

المطلب الثالث: الدراسات الأجنبية

الفرع الأول: عرض الدراسات السابقة الأجنبية

الدراسة الأولى: (دراسة VICATOR DEL ROSAL)¹

وهي عبارة عن مذكرة ماجستير بعنوان نظام الدفع الإلكتروني لتأثير على الشمول المالي في نيجيريا. كان الهدف من الدراسة تحديد تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني بشأن الشمول المالي في نيجيريا. لتصل الدراسة في الأخير إلى جملة من النتائج أهمها:

- ✓ سيزداد تطبيق التكنولوجيا في النظام المالي لبلد ما؛
- ✓ الوصول إلى الانترنت له تأثير هام احصائيا للوصول للخدمات المالية؛
- ✓ الاختلاف في الوصول للخدمات المالية سببه اعتماد صانعي القرار والسياسات في الدولة على الانترنت بشكل كبير؛
- ✓ الوصول للخدمات المالية لها تأثير احصائي على الثقافة المالية.

الدراسة الثانية: (دراسة MOHAMMED ASIF)²

هي عبارة عن مقال بعنوان تأثير التكنولوجيا المالية والخدمات المالية الرقمية على الشمول المالي في الهند.

إن الهدف الأساسي من هذا الدراسة هو تقييم تأثير النية السلوكية للأشخاص على استخدام خدمات التكنولوجيا المالية. نية الناس السلوكية مدفوعة بالثقة وقابلية الاستخدام والتأثير الاجتماعي. ومن ثم، قام هذا البحث أيضًا بتقييم تأثير هذه العوامل الثلاثة باعتبارها بُعدًا مهمًا في استخدام خدمات التكنولوجيا المالية من أجل الشمول المالي. لتصل الدراسة في الأخير إلى:

- ✓ تحديد تأثير التكنولوجيا المالية والخدمات المالية الرقمية على الشمول المالي في الهند. وفقًا للنتائج، ساعدت شركات التكنولوجيا المالية بشكل كبير في الشمول المالي في هذه الأمة، وخاصة بالنسبة للطبقة المتوسطة. ستكون هذه النتائج مفيدة لصانعي السياسات الذين يعملون بجد لإدخال كل فرد في هذا البلد إلى نظام مالي منظم.

¹VICTOR DEL ROSAL.NATIONAL COLLEGE OF IRELAND.ELCTRONIC PAYMENT SYSTEM. EFFECT ON FINANIAL.NIGIRIA;4 MAY ; 2022

²MOHAMMED ASIF; THE IMÄCT OF FINATECH AND DIGITAL; FINANCIL SERVICES ON FINANCILA INCLUSION IN INDIA; JOURNAL OF RISK AND FINANCIAL MANAGEMENT; 2023.

- ✓ تم إنشاء لجنة متعددة التخصصات من قبل بنك الاحتياطي الهندي (RBI) للتحقيق في صناعة التكنولوجيا المالية في الهند. الهدف هو فهم المخاطر التي تنطوي
- ✓ يمكن لشركات التكنولوجيا المالية المساعدة في تعزيز المنافسة وتسريع الشمول المالي في الهند من خلال خفض التكاليف وتعزيز الوصول إلى الخدمات المالية للأشخاص في الفئات ذات الدخل المنخفض والمناطق الريفية والقطاعات الأخرى المحرومة من الاقتصاد الهندي. يتم تحقيق ذلك من خلال تقديم نماذج وتطبيقات وابتكارات أعمال جديدة. لفهم مساهمة التكنولوجيا المالية في الشمول المالي.

الفرع الثاني: تعقيب على الدراسات الأجنبية

نتفق مع الدراسات الأجنبية في تناول نفس الموضوع ألا وهو دور وسائل الدفع الالكتروني في تعزيز الشمول المالي واختلفت هذه الدراسة عن دراستنا، حيث كانت هذه الأخيرة مميزة عن الدراسات الأجنبية من الموضوع ومنهجية الدراسة الحالية والملاحظة الأخرى أن الدراسات الأجنبية لا تعتمد على اتباع المناهج في حين دراستنا اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي.

خلاصة الفصل: من خلال دراستنا لهذا الفصل خلصنا إلى

- ✓ شهدت وسائل الدفع تطورا مستمرا عبر الزمن، من سلع إلى معادن و أوراق نقدية، وصولا إلى الوسائل الإلكترونية، تسوى عبرها الالتزامات، في عصر يميزه التطور المذهل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث لم يبق مجال بمنأى عنها، على غرار القطاع المصرفي، الذي أضحت تستخدم فيه قنوات ووسائل إلكترونية لتحويل الأموال وتسوية الالتزامات، بغنى عن وجود الانسان، ومتاحة في كل وقت، متمثلة في أجهزة الصراف الآلي والدفع عبر شبكة الانترنت، مما يجعلها محل الاهتمام وجذب لفئات عديدة، وبالتالي استقطاب العديد من المتعاملين بها، مما يعزز ذلك الشمول المالي، الذي أصبح بدوره محل اهتمام الهيئات الدولية، ومختلف دول العالم التي تبنت استراتيجيات لتعزيزه، خاصة بعد أن اتضحت أهميته في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال اشراك الجميع في الاستفادة من التمويل وغيرها من الخدمات المالية.
- ✓ بالرغم من التطور التكنولوجي الذي شهدته وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة النشأة إلا أنه يتطلب تنظيما قانونيا ودرجة امان عالية كونه يحمل في طياته العديد من المشاكل والمخاطر التي تهدد المعاملات التجارية الإلكترونية كالجرائم وعمليات القرصنة.
- ✓ الشمول المالي يوفر تقديم خدمات ومنتجات مالية متطورة وبأسعار معقولة مثل المعاملات والمدخرات والمدفوعات والتأمين والائتمان وغيرها من الخدمات المالية المختلفة بطريقة مستدامة ومسؤولة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد الفصل:

لقد تطرقنا في الفصل الأول لأهم النقاط حول وسائل الدفع الإلكتروني والشمول المالي وأهم الدراسات التطبيقية التي تناولت العلاقة كلا من الشمول المالي ووسائل الدفع الإلكتروني ولتسليط الضوء أكثر على الموضوع قمنا بإجراء دراسة تطبيقية لمعرفة مدى مساهمة البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر بالوادي، وذلك من خلال الاجابة على الاستبيان من طرف زبائن وموظفي بريد الجزائر بالوادي، وفي هذ الفصل سنحاول في ابراز الطريقة المستخدمة في الجانب الميداني وكذا مختلف الأدوات باستعمال البرنامج الاحصائي spss وهذا من خلال عرض النتائج واختبار فرضيات وذلك من خلال المبحثين التاليين:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة.

المبحث الثاني: عرض النتائج ومناقشتها.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة.

سنتطرق في هذا المبحث بريد الجزائر والبطاقة الذهبية وكيفية استخدامها، خدماتها وتكاليفها وطريقة الدراسة المتمثلة في (نموذج الدراسة، مجتمع، عينة الدراسة وتحديد المتغيرات وقياسها). أما الأدوات المستخدمة في الدراسة تم الاعتماد عليها في تنفيذ الدراسة الميدانية وتشمل تصميم الاستبيان والأدوات الإحصائية المستخدمة في جمع البيانات.

المطلب الأول: بطاقة تعريفية لبريد الجزائر والبطاقة الذهبية

إن زيادة عدد الحسابات الذي يعتبر مؤشرا من مؤشرات قياس الشمول المالي، فعند ادراك الأشخاص أهمية البطاقة الذهبية من خلال تسديد فاتورة الكهرباء، الغاز، خدمات الهاتف النقال، التحويلات... الخ، هذا يجعلهم يسارعون في فتح الحسابات وطلب البطاقة الذهبية، وهذا مما يزيد في تعزيز الشمول المالي في الجزائر.

الفرع الأول: بطاقة تعريفية لبريد الجزائر

هي مؤسسة عمومية وطنية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تحكمها القوانين والتنظيمات السارية، لا سيما القانون 04_18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المحدد القواعد العامة للبريد والاتصالات الالكترونية، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 43_02 المؤرخ في 14 جانفي 2002، المتضمن إنشاء بريد الجزائر وتمنح النشاطات الخاضعة لنظام الحصرية للمتعامل بريد الجزائر بموجب أحكام القانون 04_18 سالف الذكر.

وهي المؤسسة المالية الأكبر في الجزائر، حيث تدير وتسير خدماتها والجدول التالي يوضح المؤشرات الخاصة به.¹

جدول رقم (1-2) مؤشرات جهود بريد الجزائر في تطوير وسائل الدفع الإلكتروني

المؤشرات	2017	2018	2019	2020	2021	2022
عدد مكاتب البريد	3.824	3.907	4000	4.057	4.106	4.189
الكثافة البريدية (سكان/مك تب البريد)	11.035	11.005	10.975	11.004	10.965	10.933
عدد حاملي البطاقات الإلكترونية بما فيها البطاقة الذهبية	7.492.508	5.781.104	5.602.684	6.766.383	8.841.339	10.124.456
عدد حسابات البريدية ccp	20.413.478	21.374.419	22.629.707	23.613.552	24.714.867	27.039.740

¹ <https://www.mpt.gov.dz/ar>

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على <https://www.mpt.gov.dz/ar>

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المؤشرات المتمثلة في كلا من عدد مكاتب البريد، عدد حسابات البريدية ccp، عدد حاملي البطاقات الإلكترونية بما فيها البطاقة الذهبية، في تزايد من سنة 2017 إلى سنة 2022، وهذا مما يدل عن زيادة الشمول المالي بسبب، نشاط وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، الذي يهدف إلى تطوير عناصر السياسة الوطنية بشأن البريد، المواصلات السلكية واللاسلكية، تشييد مجتمع المعلومات، الاتصالات الإلكترونية، فتح وتداول البيانات وإدارة واستغلال عرض النطاق الترددي للأقمار الصناعية للاتصالات العامة والخاصة.

الجدول رقم (2_2) الانجازات لقطاع بريد الجزائر

المؤشر	العدد
اشتراك الهاتف الثابت	5.758 مليون
اشتراك الهاتف النقال	49.02 مليون
اشتراك الانترنت الثابت	4.905 مليون
اشتراك الأنترنت النقال	44.75 مليون
مكاتب البريد	4.212 ألف
الحساب البريدي	27.321 مليون
عدد الموزعات الآلية	1.956 ألف
البطاقات الذهبية	10.784 مليون

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع <https://www.mpt.gov.dz/ar>

الفرع الثاني: بطاقة تعريفية بالبطاقة الذهبية

أولاً: تعريف البطاقة الذهبية

ظهرت البطاقة الذهبية carte edahabia أو البطاقة الإلكترونية أو البطاقة لبريدية التابعة لمؤسسة بريد الجزائر 2017 سنة التي تعتبر بطاقة خصم بريدية الكترونية تحتوي على معايير ومقاييس عالمية للأمان، كماتلي البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بمزاياها ومنافعها الكثيرة جميع متطلبات وتمكن أيضا من تسديد جميع مستحققاتك بطريقة سهلة وملائمة ومرنة للغاية. صممت خصيصاً لتلبية كافة احتياجات. ومعاملات المالية بطريقة آمنة وسهلة.¹

بتاريخ 2023/5/8 <https://www.mpt.gov.dz/ar>

والشكل التالي يوضح
الشكل رقم (1_2) البطاقة الذهبية



EDAHABIA

المصدر: <https://www.mpt.gov.dz/ar>

ثانيا: المعلومات الخاصة بالبطاقة الذهبية Carte Edahabia¹

- ✓ البطاقة الذهبية هي بطاقة سحب ودفع إلكترونية مصممة وفقا لأحدث المعايير الدولية، تسمح بإجراء مختلف العمليات المؤمنة للسحب والدفع الإلكتروني؛
- ✓ على وجه البطاقة الذهبية تحتوي البطاقة الذهبية على عدد مؤلف من 16 رقما: يطلب من عند التسجيل في تطبيق بريدي موب وعند تغيير رقم هاتفكم النقال والدفع عبر الإنترنت؛
- ✓ الاسم واللقب: يطلبان عند الدفع عبر الإنترنت؛
- ✓ تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة الذهبية: يطلب عند الاشتراك في خدمات بريدي موب أو عند التسجيل وأيضا عند تغيير رقم الهاتف النقال والدفع عبر الإنترنت؛
- ✓ على ظهر البطاقة الذهبية رمز البطاقة الإثباتي CVV1، يطلب عند عملية الدفع عبر الإنترنت؛
- ✓ الرموز السرية الخاصة بالبطاقة الذهبية: رمز التعريف الشخصي "PIN": يتكون من أربعة (04) أرقام سرية (تصلكم من مرسل رمز التعريف الشخصي "PIN Mailer")، يطلب من المستعمل للتحقق من هويتكم على مستوى الشبكات الآلي للبنوك وجهاز الدفع الإلكتروني "TPE" وأيضا على مستوى شبكات مكتب البريد؛

¹ <https://www.mpt.gov.dz/ar>

✓ المفتاح "OTP": رمز خاص يتلقى عبر رسالة نصية قصيرة، يطلب من المستعمل بغرض: إثبات الهوية لدى طلب بطاقة الذهبية، وأيضا الاشتراك والتسجيل في خدمات التطبيق بريدي موب وعند تغيير رقم هاتفكم النقال المربوط مع البطاقة الذهبية وأيضا عند الدفع عبر الإنترنت من خلال الموقع الإلكتروني.

الفرع الثالث: خدمات وتكاليف البطاقة الذهبية

أولا: التوصيات عند استعمال البطاقة الذهبية

احتياطات واجب اتخاذها اتجاه البطاقة الذهبية إن البطاقة الذهبية معدة حصريًا للاستعمال الشخصي، لذا وبغية تفادي أي مضايقات ينبغي التقيّد بالاحتياطات التالية:¹

✓ المحافظة على البطاقة الذهبية واستعمالها بحذر، حيث لا تمنح لأي كان فهي معدة للاستعمال الشخصي، مع الحافظة على الرمز السري؛

✓ في حال نسيان الرقم السري يطلب على مستوى مكتب البريد لتزويد برمز جديد، كما يتوجب إدخال رمز بعيدا عن الأنظار؛

✓ بعد ثلاث محاولات من إدخال الرمز خاطئ، تتعرض البطاقة الذهبية للابتلاع من طرف الصراف البريدي، وتسترجع في حالة الابتلاع من قبل الصراف الآلي بالتقدم لدى مدير مكتب البريد.

ثانيا: خدمات البطاقة الذهبية المالية في الصراف الآلي

✓ السحب النقدي؛

✓ كشف رصيد حساب CCP الخاص بك؛

✓ الاطلاع على البيان المصغر للعمليات العشر التي تم إجراؤها باستخدام بطاقة الذكريات الخاصة بك.

✓ تحرير RIP؛

✓ طلب دفتر شيكات؛

✓ تحويل الأموال من حساب CCP الخاص بك إلى حساب CCP آخر؛

✓ إعادة شحن الهاتف المحمول من جميع المشغلين (موبيليس، دجيزي، أوريدو)؛

✓ تغيير الرقم السري الخاص بك؛

✓ خدمة التوصيل البريدي، تتيح "الخدمة المميزة" للعملاء الذين اشتركوا في هذا الوضع المعجل الاستفادة أيضا من خدمة مخصصة ذات جودة عالية ومتكيفة مع احتياجاتهم مع ضمان تسليم آمن وسريع لبطاقات الدفع الإلكترونية و "Pin Mesh" (الرمز سري) في المنزل، خلال مدة لا تتجاوز خمسة (05) أيام.

¹ <https://www.mpt.gov.dz/ar>

ثالثا: خدمات البطاقة الذهبية service carte edahabia

- ✓ تعبئة رصيد موبيليس paiement mobilis، أوريدو flexy Ooredoo، جازي flexy djezzy؛ edahabia
- ✓ تعبئة انترنت اتصالات الجزائر IDOOM؛
- ✓ تسديد فاتورة الكهرباء والغاز paiement sonelgaz؛
- ✓ طلب الرقم السري للحساب البريدي الجاري؛
- ✓ بريدي موب خدمة لدفع المشتريات في المحلات التجارية؛
- ✓ دفع مستحقات شركة المياه والتطهير الجزائرية SEAAL، مستحقات الجزائرية للمياه ADI.

رابعا: تكاليف البطاقة الذهبية¹ edahabia

الجدول رقم (2_3) تكاليف البطاقة الذهبية

العملية	المبلغ دج
تكلفة البطاقة هي لسنتين وهي أيضا نفس القيمة لتجديد وتبديل البطاقة.	350 دج.
السحب من ماكينات بريد الجزائر	30 دج.
السحب من ماكينات البنوك	35 دج.
الدفع عبر الانترنت	مجاني.
تعبئة الرصيد	10 دج + ثمن SMS.
كشف العمليات العشرة الأخيرة	10 دج.
قيمة السحب القصوى من الصراف الألي	50.000 دج.
إعادة إعداد الرقم السري PIN	200.00 دج
الشكاوى غير ثابتة الصحة	100.00 دج
تجميد البطاقة	30.00 دج
الاعتراض المؤقت أو النهائي عن البطاقة	30.00 دج
إشعار برسالة قصيرة	10.00 دج
سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية لبريد الجزائر	30.00 دج
سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية للبنوك	35.00 دج
الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر بواسطة البطاقة الذهبية.	مجانا
الدفع عبر شبكة الإنترنت	مجانا
تعبئة رصيد الهاتف النقال	10.00 دج + سعر الرسالة

¹ <https://www.mpt.gov.dz/ar>

النصية القصيرة (SMS)	
يومية	سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية لبريد الجزائر
أسبوعيا	سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية للبنوك
يومية	الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر
يومية	الدفع عبر شبكة الإنترنت

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على <https://www.mpt.gov.dz/ar>

المطلب الثاني: الاجراءات المنهجية لدراسة

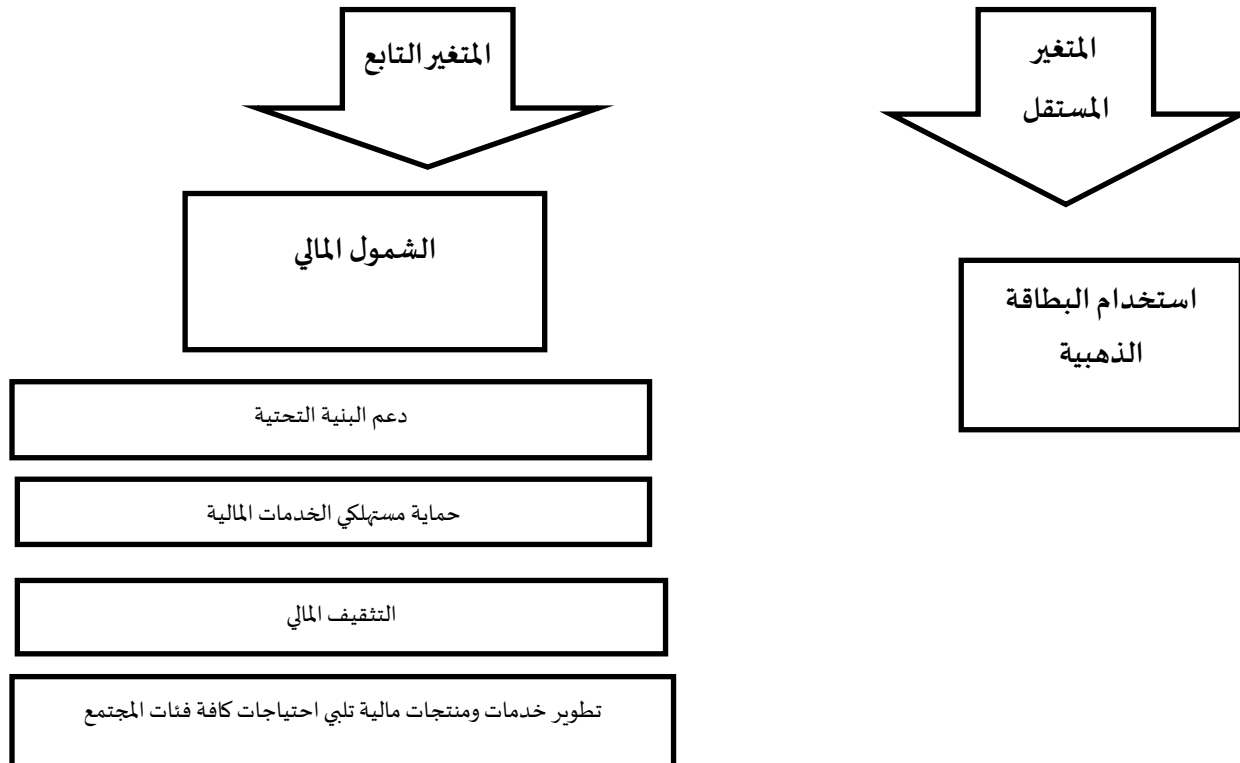
سيتم من خلال هذا المطلب التطرق إلى مجتمع ومتغيرات الدراسة وأدوات الدراسة.

الفرع الأول: متغيرات وأدوات الدراسة

أولا: متغيرات الدراسة

لقد تأسست هذه الدراسة ضمن متغيرين الأول يمثل المتغير المستقل وهو استخدامات البطاقة الذهبية. والمتغير الثاني يمثل المتغير التابع وهو تعزيز الشمول المالي، حيث يتضمن الشمول المالي اربعة متغيرات تابعة فرعية موضحة من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (2_2) متغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين

ثانيا: أدوات الدراسة

الاستبيان: لقد تم الاستبيان وصياغة الاسئلة الخاصة بالاعتماد على فرضيات الدراسة والعودة إلى الدراسات والمراجع العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، حيث قمنا بتوزيع 120 استبيان وذلك الكترونيا ولتأكد من مدى صلاحية وملائمة الاستبيان لموضوع الدراسة قمنا بعرض الاستبيان على الاستاذة المشرفة وأستاذة آخرين لتحكيمه، وقمنا بتقسيم الاستبيان الى ثلاث محاور أساسية، كل هذا سمح لنا باستلام 120 استبيان إلكتروني، يمثل مجتمع الدراسة والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2_4) مجتمع الدراسة

الرقم	المؤسسة	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المستلمة	الاستبيانات لصالحة لدراسة	الاستبيانات الملغاة
1	زبائن وموظفي بريد الجزائر ولاية الوادي	120	120	120	00

المصدر: من إعداد الطالبتين

الفرع الثاني: الأساليب والأدوات الاحصائية

بعد توزيع الاستبيان على مجتمع الدراسة وجمع البيانات لتأتي مرحلة معالجة البيانات احصائيا، وتمت ذلك ب برنامج spss النسخة 22

ومن أجل اختبار فرضيات الدراسة تم استخدام اساليب الاحصائية التالية:

اختبار معامل الصدق والثبات ألفا كرونباخ، سبيرمان براون، جيتمان، التجزئة النصفية

التوزيع التكراري، النسب المئوية

المتوسطات الحسابية

الانحراف المعياري

معامل الارتباط.

معامل الانحدار المتعدد.

أولا: تصميم الاستبيان

لقد تم الاستبيان وصياغة الاسئلة الخاصة بالاعتماد على فرضيات الدراسة والعودة إلى الدراسات والمراجع العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، قمنا بعرض الاستبيان على الاستاذة المشرفة وأستاذة آخرين لتحكيمه كما تبينه الملحق 1 والملحق 2، وقمنا بتقسيم الاستبيان الى ثلاث محاور أساسية المحور الاول: يتضمن مجموعة من الاسئلة حول الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، الوظيفة، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المدة الاستعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر. ويضم ستة أسئلة.

المحور الثاني: يتضمن مدى استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية ويتكون من ثمانية أسئلة.

المحور الثالث: يتضمن هذا المحور 22 سؤال تم التناول في هذا المحور كل من البيانات الخاصة بدور وسائل الدفع الالكتروني في تعزيز الشمول المالي:

من حيث:

✓ سهولة الوصول للخدمة من ستة أسئلة؛

✓ حماية مستهلكي الخدمات المالية تتكون من سبعة أسئلة؛

✓ التثقيف المالي. تتكون من أربعة أسئلة؛

✓ تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع تتكون خمسة أسئلة.

وهذا المعرفة مستوى تحقيق وسائل الدفع الالكتروني المتمثلة في البطاقة الذهبية في المؤسسات المصرفية. ولهذا ندرس تعزيز الشمول المالي مع وسائل الدفع المتمثلة في البطاقة الذهبية محل الدراسة وقد تم تصميم الاستبيان وفق نموذج ليكرت الخماسي، باستخدام عبارات القياس الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (2_5) توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الأوزان	1	2	3	4	5

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي

ثانيا: قياس الصدق والثبات:

الجدول رقم (2_6) قياس ثبات الأداة

قياس الأداة	المعادلات			
	ألفا كرونباخ	سبيرمان براون	جيتمان	التجزئة النصفية
المحور الأول	0.41	0.48	0.47	0.47
المحور الثاني	0.52	0.43	0.34	0.34

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول أعلاه الخاص بمعاملات الثبات للأداة المستخدمة في هذه الدراسة أن هذه المعاملات تراوحت بين 0.41 و 0.52 بعد الاعتماد على معامل جيتمان و سبيرمان براون في طريقة التجزئة النصفية وألفا كرونباخ، وهذا يعني أن المقياس يتمتع بدرجة مقبولة من الثبات فهذه المعاملات مرتفعة بالقدر الذي يسمح لنا بقبولها واعتبار هذا المقياس ثابت.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة

بعد تحديد طريقة وأدوات الدراسة من خلال هذا المبحث إلى عرض النتائج الدراسة التطبيقية وتحليلها احصائيا ومناقشة النتائج اقتصاديا.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

سيتم في هذا المطلب عرض نتائج الدراسة المتوصل إليها بناء على معلومات التي تم جمعها تلخيصها ومعالجتها من خلال البرامج سالفه الذكر.

الفرع الأول: عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الديمغرافية

دراسة النتائج المتعلقة بالبيانات الأولية من خلال نتائج الاستبيان.

أولاً: عرض النتائج المتعلقة بالجنس

من أجل عرض النتائج المتعلقة بالجنس قمنا بصياغتها في الجدول التالي:

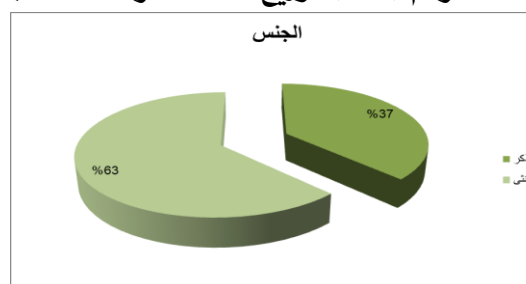
الجدول رقم (2_7) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	45	37.5%
أنثى	75	62.5%
المجموع	120	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

ومن أجل تسهيل وفهم الجدول أكثر قمنا بإدراج الشكل التالي:

الشكل رقم (2_3) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن غالبية عينة الدراسة من فئة الإناث بنسبة 62.5% من إجمالي العينة الكلية بتكرار يصل إلى 75 فرداً، في حين أن نسبة الذكور تمثل 37.5% من عينة الدراسة بتكرار يقدر بـ 45 فرداً، يمكننا القول هنا أن الفجوة مستمرة بين الجنسين في مسألة الشمول المالي، إذ أنه واضح جداً ارتفاع نسبة مستخدمي البطاقة الذهبية لدى الإناث أكثر من الذكور.

ثانيا: عرض النتائج المتعلقة بالسن

من أجل عرض النتائج المتعلقة بالسن قمنا بصياغتها في الجدول التالي:

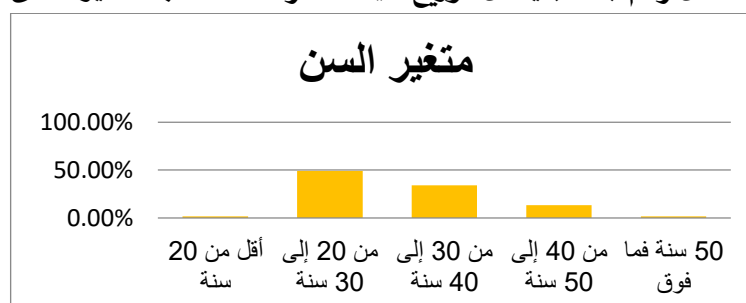
الجدول رقم (2_8): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

العمر	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	02	1.7%
من 20 إلى 30 سنة	59	49.2%
من 30 إلى 40 سنة	41	34.2%
من 40 إلى 50 سنة	16	13.3 %
50 سنة فما فوق	02	1.7 %
المجموع	120	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

ومن أجل تسهيل وفهم الجدول أكثر قمنا بإدراج الشكل التالي:

الشكل رقم (2_4) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

يتضح من خلال أرقام الجدول والشكل أعلاه بأن 49.2% من إجمالي العينة يمثلون الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة بتكرار يصل إلى 59 فردا، في المقابل نجد 34.2% من العينة الكلية يمثلون الفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة بتكرار يقدر بـ 41 فردا من العينة الكلية، في حين أن 13.3% من العينة يمثلون الفئة العمرية من 40 إلى 50 سنة بتكرار يصل إلى 16 فردا. أما الفئة العمرية أقل من 20 سنة مثلت نسبة 1.7% من إجمالي العينة، نفس النسبة نجدها لدى فئة الخمسين فما فوق.

نستنتج إذن أن غالبية عينة الدراسة من الفئة النشيطة من 20 إلى 30 سنة، مما يشير إلى استعمال البطاقة الذهبية من طرف فئة الشباب أكثر.

ثالثا: عرض النتائج المتعلقة بالحالة الاجتماعية

من أجل النتائج المتعلقة بالحالة الاجتماعية قمنا بصياغتها في الجدول التالي:

الجدول رقم (2_9): توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

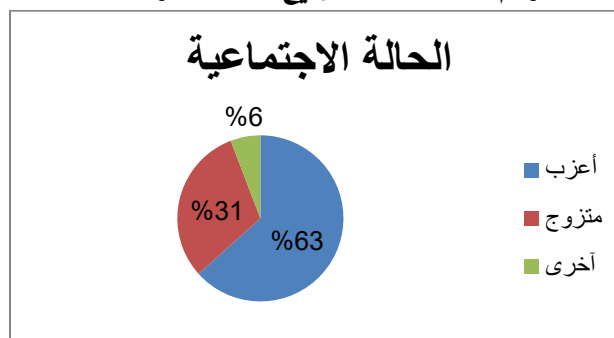
الحالة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية
-------------------	-----------	----------------

أعزب	76	%63.3
متزوج	37	%30.8
أخرى	07	%5.8
المجموع	120	%100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

ومن أجل تسهيل وفهم الجدول أكثر قمنا بإدراج الشكل التالي:

الشكل رقم (2_5) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن نسبة 63.3% من عينة الدراسة الكلية ن العزاب، وتكرارهم يعادل 76 فردا من العينة، في المقابل نجد 30.8% من المبحوثين هو من المتزوجين، وعددهم 37 فردا، في حين أن 5.8% من العينة اختاروا البديل "أخرى" وهم من المطلقين أو الأرامل وعددهم 07 أفراد من إجمالي عينة الدراسة. نستنتج إذن أن غالبية عينة الدراسة يمثلون فئة العزاب.

رابعا: عرض النتائج المتعلقة بالوظيفة

من أجل عرض النتائج المتعلقة بالوظيفة قمنا بصياغتها في الجدول التالي:

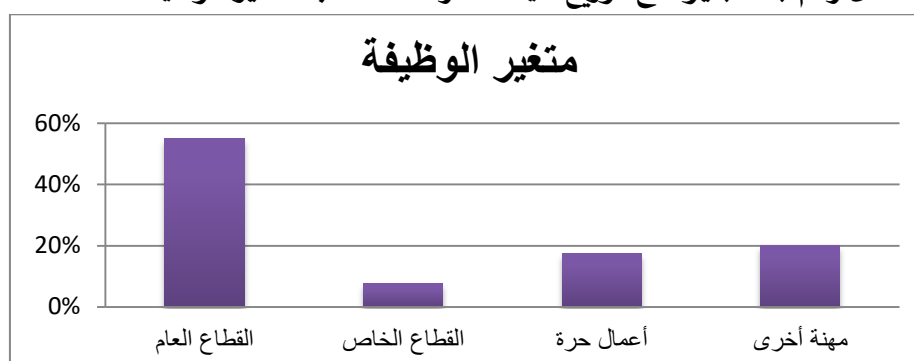
الجدول رقم (2_10): توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

بدائل الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
القطاع العام	66	%55
القطاع الخاص	9	%7.5
متقاعد	00	%00
أعمال حرة	21	%17.5
مهنة أخرى	24	%20
المجموع	120	%100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

ومن أجل فهم وتسهيل الجدول قمنا بإدراج الشكل التالي:

الشكل رقم (2_6) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss و Excel

من خلال معطيات الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 55% من العينة الكلية يشتغلون في القطاع العام للوظيفة، وتكرارهم يصل إلى 66 فردا، في المقابل نسبة 20% من العينة الكلية يشتغلون مهن أخرى غير محددة في قائمة بدائل الإجابة وعددهم 24 فردا من العينة الكلية، في حين أن 17.5% من العينة لديهم أعمال حرة و تكرارهم يمثل 21 فردا من العينة الكلية، وتبقى نسبة 7.5% من موظفي القطاع الخاص وتكرارهم يمثل 09 أفراد من إجمالي العينة الكلية، كما نلاحظ غياب تام لفئة المتقاعدين ضمن عينة الدراسة. نستنتج إذن أن أغلبية عينة الدراسة يشتغلون في القطاع العام وهو من غالبا من الموظفين الإداريين، الأعوان، الأساتذة...إلخ.

خامسا: عرض النتائج المتعلقة بالمستوى التعليمي

من أجل عرض النتائج المتعلقة بالمستوى التعليمي قمنا بصياغتها في الجدول التالي:

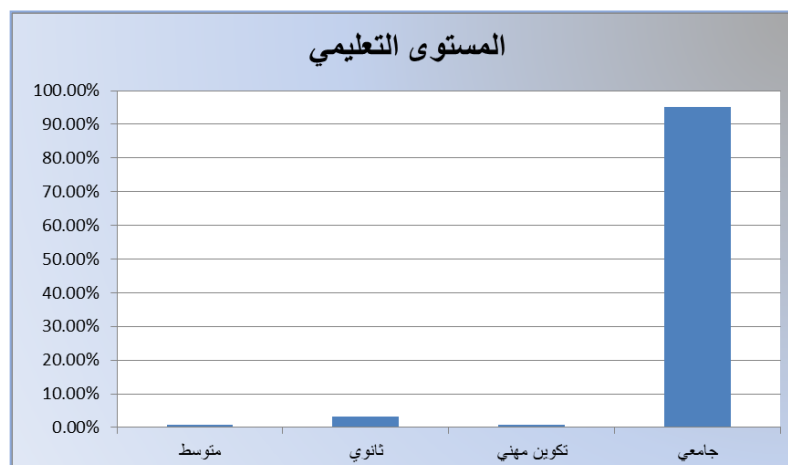
الجدول رقم (2_11): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
ابتدائي	00	00%
متوسط	01	0.8%
ثانوي	04	3.3%
تكوين مهني	01	0.8%
جامعي	114	95%
المجموع	120	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss و Excel

ولفهم الجدول قمنا بإعداد الشكل التالي:

الشكل رقم (2_7) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

من خلال معطيات الجدول والشكل نلاحظ أن 0.8% من العينة الكلية مستواهم التعليمي متوسط بتكرار يحدد في فرد واحد، نفس النسبة نجدها لأصحاب التكوين المهني، في حين أن 3.3% من العينة الكلية مستواها التعليمي ثانوي، وعددهم 04 أفراد، في المقابل نجد 95% من العينة الكلية لهم مستوى جامعي وتكرارهم يصل إلى 114 فردا من العينة كاملة. نستنتج إذن أن أغلبية عينة الدراسة مستواهم الدراسي جامعي، مما يشير إلى استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في صفوف الجامعيين أكثر من الفئات الأخرى.

سادسا: عرض النتائج عينة الدراسة حسب مدة استعمال البطاقة الذهبية

من أجل عرض النتائج عينة الدراسة حسب مدة استعمال البطاقة الذهبية قمنا بصياغتها في الجدول التالي:

الجدول رقم (2_12): توزيع عينة الدراسة حسب مدة استعمال البطاقة الذهبية

النسبة المئوية	التكرارات	مدة استعمال البطاقة الذهبية
52.5%	63	من سنة إلى 3 سنوات
20%	24	من 3 سنوات إلى 5 سنوات
27.5%	33	أكثر من 5 سنوات
100%	120	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

من خلال معطيات البحث الميداني، نلاحظ أنه فيما يتعلق بمدة استعمال البطاقة الذهبية نجد أن 52.5% من إجمالي العينة الكلية استعملوا البطاقة الذهبية لمدة تتراوح من سنة إلى 3 سنوات، بتكرار يصل إلى 63 فردا، في المقابل نجد 27.5% من العينة قدرت مدة استعمالهم للبطاقة الذهبية لأكثر من 5 سنوات، وعددهم 33 فردا من العينة الكلية، في حين أن نسبة 20% من العينة تراوحت مدة استعمالها للبطاقة الذهبية من 3 سنوات إلى 5 سنوات بتكرار يصل إلى 24 فردا من إجمالي العينة.

نستنتج إذن أن غالبية عينة الدراسة تمثلت مدة استعمالها للبطاقة الذهبية من سنة إلى 3 سنوات.

الفرع الثاني: عرض النتائج المتعلقة بالبطاقة الذهبية لبريد الجزائر من خلال بدائل الاجابة

سنتطرق عرض النتائج المتعلقة استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية

أولاً: استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية

الجدول رقم (2_13) استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية من خلال بدائل الاجابة

رقم السؤال	بدائل الإجابة	ت	ن	رقم السؤال	ت	ن
السؤال 01	غير موافق بشدة	01	5.8%	السؤال 02	05	4.2%
	غير موافق	15	12.5%		03	2.5%
	محايد	15	12.5%		09	7.5%
	موافق	59	49.2%		58	48.3%
	موافق بشدة	24	20%		45	37.5%
السؤال 03	غير موافق بشدة	04	3.3%	السؤال 04	02	1.7%
	غير موافق	06	5%		03	2.5%
	محايد	12	10%		04	3.3%
	موافق	67	55.8%		54	45%
	موافق بشدة	31	25.8%		57	47.5%
السؤال 05	غير موافق بشدة	02	1.7%	السؤال 06	03	2.5%
	غير موافق	06	5%		03	2.5%
	محايد	09	7.5%		04	3.3%
	موافق	68	56.7%		65	54.2%
	موافق بشدة	35	29.2%		45	37.2%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss و Excel

فيما يتعلق بالمحور الأول والمتعلق باستخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية، ارتأينا تجميع بيانات البحث الميداني في هذا الجدول من خلال إدراج رقم السؤال، بدائل الإجابة، التكرارات و النسب المئوية، وسنتطرق في تحليل البيانات إلى تحليل كل سؤال على حدة.

كما تجدر الإشارة إلى أنه تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في هذه الدراسة

السؤال رقم 01: والمتعلق باستخدام عينة البحث للبطاقة في جل المعاملات من خلال الأرقام الظاهرة على الجدول والمتحصل عليها من إجابات المبحوثين، نلاحظ أن 49.2% من العينة الكلية يؤكدون

استخدامهم للبطاقة الذهبية في جميع المعاملات، وتكرارهم يقدر بـ 59 فردا من العينة، في المقابل نجد نسبة مثلت عدم الموافقة و الحياد 12.5% فيما يتعلق بهذا الموضوع و عددهم 15 فردا لكل فئة، في حين نجد نسبة 20% من العينة الكلية أبدت موافقتها الشديدة عن استخدام البطاقة الذهبية في كل المعاملات المالية، و يقدر تكرارها بـ 24 فردا من أصل 120 فردا.

وتبقى نسبة 5.8% غير موافقة بشدة حول هذا الموضوع بتكرار فرد واحد فقط و هي نسبة ضئيلة جدا. نستنتج إذن أن غالبية العينة تؤكد استخدام البطاقة الذهبية في جل المعاملات، مما يشير إلى أن زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية يستطيعون اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني في العصر الراهن، بحكم التطور التكنولوجي الذي تشهده البلاد وسهولة استعمال هذه التقنيات وتوفرها في أغلب المرافق والمؤسسات و المحلات التجارية.

السؤال رقم 02: حول تسهيل البطاقة الذهبية على الزبون القيام بالخدمات المالية التي يريدها.
من خلال سؤال عينة البحث حول ما إن كانت البطاقة الذهبية سهلت عليها القيام بالخدمات المالية نجد أن نسبة 48.3% من العينة الكلية سهلت عليها البطاقة الذهبية القيام بالخدمات المالية التي تريدها، بتكرار يصل إلى 58 فردا من أصل 120 فرد، تقاربها نسبة 37.5% من العينة تؤكد موافقتها الشديدة بتكرار يقدر بـ 43 فردا من العينة الكلية، كما نجد نسبة 7.5% بتكرار يقدر بـ 09 أفراد محايدون حول هذا الموضوع، ونسبة 4.2% من العينة غير موافقة بشدة حول تسهيل البطاقة الذهبية عملية الخدمات المالية على زبائن بريد الجزائر، و تبقى نسبة 2.5% من العينة غير موافقة و عددها لا يتجاوز 03 أفراد. نستنتج إذن من خلال معطيات الجدول أعلاه بأن أغلبية العينة أبدت موافقتها بخصوص تسهيل البطاقة الذهبية على زبائن بريد الجزائر القيام بالخدمات المالية التي يختارونها، يشير هذا الأمر إلى أن الفرد أصب يقوم بجميع التعاملات المالية عن طريق البطاقة الذهبية بدون أي تعقيدات، إذن من خلالها يمكن تحويل الحوالات وتسديد فواتير الماء والكهرباء و الأنترنت إلى غير ذلك من التعاملات المالية التي تخولها البطاقة الذهبية.

السؤال رقم (03): حول الشعور بالأمان عند استخدام البطاقة الذهبية عند سؤال عينة البحث حول
ما إن كانت تشعر بالأمان عند استخدام البطاقة الذهبية، وجدنا أن 55.8% من إجمالي العينة يشعرون بالأمان عند استخدام البطاقة الذهبية، و يقدر تكرارهم بـ 67 فردا من العينة و هو رقم كبير مقارنة بـ 25.8% من إجمالي العينة أكدوا موافقتهم الشديدة بتكرار يصل إلى 31 فردا، في حين نجد نسبة 10% من العينة محايدة لهذا الموضوع، و تكرارها لا يتجاوز 12 فردا، و نسبة 5% من العينة اختارت البديل "غير موافق" و تكرارها في حدود 06 أفراد، و بشكل متقارب نجد 3.3% من عينة الدراسة اختارت البديل "غير موافق بشدة" و عددها 04 أفراد.

نستنتج إذن أن معظم عينة الدراسة أبدت شعورها بالأمان عند استخدام البطاقة الذهبية، أي أن استعمالها يكون في غاية الأمان و لا يتعرضون للسرقة.

السؤال رقم (04): حول ما إن كان استخدام البطاقة الذهبية أفضل من الشيك من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 47.5% من إجمالي العينة يوافقون بشدة على أن استخدام البطاقة الذهبية أفضل من الشيك، و تمثل تكرارهم في 57 فردا من أصل 120، و بشكل متقارب جدا نجد 45% من العينة اختاروا البديل "موافق" وعددهم 54 فردا من عينة البحث، في حين نجد النسب المتبقية على الشكل التالي:

✓ 3.3% من عينة الدراسة هي فئة محايدة و عددها 05 أفراد.

✓ 2.5% من العينة اختارت البديل "غير موافق" و عددها لا يتجاوز 03 أفراد.

✓ 1.7% من العينة اختارت البديل "غير موافق بشدة" وعددها لا يتجاوز فردين.

نستنتج إذن أن غالبية عينة الدراسة تؤكد أن استخدام البطاقة الذهبية أفضل من الشيك لما لها من مميزات و خصائص تتمثل في سرعة و سهولة الاستعمال و قلة تكلفتها وتوفرها في العديد من المرافق، على عكس الشيك الذي لا يمكن مستخدميه من الدفع و تسديد الفواتير على سبيل المثال، إّا أن استخدامها يقتصر على البنوك و البريد فقط، أما البطاقة الذهبية في متحركة و غير ثابتة يمكن استخدامها في عديد الأماكن.

السؤال رقم (05): حول ما إن كانت البطاقة الذهبية تقدم خدمات مناسبة لاحتياجات الزبون من خلال نتائج البحث الميداني يتضح أن نسبة 56.7% من عينة البحث الكلية ترى بأن البطاقة الذهبية تقدم خدمات مناسبة لاحتياجاتها، بتكرار يصل إلى 68 فردا من عينة البحث، وبشكل متباعد نجد نسبة 29.2% من العينة اختاروا البديل "موافق بشدة" وعددهم 35 فردا من أفراد العينة، في حين أن 7.5% تمثل فئة المحايدون وعددهم لا يتجاوز 09 أفراد، أما غير الموافقين فتراوحت نسبهم بين 5% و 1.7% من إجمالي العينة.

نستنتج إذن أن غالبية عينة الدراسة تؤكد بأن البطاقة الذهبية تقدم خدمات مناسبة لاحتياجات زبائن بريد الجزائر، و تمثل النسبة المذكورة أعلاه مدى رضا زبائن بريد الجزائر على الخدمات التي تقدمها البطاقة الذهبية

السؤال رقم (06): ساعدتني البطاقة الذهبية في القيام بعملية السحب والدفع والتحويل في أي وقت وفي أي مكان من خلال الأرقام الظاهرة على الجدول نلاحظ أن 54.2% من إجمالي العينة توافق على أن البطاقة الذهبية ساعدتها في القيام بعملية السحب والدفع والتحويل في أي وقت و أي مكان، و تكرارها يقدر بـ 65 فردا ، و في نفس السياق نجد 37.5% من العينة اختارت البديل "موافق بشدة" و عددهم يقدر بـ 45 فردا من العينة الكلية، كما نلاحظ نسب متقاربة جدا تمثلت في:

✓ 3.3% اختارت البديل "محايد" و عددهم 04 أفراد.

✓ 2.5% من العينة اختارت البديل "غير موافق" و "غير موافق بشدة" و عددها 3 أفراد لكل فئة.

السؤال رقم (07): يمكنني سحب اموالي ليلا بفضل البطاقة الذهبية، وهي خدمة لم تكن موجودة من قبل.

الجدول رقم (2_14) استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية من خلال بدائل الاجابة لسؤال رقم 8

رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
السؤال رقم 8	غير موافق بشدة	03	2.5%
	غير موافق	00	00%
	محايد	00	00%
	موافق	49	40.8%
	موافق بشدة	68	56.7%

من اعداد

المصدر:

الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss و Excel

من خلال معطيات البحث الميداني نلاحظ أن نسبة 56.7% من إجمالي العينة أبدت موافقتها بشدة حول موضوع سحب الأموال بالليل بفضل البطاقة الذهبية، وتكرارهم يقدر بـ 68 فردا، تليها نسبة 40.8% اختارت البديل "موافق" بتكرار يقدر بـ 49 فردا من أفراد العينة، و تبقى نسبة 2.5% اختارت البديل "غير موافق بشدة" بتكرار لا يتجاوز 03 أفراد. كما نلاحظ غياب تام للمحايدين والغير موافقين. نستنتج أن غالبية عينة الدراسة تؤكد أنها يمكنه سحب الأموال ليلا بفضل استخدام البطاقة الذهبية وهي خدمة لم تكن موجودة من قبل، لكن مع توفر الشبايك الإلكترونية يمكن لزبائن بريد الجزائر سحب الأموال في أي وقت و بسهولة تامة.

ثانيا: دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي

الجدول رقم (2_15) دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الاجابة: سهولة الوصول للخدمة

رقم السؤال	بدائل الإجابة	ت	ن	رقم السؤال	بدائل الإجابة	ت	ن
01	غير موافق بشدة	10	8.3%	02	غير موافق بشدة	13	10.8%
	غير موافق	18	15%		غير موافق	28	23.3%
	محايد	14	11.7%		محايد	19	15.8%
	موافق	63	52.5%		موافق	44	36.7%
	موافق بشدة	15	12.5%		موافق بشدة	16	13.3%

03	غير موافق بشدة	04	%3.3	04	غير موافق بشدة	02	%1.7
	غير موافق	08	%6.7		غير موافق	02	%1.7
	محايد	15	%12.5		محايد	07	%5.8
	موافق	75	%62.5		موافق	62	%51.7
	موافق بشدة	18	%15		موافق بشدة	47	%39.2
05	غير موافق بشدة	00	%00	06	غير موافق بشدة	01	%0.8
	غير موافق	04	%3.3		غير موافق	03	%2.5
	محايد	11	%9.2		محايد	15	%12.5
	موافق	64	53.3%		موافق	53	%44.2
	موافق بشدة	41	%34.2		موافق بشدة	48	%40

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

السؤال رقم (01): توجد فروع كافية لمؤسسة بريد الجزائر تسمح بالوصول للخدمات المالية للبطاقة الذهبية فيما يتعلق بالسؤال الأول نجد نسبة 52.5% من عينة الدراسة تؤكد موافقتها على وجود فروع كافية لمؤسسة بريد الجزائر تسمح بالوصول للخدمات المالية للبطاقة الذهبية، يقدر تكرارهم بـ 63 فردا من إجمالي العينة، فيما تشير نسبة 15% إلى الفئة الغير موافقة، وعددها 18 فردا، و نسبة 12.5% من العينة اختارت البديل "موافق بشدة" وعددها يمثل 15 فردا، و نسبة 11.7% اختارت البديل "محايد" بتكرار يصل إلى 14 فردا.

نستنتج إذن أن غالبية عينة الدراسة تؤكد على وجود فروع كافية لمؤسسة بريد الجزائر تسمح بالوصول للخدمات المالية للبطاقة الذهبية، وهذا يعتبر مكسبا لزيائن بريد الجزائر.

السؤال رقم (02): توجد صرافات آلية كافية تسمح بالوصول للخدمات لبريد الجزائر والبنوك من خلال معطيات البحث الميداني نلاحظ أن نسبة 36.7% من عينة الدراسة توافق على أنه توجد صرافات آلية كافية تسمح بالوصول للخدمات لبريد الجزائر و البنوك، و يقدر تكرارهم بـ 44 فردا من إجمالي العينة، في المقابل نجد 23.3% من العينة اختاروا البديل "غير موافق" و عددهم 28 فردا، كما مثلت فئة المحايدين نسبة 15.8% بتكرار يصل إلى 19 فردا، كما نلاحظ أن 13.3% من العينة اختارت البديل "موافق بشدة" بتكرار وصل إلى 16 فردا، و نسبة 10.8% اختارت البديل "غير موافق بشدة" بتكرار يقدر بـ 13 فردا من إجمالي العينة.

يمكن القول إذن أن أغلبية عينة الدراسة تؤكد على وجود صرافات آلية كافية تسمح بالوصول للخدمات لبريد الجزائر، فتوفر الشبابيك الأوتوماتيكية في العديد من مناطق الولاية يعد احتياجا أساسيا لزيائن البريد.

السؤال رقم(03): يمكنني الحصول علي البطاقة الذهبية بكل سهولة من خلال بريد الجزائر من خلال سؤال العينة حول ما إن كان بإمكانهم الحصول على البطاقة الذهبية بكل سهولة من خلال بريد الجزائر اتضح أن نسبة عالية جدا تمثلت في 62.5% من عينة الدراسة أجابت باختيار البديل "موافق"، وقدر تكرارها بـ 75 فردا من أصل 120، في المقابل نجد نسبة 15% من العينة اختارت البديل "موافق بشدة" و عددها يصل إلى 18 فردا، وبشكل متقارب نلاحظ أن هناك 12.5% من العينة اختارت البديل "محايد" و تكرارها لم يتجاوز 15 فردا. وبالنسبة لفئة "غير موافق" فقد تمثلت نسبة 6.7% إجابتها بتكرار لم يتجاوز 08 أشخاص، لتبقى 3.3% من العينة الكلية اختارت البديل "غير موافق بشدة" بعدد لم يتجاوز 04 أفراد من العينة الإجمالية.

السؤال رقم(04): حول إيجاد صعوبة في استعمال البطاقة الذهبية من خلال الأرقام الظاهرة على الجدول نلاحظ أن نسبة 51.7% من العينة الإجمالية تؤكد على أنها لا تجد صعوبة في استعمال البطاقة الذهبية، بتكرار يصل إلى 62 فرد من عينة الدراسة، و غير بعيد جدا عن هذه النسبة نجد 39.2% من عينة الدراسة زادت درجة موافقتها إلى "موافق بشدة" بتكرار يصل إلى 47 فردا، وبشكل جد متساوي نلاحظ نسبة 1.7% بتكرار فردين فقط لكا من البديل "غير موافق" و "غير موافق بشدة". وتبقى نسبة 5.8% من العينة الكلية مثلت فئة الحياد بتكرار لم يتجاوز 07 أفراد. نستنتج إذن أن أغلبية الدراسة لا تجد أبدا صعوبة في استعمال البطاقة الذهبية، أي أن استخدامها سهل سواء في الصرافات الآلية أو المحلات وغيرها.

السؤال رقم (05): تساعد البطاقة الذهبية في تنفيذ العمليات المالية، بفعالية عالية وتكلفة منخفضة من خلال معطيات البحث الميداني نلاحظ أن نسبة 53.3% من عينة الدراسة تؤكد على أن البطاقة الذهبية تساعد في تنفيذ العمليات المالية بفعالية عالية و تكلفة منخفضة ، وتكرارهم يصل إلى 64 فردا من العينة الإجمالية، وفي نفس السياق مع زيادة في درجة الموافقة نجد نسبة 34.2% من العينة اختارت البديل "موافق بشدة" وعددهم 41 فردا، في حين نلاحظ نسبة 9.2% اختارت البديل "محايد" بتكرار 11 فردا، و 3.3% من العينة اختارت البديل "غير موافق" و عددهم لم يتجاوز 04 فردا. يمكن القول إذن أن غالبية العينة تجد أن البطاقة الذهبية تساعد في تنفيذ العمليات المالية بفعالية عالية و تكلفة منخفضة.

السؤال رقم (06): تسديد الفواتير بواسطة البطاقة الذهبية أسهل من الطرق التقليدية فيما يخص تسديد الفواتير نلاحظ أن نسبة 44.2% من العينة الإجمالية تؤكد على أن تسديد الفواتير بواسطة البطاقة الذهبية أسهل من الطرق التقليدية بتكرار يصل إلى 53 فردا من العينة، وبشكل متقارب جدا نجد 40% من عينة البحث اختارت البديل "موافق بشدة" وعددها 48 فردا، وهو لرقم كبير مقارنة بنسبة

12.5% من العينة اختارت البديل "محايد" وعددها 15 فردا، في حين أن 2.5% من العينة لا تؤيد فكرة سهولة تسديد الفواتير بواسطة البطاقة الذهبية، وعددهم 03 أفراد، وتبقى نسبة ضئيلة جدا ممثلة في 0.8% اختارت البديل "غير موافق بشدة".

نستنتج إذن أن أغلبية عينة الدراسة ترى بأن تسديد الفواتير بواسطة البطاقة الذهبية أسهل من الطرق التقليدية، التي تستهلك وقتا أطول و جهد كبير، على عكس طريقة البطاقة الذهبية التي تقوم بتسديد جميع الفواتير بسهولة تامة وبضغطه زر.

الجدول رقم (2_16): دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الإجابة: حماية مستهلكي الخدمات المالية

رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
01	غير موافق بشدة	02	1.7%	02	غير موافق بشدة	02	1.7%
	غير موافق	04	3.3%		غير موافق	06	05%
	محايد	22	18.3%		محايد	21	17.5%
	موافق	65	54.2%		موافق	71	59.2%
	موافق بشدة	27	22.5%		موافق بشدة	20	16.7%
03	غير موافق بشدة	09	7.5%	04	غير موافق بشدة	03	2.5%
	غير موافق	36	30%		غير موافق	13	10.8%
	محايد	32	26.7%		محايد	31	25.8%
	موافق	35	29.2%		موافق	58	48.3%
	موافق بشدة	08	6.7%		موافق بشدة	15	12.5%
05	غير موافق بشدة	03	2.5%		غير موافق بشدة	02	1.7%

غير موافق	02	1.7%	06	غير موافق	10	8.3%
محايد	03	2.5%		محايد	18	15%
موافق	50	41.7%		موافق	55	45.8%
موافق بشدة	62	51.7%		موافق بشدة	35	30.2%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss و Excel

السؤال رقم (01): تساهم البطاقة الذهبية في خلق الثقة في القطاع المصرفي والمالي من خلال معطيات البحث الميداني، نجد أن نسبة 54.2% من عينة الدراسة ترى بأن البطاقة الذهبية تساهم في خلق الثقة في القطاع المصرفي و المالي بتكرار يصل إلى 65 فردا من أفراد العينة، في المقابل نجد 22.5% من العينة الإجمالية اختارت البديل "موافق بشدة" بتكرار يصل إلى 27 فردا.

أما بالنسبة للبديل "محايد" فقد سجل نسبة 18.3% من العينة بتكرار يصل إلى 22 فردا من العينة الإجمالية، وسجل البديل "غير موافق" نسبة 18.3% من إجمالي العينة بتكرار 22 فردا، في حين نجد نسبة ضئيلة جدا للبديل "غير موافق بشدة" قدرت بـ 1.7% من عينة الدراسة.

نستنتج إذن أن أغلب أفراد العينة ترى بأن البطاقة الذهبية تساهم في خلق الثقة في القطاع المصرفي والمالي، يظهر هذا جليا من خلال عدد مستعملها و الذي يتزايد باستمرار.

السؤال رقم (02): تعمل البطاقة الذهبية على حماية العمليات المالية من خلال معطيات الدراسة الميدانية، يتضح أن 59.2% من إجمالي العينة تقول بأن البطاقة الذهبية تعمل على حماية العمليات المالية، وتكرارها يصب إلى 71 فردا من أصل 120، و في نفس السياق نجد 16.7% من العينة اختارت البديل "موافق بشدة" بتكرار وصل إلى 20 فردا، في حين أن 17.5% من العينة اختارت البديل "محايد" بتكرار لم يتجاوز 21 فردا، أما بنسبة لغير الموافقين فقد توزعت نسبهم كالتالي:

✓ 5% من العينة اختارت البديل "غير موافق" بتكرار يصل إلى 06 أفراد.

✓ 1.7% من العينة اختارت البديل "غير موافق بشدة" بتكرار يصل إلى فردين.

نستنتج إذن أن غالبية عينة الدراسة ترى بأن البطاقة الذهبية تخول لزبائن بريد الجزائر تعاملات مالية محمية من خلال الحماية من القرصنة، وبالتالي يصبح ممكن استخدام البطاقة الذهبية حتى في للدفع الإلكتروني والتسوق عن طريق الأنترنت.

السؤال رقم (03): تتميز الموزعات الآلية للبطاقة الذهبية بقلّة الأعطاب من خلال معطيات البحث الميداني، يتضح أن 30% من عينة الدراسة ترى أن الموزعات الآلية تتميز بالأعطاب، وتكرارهم 36 فردا من عينة البحث، في حين أن 29.2% من العينة ترى بأن الموزعات الآلية للبطاقة الذهبية تتميز بقلّة الأعطاب، و عددهم 35 فردا، في المقابل اختارت نسبة 26.7% من العينة البديل "محايد" بتكرار وصل إلى 32 فردا، و شكل البديل "غير موافق بشدة" و "موافق بشدة" نسباً متقاربة تراوحت بين 6.7% و 7.5%.

يمكن القول إذن أن الموزعات الآلية للبطاقة الذهبية تتميز بقلة الأعطاب، و في حال حدوث عطب يقوم التقنيون بإصلاحه لتلبية احتياجات مستخدمي هذه البطاقة.

السؤال رقم (04): يمكن استرجاع البطاقة الذهبية في حالة ضياعها من خلال معطيات الدراسة الميدانية نلاحظ أن أغلب عينة الدراسة بنسبة 48.3% يرون أنه يمكن استرجاع البطاقة الذهبية في حالة ضياعها، و تكرارهم يقدر بـ 58 فردا من العينة الإجمالية، في نفس الاتجاه نجد 12.5% من العينة اختاروا البديل "موافق بشدة" بتكرار يقدر بـ 15 فردا. في المقابل نجد أن نسبة الرفض و الحياد توزعت كالتالي:

✓ 25.8% من العينة اختارت البديل "محايد"، و عددهم 31 فردا.

✓ 10.8% من العينة اختارت البديل "غير موافق" بتكرار يقدر بـ 13 فردا.

✓ 2.5% من العينة اختارت البديل "غير موافق بشدة" وعددهم 03 أفراد فقط.

يمكن القول إذن أن النسبة الأكبر من العينة الإجمالية تؤكد أنه في حال ضياع البطاقة الذهبية يمكن استرجاعها كباقي الوثائق أو البطائق المعرضة للضياع، مع اختلاف الإجراءات بينها و بين الوثائق الأخرى.

السؤال رقم (05): تساهم البطاقة الذهبية في تقليل الاكتظاظ داخل مكاتب البريد من خلال إجابات المبحوثين، نجد أن الغالبية مثلت نسبة 51.7% من العينة تقر بأن البطاقة الذهبية تساهم في تقليل الاكتظاظ داخل مكاتب البريد، بتكرار يقدر بـ 62 فردا من العينة الكاملة، وبنسبة متقاربة نجد 41.7% من العينة اختارت البديل "موافق" بتكرار يقدر بـ 50 فردا من إجمالي العينة، في حين أن باقي النسب توزعت كالآتي:

✓ 2.5% من العينة بتكرار 03 أفراد اختارت البديل "محايد" و "غير موافق بشدة".

✓ 1.7% من العينة بتكرار فردين اختارت البديل "غير موافق"

السؤال رقم (6): تساهم البطاقة الذهبية في دفع المشتريات عن طريق الأنترنت من خلال إجابات المبحوثين نلاحظ أن 45.8% من العينة ترى بأن البطاقة الذهبية تساهم في دفع المشتريات عن طريق الأنترنت، بتكرار يقدر بـ 55 فردا، وفي نفس التوجه نجد 29.2% من العينة اختارت درجة "موافق بشدة" وعددها 35 فردا، في المقابل نجد نسبة 15% من العينة تمثل الفئة المحايدة و عددها 18 فردا، نسبة 8.3% اختارت البديل "غير موافق" بتكرار يقدر بـ 10 أفراد، وبنسبة 1.7% من العينة اختارت البديل "غير موافق بشدة" بتكرار فردين.

نستنتج إذن أن غالبية العينة ترى بأن البطاقة الذهبية تساهم في دفع المشتريات عن طريق الأنترنت، خصوصا في الآونة الأخيرة مع التزايد المستمر والطلب المتزايد على التسوق الإلكتروني، فقد أصبح من الضروري الحصول على البطاقة الذهبية من أجل تسديد و دفع قيمة المشتريات إلكترونيا.

السؤال رقم (07): تضمن البطاقة الذهبية إجراءات حصول عملائها على حقوقهم في حالة الظلم والشكاوي من خلال إجابات المبحوثين نلاحظ أن نسبة 40.8% من العينة تؤكد أن البطاقة الذهبية تضمن إجراءات حصول عملائها على حقوقهم في حالة الظلم و الشكاوي، بتكرار يصل إلى 49 فردا من إجمالي العينة، في المقابل نجد 38.3% من عينة الدراسة بتكرار يصل إلى 46 فردا اختاروا البديل

"محايد"، وبشكل متساوي تقريبا نجد 10.8% لفئة "موافق بشدة" و 10% لفئة "غير موافق" وعددهم يتراوح ما بين 12 و 13 فردا.

نستنتج إذن أن غالبية العينة ترى بأن البطاقة الذهبية تضمن لمستخدميها حقوقهم في حالة الظلم والشكاوى.

الجدول رقم (2_17): دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الإجابة: التثقيف المالي

رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
01	غير موافق بشدة	02	1.7%	02	غير موافق بشدة	04	3.3%
	غير موافق	05	4.2%		غير موافق	09	7.5%
	محايد	11	9.2%		محايد	15	12.5%
	موافق	58	48.3%		موافق	63	52.5%
	موافق بشدة	39	32.5%		موافق بشدة	29	24.2%
03	غير موافق بشدة	01	0.8%	04	غير موافق بشدة	02	1.7%
	غير موافق	04	3.3%		غير موافق	05	4.2%
	محايد	23	19.2%		محايد	09	7.5%
	موافق	64	53.3%		موافق	64	53.3%
	موافق بشدة	28	23.4%		موافق بشدة	40	33.3%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

السؤال رقم (01): تساهم البطاقة الذهبية في تشجيع وزيادة اقبالهم على استخدام الخدمات المالية في ظل الأزمات فيما يتعلق بمساهمة البطاقة الذهبية في تشجيع وزيادة الإقبال على استخدام الخدمات المالية في ظل الأزمات لاحظنا نسبة 54.2% من العينة الإجمالية اختارت البديل "موافق" بتكرار 65 فردا،

وفي نفس السياق نجد 22.5% من العينة اختارت البديل "موافق بشدة" و عددهم 27 فردا، في المقابل 18.3% من العينة اختارت البديل "محايد" و عددها 22 فردا.

وتبقى نسبة عدم الموافقة موزعة بين 3.3% و 1.7% من العينة الكلية.

يمكن القول إذن أن البطاقة الذهبية فعلا تساهم في تشجيع الزبائن و زيادة إقبالهم على استخدام الخدمات المالية في ظل الأزمات، بحكم سهولة استخدامها و تسهيلاتهما على العملاء خاصة في الوقت الذي أصبح فيه استعمال البطاقة الذهبية من الأشياء المتداولة.

السؤال رقم (02): علمت بوجود البطاقة الذهبية من خلال البريد ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال إجابات المبحوثين يتضح أن نسبة كبيرة من العينة تمثلت في 52.5% تؤكد أنها علمت بوجود البطاقة الذهبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتكرارهم 63 فردا من العينة الإجمالية، في نفس السياق نجد 24.2% من العينة يشاطرونهم نفس الرأي بدرجة موافقة عالية، و عددهم 29 فردا، في المقابل نجد 12.5% من العينة اختارت البديل "محايد" و 7.5% اختارت البديل "غير موافق"، و 3.3% اختارت البديل "غير موافق بشدة".

نستنتج إذن أن غالبية العينة علموا بالبطاقة الذهبية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، و هذا راجع إلى الشهرة و الترويج الذي تتلقاه البطاقة الذهبية على مواقع التواصل الاجتماعي، بحكم أن مستخدميها ينشرون عنها وعن خدماتها بالإضافة إلى صفحات البريد المنتشرة والتي معها أصبح العميل بإمكانه الاطلاع على جميع مستجدات البطاقة الذهبية و خدماتها و عروضها.

السؤال رقم (03): تساهم البطاقة الذهبية في التوعية و تثقيف العملاء وبخاصة غير المستفيدين من الخدمات المالية من خلال معطيات البحث الميداني نلاحظ أن 53.3% من العينة يرون أن البطاقة الذهبية تساهم في توعية و تثقيف العملاء وبخاصة غير المستفيدين من الخدمات المالية، و تكرارهم يمثل 64 فردا من العينة الكلية، في نفس الاتجاه نجد 23.4% من العينة زادت درجة موافقتها على هذه العبارة بتكرار يقدر بـ 28 فردا، في حين أن 19.2% اختارت البديل "محايد" بتكرار يصل إلى 23 فردا، ونجد نسبة 3.3% اختارت البديل "غير موافق"، و 0.8% اختارت البديل "غير موافق بشدة".

نستنتج أن غالبية عينة الدراسة يرون أن البطاقة الذهبية تساهم في عملية التثقيف والتوعية في صفوف العملاء خصوصا الغير مستفيدين من الخدمات المالية من أجل توسيع عملية الشمول المالي لدى المواطن الجزائري.

السؤال رقم (04): تؤدي البطاقة الذهبية إلى زرع الثقافة المالية لدى المجتمع من خلال إجابات المبحوثين يتبين أن 53.3% من العينة الكلية يرون أن البطاقة الذهبية تؤدي إلى زرع الثقافة المالية لدى المجتمع، بتكرار يصل إلى 64 فردا من أفراد العينة، في نفس الاتجاه نجد 33.3% من العينة توافق على هذه العبارة بدرجة موافق بشدة، و تكرارها 40 فردا، في المقابل نجد 7.5% من العينة اختارت البديل "محايد" و عددهم 09 أفراد، أما درجة الرفض توزعت بين 5.4% و 1.7%.

يمكن القول إذن أن استخدام البطاقة الذهبية تؤدي دورها في زرع الثقافة المالية لدى المجتمع بالإضافة إلى ثقافة الوصول إلى التعاملات المالية السهلة والسريعة.

الجدول رقم (2_18) دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الإجابة: تطوير خدمات ومنتجات مالية تلي احتياجات كافة فئات المجتمع.

رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
01	غير موافق بشدة	00	00%	02	غير موافق بشدة	03	2.5%
	غير موافق	02	1.7%		غير موافق	10	8.3%
	محايد	02	1.7%		محايد	14	11.7%
	موافق	63	52.5%		موافق	65	54.2%
	موافق بشدة	53	44.2%		موافق بشدة	28	23.3%
03	غير موافق بشدة	03	2.5%	04	غير موافق بشدة	04	3.3%
	غير موافق	04	3.3%		غير موافق	01	0.8%
	محايد	19	15.8%		محايد	10	8.3%
	موافق	56	46.7%		موافق	75	62.5%
	موافق بشدة	38	31.7%		موافق بشدة	30	25%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel وspss

الجدول رقم (2_19) دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال بدائل الإجابة لسؤال 5 تطوير خدمات ومنتجات مالية تلي احتياجات كافة فئات المجتمع

رقم السؤال	بدائل الإجابة	التكرارات	النسب المئوية
	غير موافق بشدة	02	1.7%
	غير موافق	01	0.8%

محاييد	12	10%
موافق	70	58.3%
موافق بشدة	35	29.2%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Excel و spss

السؤال رقم (01): تعمل البطاقة الذهبية على توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن من خلال معطيات البحث الميداني، نلاحظ أن 52.5% من العينة الكلية ترى بأن البطاقة الذهبية تعمل على توفير الوقت والجهد و المال المخصص لخدمة الزبائن، بتكرار يصل إلى 63 فردا، و بشكل متقارب جدا نجد نسبة 44.2% من العينة توافق على العبارة بدرجة عالية، وعددها 53 فردا، في المقابل نجد نسبة ضئيلة للبديل "محاييد" و "غير موافق".

يمكن القول إذن أن من الامتيازات الأساسية التي تقدمها البطاقة الذهبية للعملاء هي توفير الجهد و المال، إذ أن التحويلات المالية تتم بسهولة أكثر و سرعة أكبر، بالإضافة إلى أن سحب الأموال يتم بسهولة كبيرة عكس استخدام الشيك.

السؤال رقم (02): سهل لك بريد الجزائر المعاملات المالية بنشر وتعميم أجهزة الدفع من خلال الأرقام الظاهرة على الجدول، نلاحظ أن نسبة 54.2% من إجمالي العينة تؤكد بأن بريد الجزائر سهل لها المعاملات المالية بنشر و تعميم أجهزة الدفع، بتكرار يصل إلى 65 فردا، في نفس السياق نجد نسبة 23.3% من العينة اختارت نفس الرأي لكن بدرجة عالية، وعددها 28 فردا، في حين نجد 11.7% اختارت البديل "محاييد"، 8.3% اختارت البديل "غير موافق" و 2.5% اختارت البديل "غير موافق بشدة".

يمكن القول إذن بأن بريد الجزائر، و حسب رأي العينة، يقوم بعملية تسهيل المعاملات المالية من خلال نشر و تعميم أجهزة الدفع، فقد تم تعميم أجهزة الدفع الإلكتروني بكثرة في المحلات التجارية و الصيدليات حتى يتمكن المواطن من تسديد فواتيره بسهولة.

السؤال رقم (03): تساهم البطاقة الذهبية في توفير مجموعة من الخدمات المتوفرة على بعد (بريدي موب) BaridiMob من خلال معطيات البحث الميداني، يتضح أن نسبة 46.7% من العينة ترى بأن البطاقة الذهبية تساهم في توفير مجموعة من الخدمات المتوفرة عن بعد (بريدي موب)، و تكرارها 56 فردا، و بشكل متقارب نجد 31.7% اختارت درجة الموافقة الشديدة بتكرار يقدر بـ 38 فردا من العينة الكلية، في المقابل نجد 15.8% من العينة اختارت البديل "محاييد"، 2.5% اختارت البديل "غير موافق" و "غير موافق بشدة".

نستنتج إذن أن البطاقة الذهبية ساهمت في توفير العديد من الخدمات عن بعد مثل خدمة بريدي موب الذي يخول للعملاء إجراء مجموعة العمليات المالية و الخدمات الإلكترونية عن بعد دون الحاجة للتنقل إلى مركز البريد.

وتتمثل الخدمات والميزات الخاصة ببريدي موب في التسوق من المتاجر، تسديد الفواتير، التحويلات المالية والعديد من الميزات التي توفرها البطاقة الذهبية، وهذا الأمر ينعكس إيجاباً على عملاء وبناء بريد الجزائر من حيث الراحة التي تقدمها.

السؤال رقم (04): شكلت البطاقة الذهبية جسر العبور للجميع من أجل القيام بمختلف عملياتهم المالية، وتسويق منتجاتهم عبر الأنترنت من خلال إجابات المبحوثين، نلاحظ أن 62.5% من العينة ترى بأن البطاقة الذهبية شكلت جسر العبور للجميع من أجل القيام بمختلف عملياتهم المالية و تسويق منتجاتهم عبر الأنترنت، بتكرار يصل إلى 75 فرداً من العينة الإجمالية، في نفس السياق نجد 25 من العينة تجيب بموافقة بشدة و عددهم 30 فرداً، في المقابل نجد 8.3% من العينة اختارت البديل "محايد"، 3.3% اختارت البديل "غير موافق بشدة" و 0.8% من العينة اختارت البديل "غير موافق". نستنتج إذن أن البطاقة الذهبية ساهمت في القيام بمختلف العمليات المالية، بالإضافة إلى تسويق المنتجات عبر المواقع الإلكترونية.

السؤال رقم (05): استخدام البطاقة الذهبية يشجع للقيام بعمليات مصرفية إلكترونية من خلال معطيات البحث الميداني، نلاحظ أن 58.3% من العينة يرون بأن استخدام البطاقة الذهبية يشجع على القيام بعمليات مصرفية إلكترونية، وتكرارها 70 فرداً من أصل 120، في نفس السياق نجد 29.2% من العينة اختارت درجة "موافق بشدة"، في حين أن 10 من العينة اختارت البديل "محايد"، 1.7% من العينة اختارت البديل "غير موافق بشدة" و 0.8% اختارت البديل "غير موافق".

مكن القول إذن أن البطاقة الذهبية مكنت مستخدميها من القيام بمختلف عمليات الدفع الإلكتروني بفضل سهولة استخدامها، إذ أن العميل أصبح يقتني ما يريد و يشتري ما يشاء بضغطة زر واحدة دون الحاجة إلى انتظار وصول المنتج و الدفع بشكل مباشر.

الفرع الثالث: دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

أولاً: استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية

الجدول رقم (20_2) استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1- تستخدم البطاقة في كل المعاملات	3.300	1.041	موافق
2- سهلت البطاقة الذهبية علي القيام بالخدمات المالية التي أريدها.	2.566	1.150	موافق
3- أشعر بالأمان عند استخدام البطاقة الذهبية	2.391	0.900	موافق
4- استخدام البطاقة الذهبية أفضل من الشيك لأنها تمتاز بالسرعة. و قلة التكلفة وتستخدم في بعض المحلات	2.541	1.003	موافق

5- تقدم البطاقة الذهبية خدمات مناسبة لاحتياجاتي	2.500	0.943	موافق
6- ساعدتني البطاقة الذهبية في القيام بعملية السحب والدفع والتحويل في أي وقت وفي أي مكان	2.716	1.070	موافق
7- يمكنني سحب اموالي ليلا بفضل البطاقة الذهبية، وهي خدمة لم تكن موجودة من قبل	2.500	1.130	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال إجابات المبحوثين و مخرجات SPSS نقوم بتحليل عبارات الاستبيان كما يلي:

العبارة الأولى: تعتبر عينة الدراسة أنها تستخدم البطاقة الذهبية في جل المعاملات، حيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 1.041 و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 3.30 وهو ينتهي إلى المجال (3.30-3.41) أي موافق، مما يدل على درجة تأييد عالية.

العبارة الثانية: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية سهلت عليها القيام بالخدمات المالية التي تريدها، حيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 1.150 و المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد يساوي 2.56 وهو ينتهي إلى المجال (2.56-4.20) أي موافق، مما يدل على درجة تأييد عالية.

العبارة الثالثة: تعتبر عينة الدراسة أنها تشعر بالأمان عند استخدام البطاقة الذهبية، حيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 0.900 و المتوسط الحسابي لإجابات الأفراد يساوي 2.50 وهو ينتهي إلى المجال (3.40-4.20) أي موافق، مما يدل على درجة تأييد عالية.

العبارة الرابعة: تعتبر عينة الدراسة أن استخدام البطاقة الذهبية أفضل من الشيك لأنها تمتاز بالسرعة وقلة التكلفة، حيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 1.003 و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين 2.54، وهو ينتهي إلى المجال (2-3.00) أي موافق، مما يدل على درجة تأييد عالية.

العبارة الخامسة: تعتبر عينة الدراسة أن خدمات البطاقة الذهبية ملائمة لاحتياجاتها، حيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 0.944 و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 2.50 وهو ينتهي إلى المجال (4.20-2.50) أي موافق، مما يدل على درجة تأييد عالية.

العبارة السادسة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية ساعدتها في القيام بعملية السحب والدفع والتحويل في أي وقت وفي أي مكان، حيث أن قيمة الانحراف المعياري يساوي 1.070، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.71، وهو ينتهي إلى المجال (3.40-2) أي موافق، مما يدل على درجة تأييد عالية.

العبارة السابعة: تعتبر عينة الدراسة أنها يمكنها سحب الأموال ليلا بفضل البطاقة الذهبية، وهي خدمة لم تكن موجودة من قبل، حيث أن قيمة الانحراف المعياري يساوي 1.130، والمتوسط الحسابي لإجابات الأفراد يساوي 2.500، أي موافق مما يشير إلى درجة موافقة عالية.

ثانيا: دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف

الجدول رقم (2_21) دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لسهولة الوصول للخدمة

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1- توجد فروع كافية لمؤسسة بريد الجزائر تسمح بالوصول للخدمات المالية للبطاقة الذهبية	2.616	1.014	موافق
2- توجد صرافات آلية كافية تسمح بالوصول للخدمات لبريد الجزائر والبنوك	2.933	4.797	موافق
3- يمكنني الحصول على البطاقة الذهبية بكل سهولة من خلال بريد الجزائر	3.725	1.115	موافق
4- لا أجد صعوبة في استعمال البطاقة الذهبية	2.233	0.932	موافق
5- تساعد البطاقة الذهبية في تنفيذ العمليات المالية، بفعالية عالية وتكلفة منخفضة	3.633	1.454	موافق
6- تسديد الفواتير بواسطة البطاقة الذهبية أسهل من الطرق التقليدية.	2.958	1.239	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

وفيما يلي سنقوم بتحليل العبارات من خلال الاعتماد على بيانات الوصول إلى الخدمة ومخرجات برنامج SPSS.

العبارة الأولى: تعتبر عينة الدراسة أنه توجد فروع كافية لمؤسسة بريد الجزائر تسمح بالوصول للخدمات المالية للبطاقة الذهبية، حيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 1.014، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.61، أي موافق مما يدل على درجة تأييد عالية.

العبارة الثانية: تعتبر عينة الدراسة أنه توجد صرافات آلية كافية تسمح بالوصول للخدمات لبريد الجزائر والبنوك، بحيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 4.797، والمتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة يساوي 2.93 وهو ينتمي إلى المجال (3.40-4.19) أي موافق، مما يدل على درجة موافق عالية.

العبارة الثالثة: تعتبر عينة الدراسة أنها يمكنها الحصول على البطاقة الذهبية بكل سهولة من خلال بريد الجزائر، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.115، والمتوسط الحسابي لإجابات الأفراد يساوي 3.72، وهو ينتمي إلى المجال (3.40-4.19)، أي موافق، مما يدل على درجة موافقة عالية.

العبارة الرابعة: تعتبر عينة الدراسة أنها لا تجد صعوبة في استعمال البطاقة الذهبية، حيث أن الانحراف المعياري يساوي 0.932، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.233، أي موافق، مما يدل على درجة موافقة عالية.

العبارة الخامسة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تساعد في تنفيذ العمليات المالية، بفعالية عالية وتكلفة منخفضة، حيث أن الانحراف المعياري يساوي 1.454، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 3.63، وهو ينتهي إلى المجال بين (3.40-4.19) أي موافق، مما يدل على درجة موافقة عالية.

العبارة السادسة: تعتبر عينة الدراسة أن تسديد الفواتير بواسطة البطاقة الذهبية أسهل من الطرق التقليدية، حيث أن قيمة الانحراف المعياري يساوي 1.239، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.958، والاتجاه العام موافق، مما يشير إلى درجة تأييد عالية.

الجدول رقم (2_22) دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لحماية مستهلكي الخدمات المالية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1-تساهم البطاقة الذهبية في خلق الثقة في القطاع المصرفي والمالي.	3.433	4.804	موافق
2-تعمل البطاقة الذهبية على حماية العمليات المالية	2.700	1.156	موافق
3-تتميز الموزعات الآلية للبطاقة الذهبية بقلّة الأعطاب	2.700	1.096	موافق
4-يمكن استرجاع البطاقة الذهبية في حالة ضياعها	2.425	1.042	موافق
5-تساهم البطاقة الذهبية في تقليل الاكتظاظ داخل مكاتب البريد	2.866	0.709	محايد
6-تساهم البطاقة الذهبية في دفع المشتريات عن طريق الأنترنت	2.841	1.012	موافق
7-تضمن البطاقة الذهبية اجراءات حصول عملائها على حقوقهم في حالة الظلم والشكاوي	2.758	1.037	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

وفيما يلي سنقوم بتحليل العبارات من خلال الاعتماد على بيانات حماية مستهلكي الخدمات المالية ومخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول يتم توضيح رأي أفراد عينة الدراسة في مدى مساهمة البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال حماية مستهلكي الخدمات المالية، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

العبارة الأولى: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تساهم في خلق الثقة في القطاع المصرفي والمالي، حيث أن قيمة الانحراف المعياري تساوي 4.804، و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 3.433، وهو ينتهي إلى المجال (3.40-4.19) أي موافق، مما يؤكد على درجة تأييد عالية.

العبارة الثانية: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تعمل على حماية العمليات المالية، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.156، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.70، مما يدل على درجة موافقة منخفضة.

العبارة الثالثة: تعتبر عينة الدراسة أن الموزعات الآلية للبطاقة الذهبية تتميز بقلة الأعطاب، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.096، و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 2.700، و هو ينتمي إلى المجال (2.60-3.39) أي محايد.

العبارة الرابعة: تعتبر عينة الدراسة أنه يمكن استرجاع البطاقة الذهبية في حالة ضياعها، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.042، و المتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.425.

العبارة الخامسة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تساهم في تقليل الاكتظاظ داخل مكاتب البريد، حيث يساوي الانحراف المعياري 0.709، و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 2.866.

العبارة السادسة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تساهم في دفع المشتريات عن طريق الأنترنت، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.012، و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 2.841.

العبارة السابعة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تضمن اجراءات حصول عملائها على حقوقهم في حالة الظلم والشكاوي، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.037، و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين 2.758.

الجدول (23_2) دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لتثقيف المالي

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1-تساهم البطاقة الذهبية في تشجيع وزيادة اقبالهم على استخدام الخدمات المالية في ظل الأزمات	3.633	1.454	موافق
2- علمت بوجود البطاقة الذهبية من خلال البريد ومواقع التواصل الاجتماعي	2.425	1.042	موافق
3-تساهم البطاقة الذهبية في التوعية وتثقيف العملاء وبخاصة غير المستفيدين من الخدمات المالية	2.866	0.709	محايد
4-تؤدي البطاقة الذهبية إلى زرع الثقافة المالية لدى المجتمع.	2.800	1.420	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول سيتم توضيح رأي أفراد عينة الدراسة لمدى مساهمة البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال التثقيف المالي. ومن خلال بيانات مساهمة البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال التثقيف المالي ومخرجات البرنامج الإحصائي نقوم بتحليل عبارات الاستبيان كما يلي:

العبارة الأولى: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تساهم في تشجيع وزيادة اقبالهم على استخدام الخدمات المالية في ظل الأزمات، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.454، و المتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 3.633، وهو ينتمي إلى المجال (3.40-4.19) أي موافق، مما يدل على درجة موافقة عالية.

العبارة الثانية: تعتبر عينة الدراسة أنها علمت بوجود البطاقة الذهبية من خلال البريد ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.042، والمتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 2.425. العبارة الثالثة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تساهم في التوعية وثقيف العملاء وبخاصة غير المستفيدين من الخدمات المالية، حيث أن الانحراف المعياري يساوي 0.709 والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.866.

العبارة الرابعة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تؤدي إلى زرع الثقافة المالية لدى المجتمع، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.420، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.800. الجدول رقم (2_24) دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال المتوسطات الحسابية والانحراف لتطوير خدمات ومنتجات مالية تلبى احتياجات كافة فئات المجتمع.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1- تعمل البطاقة الذهبية على توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن	2.758	1.037	موافق
2- سهل لك بريد الجزائر المعاملات المالية بنشر وتعميم أجهزة الدفع	2.700	1.096	موافق
3- تساهم البطاقة الذهبية في توفير مجموعة من الخدمات المتوفرة على بعد (بريدي موب) BaridiMob.	2.425	1.042	موافق
4- شكلت البطاقة الذهبية جسر العبور للجميع من أجل القيام بمختلف عملياتهم المالية، وتسويق منتجاتهم عبر الأنترنت	2.700	1.156	موافق
5- استخدام البطاقة الذهبية يشجع للقيام بعمليات مصرفية إلكترونية.	2.425	1.042	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتم توضيح رأي أفراد عينة البحث في مساهمة البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبى احتياجات كافة فئات المجتمع، عن طريق استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

العبارة الأولى: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تعمل على توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.037، و المتوسط الحسابي لإجابات العينة يساوي 2.758.

العبارة الثانية: تعتبر عينة الدراسة أن سهل لك بريد الجزائر المعاملات المالية بنشر وتعميم أجهزة الدفع، حيث يساوي الانحراف المعياري 1.096، والمتوسط الحسابي لإجابات العينة 2.70.

العبارة الثالثة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية تساهم في توفير مجموعة من الخدمات المتوفرة على بعد (بريدي موب) BaridiMob، حيث أن الانحراف المعياري 1.042 و المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين يساوي 2.425.

العبارة الرابعة: تعتبر عينة الدراسة أن البطاقة الذهبية شكلت جسر العبور للجميع من أجل القيام بمختلف عملياتهم المالية، وتسويق منتجاتهم عبر الأنترنت، حيث تساوي قيمة الانحراف المعياري 1.156، والمتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين 2.700.

العبارة الخامسة: تعتبر عينة الدراسة أن استخدام البطاقة الذهبية يشجع للقيام بعمليات مصرفية إلكترونية، حيث تساوي قيمة الانحراف المعياري 1.042، والمتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين تساوي 2.425.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات ومناقشتها

سنقوم في هذا المطلب باختبار الفرضيات ومناقشتها

الفرع الأول: اختبار فرضيات الدراسة

اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: تتلقى البطاقة الذهبية لبريد الجزائر قبولاً عند مستخدميها وذلك لمميزاتها العديدة: من خلال إجابات أفراد العينة في المحور الثاني المتعلق باستخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية فإن الاتجاه العام كان موافق، كما أن مجموع قيم الانحراف المعياري يساوي 1.033 و المتوسط الحسابي لكل العبارات يساوي 2.640 مما يدل على إيجابية هذه العبارات، و كذلك تظهر نتائج جميع عبارات المحور الثاني قيم معامل الارتباط و الانحدار المتعدد و ذلك لاختبار وجود علاقة بين البطاقة الذهبية و مستخدميها، و توضح النتائج المتحصل عليها من مخرجات برنامج spss أن معامل الارتباط يساوي 0.41 عند مستوى 0.01 مما يدل على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01 بين البطاقة الذهبية لبريد الجزائر و مستخدميها.

من خلال ما تم عرضه، تم تأكيد الفرضية الأولى القائلة بأن البطاقة الذهبية تتلقى قبولاً عند مستخدميها و ذلك لمميزاتها العديدة.

الفرضية الثانية: تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز أبعاد الشمول المالي .

✓ تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال سهولة الوصول للخدمة

من خلال إجابات أفراد العينة والمتعلقة بدور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال سهولة الوصول للخدمة فإن الاتجاه العام كان موافقاً مما يدل على إيجابية هذه العبارات لذلك البطاقة الذهبية تساهم في تعزيز الشمول المالي.

✓ تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال حماية مستخدمي الخدمات المالية

من خلال إجابات أفراد العينة والمتعلقة بدور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال حماية مستخدمي الخدمات المالية فإن الاتجاه العام كان موافق، كما أن قيمة الانحراف المعياري لكل

العبارات يساوي 1.757 و المتوسط الحسابي لكل العبارات يساوي 3.016 مما يدل على إيجابية هذه العبارات، وكذلك تظهر نتائج عبارات المحور الثاني قيم معامل الارتباط و ذلك لاختبار وجود علاقة بين البطاقة الذهبية وحماية مستهلكي الخدمات المالية و توضح النتائج المتحصل عليها من مخرجات SPSS أن معامل الارتباط يساوي 0.424 عند مستوى الدلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 وأن البطاقة الذهبية تساهم في تعزيز الشمول المالي من خلال حماية مستهلكي الخدمات المالية.

✓ تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال التثقيف المالي

من خلال إجابات أفراد العينة في المحور الثالث و المتعلقة بدور البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال التثقيف المالي فإن الاتجاه العام كان موافق، كما أن قيمة الانحراف المعياري لكل العبارات تساوي 1.550 المتوسط الحسابي يساوي 2.816 مما يدل على إيجابية هذه العبارات، وكذلك تظهر نتائج عبارات المحور الثالث قيم معامل الارتباط لاختبار وجود علاقة بين البطاقة الذهبية و التثقيف المالي، و توضح النتائج المتوصل إليها أن معامل الارتباط يساوي 0.25 عند مستوى الدلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01 و أن البطاقة الذهبية تساهم في تعزيز الشمول المالي من خلال التثقيف المالي.

✓ تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال تطوير خدمات ومنتجات مالية تلي

احتياجات كافة المجتمع. من خلال إجابات أفراد العينة في المحور الثالث و المتعلقة بدور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال تطوير خدمات و منتجات مالية تلي احتياجات كافة فئات المجتمع فإن الاتجاه العام كان موافق، كما أن قيمة الانحراف المعياري لكل العبارات يساوي 1.156 و المتوسط الحسابي لكل العبارات يساوي 0.624 مما يدل على إيجابية هذه العبارات، وكذلك تظهر نتائج عبارات المحور الثالث قيم معامل الارتباط لاختبار وجود علاقة بين البطاقة الذهبية و تطوير خدمات مالية تلي احتياجات كافة فئات المجتمع، وتوضح النتائج المتحصل عليها أن معامل الارتباط يساوي 0.327 عند مستوى الدلالة 0.01 مما يدل على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01. وأن البطاقة الذهبية ساهمت في تعزيز الشمول المالي من خلال تطوير خدمات ومنتجات مالية تلي احتياجات كافة فئات المجتمع.

الفرع الثاني: مناقشة النتائج

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها نجد هناك: هناك قبول للبطاقة الذهبية من طرف زبائن وموظفي بريد الجزائر وذلك لمميزاتها؛ هناك دور للبطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي من خلال أبعاد الشمول المالي.

خلاصة الفصل:

- ✓ تم التطرق الى التعريف ببريد الجزائر والبطاقة الذهبية؛
- ✓ تضمن هذا الفصل الدراسة الميدانية، حيث تم التطرق فيه إلى عرض النتائج الدراسة الميدانية، حيث اقتصر على 120 استبيان لصالح التحليل الاحصائي من خلال زبائن وموظفي بريد الجزائر؛
- ✓ تم القيام بتفريغ الاستمارات الكترونيا باستخدام برنامج spss والاستعانة ببرنامج Excel من أجل اختبار فرضيات الدراسة؛
- ✓ تم تفسير ومناقشة نتائج الاستبيان، وذلك بغية الاجابة على فرضيات الدراسة.

الخاتمة العامة

لقد أدت التطورات المتسارعة في مجالات الاتصالات والانترنت والمعلومات إلى ظهور معالم بيئة اقتصادية جديدة تركز على المعاملات الإلكترونية. ويعتبر القطاع المصرفي قطاع حساس لكل التطورات الجارية في باقي القطاعات، حيث أنه كان ملزماً بمسايرة هذا التطور من خلال تقديم خدمات مصرفية تستند على الاستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة، وقد ساهمت هذه الوسائل الإلكترونية في توسع رقعة الشمول المالي في العالم ككل بما يحقق الاستقرار المالي وتطور الأعمال التجارية إضافة إلى تطوير الادخار وتسهيل الوصول إلى الائتمان ورفع مستويات النزاهة المالية بما يحد من عمليات غسيل الأموال، وكانت الجزائر من الدول التي أطلقت وسائل دفع الكترونية بغية إدماج الأفراد داخل النظام المالي والمساهمة في حصول المواطنين على خدمات مالية متنوعة معالجة بطريقة الكترونية والاستفادة من الأموال خارج القطاع المصرفي وجذبها داخله.

مما أوجب على بريد الجزائر تسريع التحول باتجاه تكنولوجيا في الدفع الإلكتروني، وهذا تجلى من خلال الدفع الإلكتروني بواسطة البطاقة الذهبية وتعميم استخدامها في المؤسسات المالية بما تلائم احتياجات وطلبات عملائها ومحاولة إيصالها إلى كافة فئات المجتمع وبذلك قد نكون عززنا الشمول المالي بتطبيق هذه الوسائل.

❖ نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

بالنسبة للفرضية الأولى: هناك علاقة بين البطاقة الذهبية ومستخدميها، تم قبولها وذلك لمميزاتها العديدة.

بالنسبة للفرضية الثانية: تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز أبعاد الشمول المالي تم تأكيدها من خلال:

- ✓ البطاقة الذهبية تساهم في تعزيز الشمول المالي من خلال سهولة الوصول للخدمة.
- ✓ البطاقة الذهبية تساهم في تعزيز الشمول المالي من خلال حماية مستهلكي الخدمات المالية.
- ✓ البطاقة الذهبية تساهم في تعزيز الشمول المالي من خلال التثقيف المالي.
- ✓ البطاقة الذهبية تساهم في تعزيز الشمول المالي من خلال تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة المجتمع.

❖ نتائج الدراسة:

تم التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن ذكرها في النقاط التالية:

- ✓ سهلت البطاقة الذهبية القيام بالخدمات المالية لعملائها؛
- ✓ تساهم البطاقة الذهبية في تعزيز الشمول المالي من خلال الخدمات والمزايا التي تقدمها لزملائها؛

- ✓ توفر البطاقة الذهبية العديد من المزايا، و يمكن استخدامها في الصرافات البنكية، مما يزيد في زيادة فرص الحصول على الأموال في أي مكان وفي أي وقت؛
- ✓ أظهرت الدراسة أن أغلب المتعاملين بالبطاقة الذهبية لبريد الجزائر بالوادي اناث؛
- ✓ أغلب المتعاملين بالبطاقة الذهبية هم من الموظفين بالقطاع العام؛
- ✓ معظم المالكين للبطاقة الذهبية بمستوى جامعي وهذا راجع لمواكبتهم للتكنولوجيا؛
- ✓ تمتاز مؤسسة بريد الجزائر بسرية المعلومات مما يزيد في ثقة وكسب الزبائن ؛
- ✓ يحقق الشمول المالي متطلبات معايير النشاط المصرفي؛
- ✓ يساهم استخدام الخدمات الإلكترونية التي توفرها البطاقة الذهبية كالدفع الإلكتروني للمشتريات وفواتير الخدمات في تقليل مخاطر تداول النقود؛
- ✓ تقليل الاكتظاظ داخل مكاتب البريد من خلال استعمال البطاقة الذهبية؛

❖ التوصيات والمقترحات:

- تتمتع لدراستنا هذه حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي من خلال البطاقة الذهبية، نورد بعض التوصيات التالية:
- ✓ استمرار بريد الجزائر في تشجيع أجهزة الدفع الإلكتروني من خلال البطاقة الذهبية وأجهزة الدفع الإلكتروني في جميع المحلات؛
- ✓ زرع الثقافة البريدية من خلال توعية المواطنين بالقيام بجميع الخدمات وذلك في منازلهم من أجل تقليل الوقت والجهد؛
- ✓ العمل على توفير السيولة بالصرافات الآلية والعمل على صيانتها من أجل الحفاظ على الزبائن المتعاملين وكسب الجدد؛
- ✓ العمل على تحسين شبكة البريدية والتقليل من الأعطال.

❖ آفاق الدراسة:

- من خلال دراستنا لموضوع وسائل الدفع الإلكتروني والبطاقة الذهبية والشمول المالي تبادر إلى أذهاننا العديد من الإشكاليات والمواضيع التي تكون بمثابة أرضية بحث في المستقبل ومن بين هذه المواضيع نذكر:
- ✓ أثر التثقيف المالي على الشمول المال؛
- ✓ قياس جودة خدمات بريد الجزائر ومقارنتها بالخدمة المصرفية الإلكترونية؛
- ✓ دور خدمات البطاقة الذهبية في تحقيق الميزة التنافسية للخدمة البريدية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

❖ الكتب:

1. منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.

❖ البحوث الجامعية:

1. بن رجدال جوهر، الانترنت والتجارة الإلكترونية، حالة استيراد الكتاب في جامعة سعد دحلب، البليدة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم تسيير، الجزائر، 2002.

❖ الجرائد والمجلات العامة:

2. ابتسام علي حسين، وأخريات، دور تكنولوجيا المعلومات المالية في تعزيز الشمول المالي في ظل اقتصاد المعرفة، دراسة استطلاعية في مصرف النهرين الاسلامي، كلية التقنية الادارية، بغداد، 2020.
3. أسماء كرغلي، عبد الله بلوناس، الدفع الإلكتروني كحل للتقليل من أزمة السيولة النقدية في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 02، 2021.
4. أم الخير قوق، حنان طاهري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة القانونية والاجتماعية، المجلد 07، الأغواط، الجزائر، 2022.
5. جواد أشرف، حسن محمد، أنظمة الدفع الإلكترونية وطرق حمايتها، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد 02، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، 2014.
6. دعبوز سعاد، دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة، مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية العدد 06، 2021.
7. رايح حمدي باشا، عبد الرحيم، تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية، مجلة علوم اقتصاد والتسيير والتجارة، المجلد 15، العدد 04، تمنراست، الجزائر، 2011.
8. سمية عباس، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري، الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الانسانية، العدد 06، الجزائر، ديسمبر، 2016.
9. عبد الرحيم وهيبة، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة اقتصاد الجديد العدد 02، تمنراست الجزائر، 2020.

10. عبد العزيز صحراوي، فائزة لعراف، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا، بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية لبريد الجزائري نموذجاً، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المجلد 13 العدد 03، 2020.
11. عبد العزيز صحراوي، لعراف فائزة، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا، بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد، 03.
12. عريوة محاد، محمد خاوي، واقع وسائل الدفع الإلكترونية في نظام البنك الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 04، المسيلة الجزائر، 2017.
13. عزاوي أسامة، رفاع توفيق، تعزيز الشمول المالي كآلية في تحقيق الاستقرار المالي، دراسة حالة دول العالم العربي، مجلة العلوم التجارية والتسيير جامعة الجزائر، المجلد 17، 2021.
14. كاظم جواد الشمري، تحليل العلاقة بين الشمول المالي والاستقرار المصرفي (دراسة تطبيقية في العراق للمدة 2010-2016)، جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم العلوم المالية والمصرفية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 16، العدد 63.
15. لعلاوي نواري، حماني عبد الرؤوف، مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر أنموذجاً، مجلة المشكاة في الاقتصاد التنموية والقانون، المجلد 05، العدد 12، السنة 2020.
16. محمد نعمة الزبيدي، حنان محمد خضير، الشمول المالي والاستثمارات الأجنبية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، العراق، سبتمبر، 2021.
17. محمد نعمة الزبيدي، حنان محمد خضير، مقال بعنوان الشمول المالي والاستثمارات الأجنبية المباشرة، المعوقات والحلول، المجلد 2618، رقم 3، 2021.
18. مريم كردوسي، أمال براهيمية، بعنوان وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وأهميتها في تعزيز الشمول المالي في البنوك الجزائرية، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 11 العدد 02 السنة 2022.
19. مصطفى محمد وآخرون، أثر تقديم المنتجات المصرفية الإلكترونية على مؤشرات الشمول المالي في ظل جائحة كوفيد 19 لفترة 2010/2020، مجلة كلية التراث الجامعية، العراق.

20. مصطفى محمد وآخرون، أثر تقديم المنتجات المصرفية الإلكترونية على مؤشرات الشمول المالي في ظل جائحة كورونا، مجلة التراث، الجامعة التقنية الوسطى العراق، العدد 34، 2022.
21. مصطفى نزار ياس، عروبة رشيد، مؤشرات الشمول المالي وأثرها على الأداء المالي، التكنولوجيا المصرفية، دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي العراقي، 2015-2020، كلية الادارة والاقتصاد، قسم ادارة الاعمال، جامعة البصرة، العدد 17، 2022.
22. معمري نارجس، أوكيل حميدة، الشمول المالي في الجزائر_الواقع والتحديات، مجلة القسطين للعلوم الادارية والاقتصادية والمالية، جامعة الجزائر المجلد الأول العدد الاول، ديسمبر 2019.

❖ التقارير

1. صندوق النقد العربي، نشرة تعريفية حول مفاهيم الشمول المالي، فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي، أبوظبي، الامارات العربية المتحدة، 2017.
2. صندوق النقد الدولي، مستجدات منطقة الشرق الأوسط وآسيا الوسطى، تقرير آفاق الاقتصاد الإقليمي، 2017.

❖ الانترنت:

<https://www.mpt.gov.dz/ar>

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Abderrahim leila, beldjilali fatiha, the reality of financial inclusion in the arab countries and the role of financial technology in promoting it country experiences, journal of research in finance and accounting vol 07, n 01, 2022 .
2. Asmaa A, al samjrae, zahraa, a al nuaimi, financial derth and its impact on financial inclusion by applying to traqand egypt, tanmiyay al, rafridaim, vol, 41, no, 135 sep, 2022, 144.
3. In the city of setif a survey , economic research review, vol, g n01, 2020p:135 Babas mounira, fali nabila, the reality of Financial inclusion indication
4. Salaheddine cheriet , hadjira ghanem, the role of electronic payment systems in the development of the algerian banking system, lktissadia vol08n 02, 2018.

5. Tahraoui khadidja, financial inclusion during covid 19 in algeria, relality and challenges, v18 ,n02,december2022.
6. VICTOR DEL ROSAL.NATIONAL COLLEGE OF IRELAND.ELCTRONIC PAYMENT SYSTEM. EFFECT ON FINANIAL.NIGIRIA;4 MAY ; 2022
7. MOHAMMED ASIF; THE IMÄCT OF FINATECH AND DIGITAL; FINANCIL SERVICES ON FINANCILA INCLUSION IN INDIA; JOURNAL OF RISK AND FINANCIAL MANAGEMENT; 2023.

الملاحق

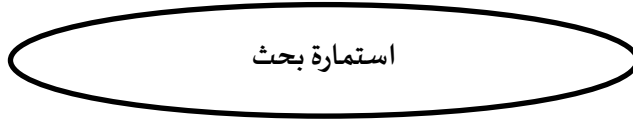
الملحق 01: قائمة أسماء الأساتذة المحكمين لأداة الدراسة (الاستبيان)

قائمة الأساتذة المحكمين:

حبيب كريمة جامعة الوادي
حميداتو محمد الناصر جامعة الوادي
رحماني موسى جامعة بسكرة
قعيد براهيم جامعة الوادي

الملحق 02: أداة الدراسة الإستبانة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حمه لخضر
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي



أخي أختي:

يطيب لي أن أضع بين أيديكم استبيان في إطار إعداد بحث علمي لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد بنكي ونقدي حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي في الجزائر – البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجاً ولاية الوادي –

أمل التكرم، بتعبئة كافة محاور هذا الاستبيان وذلك بوضع (x) أمام كل عبارة في الحقل الذي تراه مناسباً، علماً أن مساهمتك في تعبئة الاستبيان بدقة وموضوعية سيكون لها أثر كبير في الحصول على نتائج ايجابية، كما أن الإجابات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي فقط شاكرين لكم تعاونكم معنا.

إشراف الأستاذة:

حبيب كريمة

من إعداد الطالبات:

بن مصباح فاطمة

موفق نجمة

وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

المحور الأول: المعلومات الشخصية:

يهدف هذا القسم الى التعرف على المعلومات الشخصية والوظيفية لكل من عمال بريد الجزائر وزبائن بريد الجزائر وذلك بغرض تحليل وتفسير بعض النتائج بعد ذلك، ولهذا نرجو منكم وضع علامة (x) في المربع المناسب لاختياراتكم.

1 الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى	2 العمر ☐ أقل من 20 ☐ من 20 إلى 30 ☐ من 30 إلى 40 ☐ من 40 إلى 50 ☐ 50 فما فوق
3 الحالة الاجتماعية: ☐ أعزب ☐ متزوج ☐ أخرى	4 الوظيفة ☐ القطاع العام ☐ القطاع الخاص ☐ متقاعد ☐ أعمال حرة ☐ مهنة أخرى
5 المستوى التعليمي ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ تكوين مهني ☐ جامعي	6 المدة لاستعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر ☐ من 1 سنة إلى 3 سنوات ☐ من 3 سنوات إلى 5 سنوات ☐ أكثر من 5 سنوات

المحور الثاني: استخدامات زبائن بريد الجزائر للبطاقة الذهبية

الرقم	العبارة	1	2	3	4	5
		غير موافق بشدة	موافق	غير موافق	محايد	غير موافق بشدة
1	تستخدم البطاقة الذهبية في جل المعاملات.					

2	سهلت البطاقة الذهبية علي القيام بالخدمات المالية التي اريدها.				
3	اشعر بالأمان عند استخدام البطاقة الذهبية.				
4	استخدام البطاقة الذهبية أفضل من الشيك لأنها تمتاز بالسرعة. وقللة التكلفة وتستخدم في بعض المحلات.				
5	زاد استخدامي للبطاقة الذهبية في خلال فترة كورونا.				
6	تقدم البطاقة الذهبية خدمات مناسبة لاحتياجاتي.				
7	ساعدتني البطاقة الذهبية في القيام بعملية السحب والدفع والتحويل في أي وقت وفي أي مكان.				
8	يمكنني سحب اموالي ليلا بفضل البطاقة الذهبية، وهي خدمة لم تكن موجودة من قبل.				

المحور الثالث: دور البطاقة الذهبية لبريد الجزائر في تعزيز الشمول المالي.

الرقم	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة
أولاً: سهولة الوصول للخدمة					
1	توجد فروع كافية لمؤسسة بريد الجزائر تسمح بالوصول للخدمات المالية للبطاقة الذهبية.				
2	توجد صرافات آلية كافية تسمح بالوصول للخدمات لبريد الجزائر والبنوك.				
3	يمكنني الحصول علي البطاقة الذهبية بكل سهولة من خلال بريد الجزائر.				
4	لا اجد صعوبة في استعمال البطاقة الذهبية.				
5	تساعد البطاقة الذهبية في تنفيذ العمليات المالية، بفعالية عالية وتكلفة منخفضة.				
6	تسديد الفواتير بواسطة البطاقة الذهبية اسهل				

					من الطرق التقليدية.	
ثانيا: من خلال حماية مستهلكي الخدمات المالية						
					7 تساهم البطاقة الذهبية في خلق الثقة في القطاع المصرفي والمالي.	
					8 تعمل البطاقة الذهبية على حماية العمليات المالية.	
					9 تتميز الموزعات الآلية للبطاقة الذهبية بقلة الأعطاب.	
					10 يمكن استرجاع البطاقة الذهبية في حالة ضياعها.	
					11 تساهم البطاقة الذهبية في تقليل الاكتظاظ داخل مكاتب البريد	
					12 تساهم البطاقة الذهبية في دفع المشتريات عن طريق الأنترنت.	
					13 تضمن البطاقة الذهبية اجراءات حصول عملائها على حقوقهم في حالة الظلم والشكاوي.	
ثالثا: من خلال التثقيف المالي.						
					14 تساهم البطاقة الذهبية في تشجيع وزيادة اقبالهم على استخدام الخدمات المالية في ظل الأزمات.	
					15 علمت بوجود البطاقة الذهبية من خلال البريد ومواقع التواصل الاجتماعي.	
					16 تساهم البطاقة الذهبية في التوعية وتثقيف العملاء وبخاصة غير المستفيدين من الخدمات المالية.	
					17 تؤدي البطاقة الذهبية إلى زرع الثقافة المالية لدى المجتمع.	
رابعا: من خلال تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة فئات المجتمع.						
					18 تعمل البطاقة الذهبية على توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن.	
					19 سهل لك بريد الجزائر المعاملات المالية بنشر	

					وتعميم أجهزة الدفع .	
20					تساهم البطاقة الذهبية في توفير مجموعة من الخدمات المتوفرة على بعد (بريدي موب) BaridiMob.	
21					شكلت البطاقة الذهبية جسر العبور للجميع من أجل القيام بمختلف عملياتهم المالية، وتسويق منتجاتهم عبر الأنترنت.	
22					استخدام البطاقة الذهبية يشجع للقيام بعمليات مصرفية إلكترونية.	

الملحق 03: مخرجات spss

Statistics								
		14ع	15ع	16ع	17ع	18ع	19ع	20ع
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	20	20	20	20	20	20	20
	Mean	3.4333	2.7000	2.7000	2.4250	2.8667	2.8417	2.7583
	Median	2.5000	2.0000	2.0000	2.0000	3.0000	2.0000	2.0000
	Std. Deviation	4.80499	1.15664	1.09698	1.04248	.70928	1.01249	1.03709

14ع				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	6	4.3	5.0
	موافق	54	38.6	45.0
	محايد	23	16.4	19.2
	غير موافق	24	17.1	20.0
	غير موافق بشدة	11	7.9	9.2
	35.00	1	.7	.8
	43.00	1	.7	.8
	Total	120	85.7	100.0
Missing	System	20	14.3	
	Total	140	100.0	

15ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	7	5.0	5.8	5.8
	موافق	66	47.1	55.0	60.8
	محايد	19	13.6	15.8	76.7
	غير موافق	12	8.6	10.0	86.7
	غير موافق بشدة	16	11.4	13.3	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

16ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	6	4.3	5.0	5.0
	موافق	66	47.1	55.0	60.0
	محايد	17	12.1	14.2	74.2
	غير موافق	20	14.3	16.7	90.8
	غير موافق بشدة	11	7.9	9.2	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

17ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	10	7.1	8.3	8.3
	موافق	80	57.1	66.7	75.0
	محايد	8	5.7	6.7	81.7
	غير موافق	13	9.3	10.8	92.5
	غير موافق بشدة	9	6.4	7.5	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

18ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	33	23.6	27.5	27.5
	محايد	76	54.3	63.3	90.8
	غير موافق	5	3.6	4.2	95.0
	غير موافق بشدة	6	4.3	5.0	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

19ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	61	43.6	50.8	50.8
	محايد	28	20.0	23.3	74.2
	غير موافق	20	14.3	16.7	90.8
	غير موافق بشدة	11	7.9	9.2	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

20ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	68	48.6	56.7	56.7
	محايد	27	19.3	22.5	79.2
	غير موافق	11	7.9	9.2	88.3
	غير موافق بشدة	14	10.0	11.7	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

Statistics

		الجنس	العمر	الحالة	الوظيفة	المستوى	س1	س2
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	20	20	20	20	20	20	20
Std. Deviation		.50035	1.32078	.61716	1.37769	.83410	1.04198	1.15033
Variance		.250	1.744	.381	1.898	.696	1.086	1.323

Statistics

	س3	س4	س5	س6	س7	س8	س9
Valid N	120	120	120	120	120	120	120
Missing	20	20	20	20	20	20	20
Std. Deviation	.90094	1.00332	.94380	1.07049	1.13018	1.01405	4.79799
Variance	.812	1.007	.891	1.146	1.277	1.028	23.021

Statistics

	س10	س11	س12	س13	س14	س15	س16
Valid N	120	120	120	120	120	120	120
Missing	20	20	20	20	20	20	20
Std. Deviation	1.15200	.93245	1.45483	1.23938	4.80499	1.15664	1.09698
Variance	1.327	.869	2.117	1.536	23.088	1.338	1.203

Statistics

	س17	س18	س19	س20	س21	س22	س23
Valid N	120	120	120	120	120	120	120
Missing	20	20	20	20	20	20	20
Std. Deviation	1.04248	.70928	1.01249	1.03709	1.45483	1.04248	.70928
Variance	1.087	.503	1.025	1.076	2.117	1.087	.503

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	65	46.4	54.2	54.2
Valid أنثى	55	39.3	45.8	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من 20 سنة	37	26.4	30.8	30.8
Valid من 20 إلى 30 سنة	21	15.0	17.5	48.3
Valid من 30 إلى 40 سنة	30	21.4	25.0	73.3
Valid من 40 إلى 50 سنة	22	15.7	18.3	91.7
Valid 50 سنة فما فوق	10	7.1	8.3	100.0
Total	120	85.7	100.0	

Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

الحالة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعزب	59	42.1	49.2	49.2
	متزوج	53	37.9	44.2	93.3
	أخرى	8	5.7	6.7	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

الوظيفة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	القطاع العام	36	25.7	30.0	30.0
	القطاع الخاص	30	21.4	25.0	55.0
	متقاعد	23	16.4	19.2	74.2
	أعمال حرة	17	12.1	14.2	88.3
	مهنة أخرى	13	9.3	10.8	99.2
	6.00	1	.7	.8	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

المستوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ابتدائي	1	.7	.8	.8
	متوسط	4	2.9	3.3	4.2
	ثانوي	11	7.9	9.2	13.3
	تكوين مهني	47	33.6	39.2	52.5
	جامعي	57	40.7	47.5	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
من سنة إلى 3 سنوات	3	2.1	2.5	2.5
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	26	18.6	21.7	24.2
أكثر من 5 سنوات	40	28.6	33.3	57.5
Valid	4.00	34	24.3	28.3
	5.00	17	12.1	14.2
	Total	120	85.7	100.0
Missing	System	20	14.3	
	Total	140	100.0	

س2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
من سنة إلى 3 سنوات	13	9.3	10.8	10.8
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	63	45.0	52.5	63.3
أكثر من 5 سنوات	21	15.0	17.5	80.8
Valid	4.00	9	6.4	7.5
	5.00	14	10.0	11.7
	Total	120	85.7	100.0
Missing	System	20	14.3	
	Total	140	100.0	

س3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	99	70.7	82.5	82.5
محايد	3	2.1	2.5	85.0
Valid غير موافق	10	7.1	8.3	93.3
غير موافق بشدة	8	5.7	6.7	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3	
	Total	140	100.0	

س4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	90	64.3	75.0	75.0
	محايد	5	3.6	4.2	79.2
	غير موافق	15	10.7	12.5	91.7
	غير موافق بشدة	10	7.1	8.3	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	1	.7	.8	.8
	موافق	86	61.4	71.7	72.5
	محايد	14	10.0	11.7	84.2
	غير موافق	10	7.1	8.3	92.5
	غير موافق بشدة	9	6.4	7.5	100.0
Missing	Total	120	85.7	100.0	
	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	1	.7	.8	.8
	موافق	74	52.9	61.7	62.5
	محايد	16	11.4	13.3	75.8
	غير موافق	16	11.4	13.3	89.2
	غير موافق بشدة	13	9.3	10.8	100.0
Missing	Total	120	85.7	100.0	
	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	7	5.0	5.8	5.8

	موافق	83	59.3	69.2	75.0
	محايد	10	7.1	8.3	83.3
	غير موافق	3	2.1	2.5	85.8
	غير موافق بشدة	17	12.1	14.2	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	موافق	78	55.7	65.0	65.0
	محايد	25	17.9	20.8	85.8
Valid	غير موافق	2	1.4	1.7	87.5
	غير موافق بشدة	15	10.7	12.5	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	موافق	91	65.0	75.8	75.8
	محايد	4	2.9	3.3	79.2
Valid	غير موافق	16	11.4	13.3	92.5
	غير موافق بشدة	8	5.7	6.7	99.2
	54.00	1	.7	.8	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	موافق	83	59.3	69.2	69.2
	محايد	4	2.9	3.3	72.5
Valid	غير موافق	16	11.4	13.3	85.8
	غير موافق بشدة	17	12.1	14.2	100.0

Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	22	15.7	18.3	18.3
موافق	64	45.7	53.3	71.7
محايد	21	15.0	17.5	89.2
غير موافق	10	7.1	8.3	97.5
غير موافق بشدة	3	2.1	2.5	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	12	8.6	10.0	10.0
موافق	26	18.6	21.7	31.7
محايد	6	4.3	5.0	36.7
غير موافق	26	18.6	21.7	58.3
غير موافق بشدة	50	35.7	41.7	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	1	.7	.8	.8
موافق	71	50.7	59.2	60.0
غير موافق	28	20.0	23.3	83.3
غير موافق بشدة	20	14.3	16.7	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	6	4.3	5.0	5.0
موافق	54	38.6	45.0	50.0
محايد	23	16.4	19.2	69.2
غير موافق	24	17.1	20.0	89.2
Valid غير موافق بشدة	11	7.9	9.2	98.3
35.00	1	.7	.8	99.2
43.00	1	.7	.8	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	7	5.0	5.8	5.8
موافق	66	47.1	55.0	60.8
محايد	19	13.6	15.8	76.7
Valid غير موافق	12	8.6	10.0	86.7
غير موافق بشدة	16	11.4	13.3	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	6	4.3	5.0	5.0
موافق	66	47.1	55.0	60.0
محايد	17	12.1	14.2	74.2
Valid غير موافق	20	14.3	16.7	90.8
غير موافق بشدة	11	7.9	9.2	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	10	7.1	8.3	8.3
موافق	80	57.1	66.7	75.0
محايد	8	5.7	6.7	81.7
Valid غير موافق	13	9.3	10.8	92.5
غير موافق بشدة	9	6.4	7.5	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	33	23.6	27.5	27.5
محايد	76	54.3	63.3	90.8
Valid غير موافق	5	3.6	4.2	95.0
غير موافق بشدة	6	4.3	5.0	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	61	43.6	50.8	50.8
محايد	28	20.0	23.3	74.2
Valid غير موافق	20	14.3	16.7	90.8
غير موافق بشدة	11	7.9	9.2	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

س20

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

	موافق	68	48.6	56.7	56.7
	محايد	27	19.3	22.5	79.2
Valid	غير موافق	11	7.9	9.2	88.3
	غير موافق بشدة	14	10.0	11.7	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	موافق بشدة	12	8.6	10.0	10.0
	موافق	26	18.6	21.7	31.7
	محايد	6	4.3	5.0	36.7
Valid	غير موافق	26	18.6	21.7	58.3
	غير موافق بشدة	50	35.7	41.7	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	موافق بشدة	10	7.1	8.3	8.3
	موافق	80	57.1	66.7	75.0
	محايد	8	5.7	6.7	81.7
Valid	غير موافق	13	9.3	10.8	92.5
	غير موافق بشدة	9	6.4	7.5	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
	Total	140	100.0		

س23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	موافق	33	23.6	27.5	27.5
Valid	محايد	76	54.3	63.3	90.8
	غير موافق	5	3.6	4.2	95.0

غير موافق بشدة	6	4.3	5.0	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

Case Processing Summary

	N	%
Valid	120	85.7
Cases Excluded ^a	20	14.3
Total	140	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.185	28

Statistics

	1ع	2ع	3ع	4ع	5ع	6ع	7ع
N Valid	120	120	120	120	120	120	120
Missing	20	20	20	20	20	20	20
Mean	3.3000	2.5667	2.3917	2.5417	2.5000	2.7167	2.5000
Std. Deviation	1.04198	1.15033	.90094	1.00332	.94380	1.07049	1.13018

Frequency Table

1ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من سنة إلى 3 سنوات	3	2.1	2.5	2.5
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	26	18.6	21.7	24.2
أكثر من 5 سنوات	40	28.6	33.3	57.5
4.00	34	24.3	28.3	85.8
5.00	17	12.1	14.2	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

2ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
من سنة إلى 3 سنوات	13	9.3	10.8	10.8
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	63	45.0	52.5	63.3
أكثر من 5 سنوات	21	15.0	17.5	80.8
4.00	9	6.4	7.5	88.3
5.00	14	10.0	11.7	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

3ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
موافق	99	70.7	82.5	82.5
محايد	3	2.1	2.5	85.0
غير موافق	10	7.1	8.3	93.3
غير موافق بشدة	8	5.7	6.7	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

4ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
موافق	90	64.3	75.0	75.0
محايد	5	3.6	4.2	79.2
غير موافق	15	10.7	12.5	91.7
غير موافق بشدة	10	7.1	8.3	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

5ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
موافق بشدة	1	.7	.8	.8
موافق	86	61.4	71.7	72.5
محايد	14	10.0	11.7	84.2
غير موافق	10	7.1	8.3	92.5
غير موافق بشدة	9	6.4	7.5	100.0

Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

6ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	1	.7	.8	.8
موافق	74	52.9	61.7	62.5
محايد	16	11.4	13.3	75.8
غير موافق	16	11.4	13.3	89.2
غير موافق بشدة	13	9.3	10.8	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

7ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	7	5.0	5.8	5.8
موافق	83	59.3	69.2	75.0
محايد	10	7.1	8.3	83.3
غير موافق	3	2.1	2.5	85.8
غير موافق بشدة	17	12.1	14.2	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

Statistics

	1ع	2ع	3ع	4ع	5ع	6ع	7ع
N Valid	120	120	120	120	120	120	120
N Missing	20	20	20	20	20	20	20
Mean	3.3000	2.5667	2.3917	2.5417	2.5000	2.7167	2.5000
Median	3.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000
Std. Deviation	1.04198	1.15033	.90094	1.00332	.94380	1.07049	1.13018

1ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من سنة إلى 3 سنوات	3	2.1	2.5	2.5

من 3 سنوات إلى 5 سنوات	26	18.6	21.7	24.2
أكثر من 5 سنوات	40	28.6	33.3	57.5
4.00	34	24.3	28.3	85.8
5.00	17	12.1	14.2	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

2ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
من سنة إلى 3 سنوات	13	9.3	10.8	10.8
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	63	45.0	52.5	63.3
أكثر من 5 سنوات	21	15.0	17.5	80.8
4.00	9	6.4	7.5	88.3
5.00	14	10.0	11.7	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

3ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	99	70.7	82.5	82.5
محايد	3	2.1	2.5	85.0
غير موافق	10	7.1	8.3	93.3
غير موافق بشدة	8	5.7	6.7	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

4ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	90	64.3	75.0	75.0
محايد	5	3.6	4.2	79.2
غير موافق	15	10.7	12.5	91.7
غير موافق بشدة	10	7.1	8.3	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

5ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	1	.7	.8	.8
	موافق	86	61.4	71.7	72.5
	محايد	14	10.0	11.7	84.2
	غير موافق	10	7.1	8.3	92.5
	غير موافق بشدة	9	6.4	7.5	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
Total		140	100.0		

6ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	1	.7	.8	.8
	موافق	74	52.9	61.7	62.5
	محايد	16	11.4	13.3	75.8
	غير موافق	16	11.4	13.3	89.2
	غير موافق بشدة	13	9.3	10.8	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
Total		140	100.0		

7ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	7	5.0	5.8	5.8
	موافق	83	59.3	69.2	75.0
	محايد	10	7.1	8.3	83.3
	غير موافق	3	2.1	2.5	85.8
	غير موافق بشدة	17	12.1	14.2	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
Total		140	100.0		

Statistics

	8ع	9ع	10ع	11ع	12ع	13ع
N Valid	120	120	120	120	120	120
N Missing	20	20	20	20	20	20
Mean	2.6167	2.9333	2.7250	2.2333	3.6333	2.9583
Median	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	4.0000	2.0000
Std. Deviation	1.01405	4.79799	1.15200	.93245	1.45483	1.23938

8ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق	78	55.7	65.0	65.0
Valid محايد	25	17.9	20.8	85.8
Valid غير موافق	2	1.4	1.7	87.5
Valid غير موافق بشدة	15	10.7	12.5	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

9ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق	91	65.0	75.8	75.8
Valid محايد	4	2.9	3.3	79.2
Valid غير موافق	16	11.4	13.3	92.5
Valid غير موافق بشدة	8	5.7	6.7	99.2
54.00	1	.7	.8	100.0
Total	120	85.7	100.0	
Missing System	20	14.3		
Total	140	100.0		

10ع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق	83	59.3	69.2	69.2
Valid محايد	4	2.9	3.3	72.5
Valid غير موافق	16	11.4	13.3	85.8
Valid غير موافق بشدة	17	12.1	14.2	100.0
Total	120	85.7	100.0	

Missing	System	20	14.3		
Total		140	100.0		

11ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	22	15.7	18.3	18.3
	موافق	64	45.7	53.3	71.7
	محايد	21	15.0	17.5	89.2
	غير موافق	10	7.1	8.3	97.5
	غير موافق بشدة	3	2.1	2.5	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
Total		140	100.0		

12ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	12	8.6	10.0	10.0
	موافق	26	18.6	21.7	31.7
	محايد	6	4.3	5.0	36.7
	غير موافق	26	18.6	21.7	58.3
	غير موافق بشدة	50	35.7	41.7	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
Total		140	100.0		

13ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق بشدة	1	.7	.8	.8
	موافق	71	50.7	59.2	60.0
	غير موافق	28	20.0	23.3	83.3
	غير موافق بشدة	20	14.3	16.7	100.0
	Total	120	85.7	100.0	
Missing	System	20	14.3		
Total		140	100.0		

تم بحمد الله