

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي ومالي

من إعداد الطالبين:

- عماري نور الإسلام

- كحيل أسامة

بعنوان:

تطوير المنتجات البنكية كآلية لتحقيق الشمول المالي

(دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج)

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ محاضر أ	لوكريز سمية
مشرفا	أستاذ	أوصغير الويزة
مناقشا	أستاذ محاضر ب	قايدي بومدين

السنة الجامعية: 2024-2025



شكر و عرفان

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ، مَلِكِ يَوْمِ الدِّينِ

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

فبفضله وتوفيقه تمكنا من إنجاز هذا العمل العلمي المتواضع

سائلين المولى عز وجل أن يتقبله بقبول حسن.

نحن الطالبين، نتقدم بخالص عبارات الشكر وعظيم الامتنان

إلى الأستاذة المشرفة على هذا العمل،

على كل ما بذلته معنا من جهد وتفان في الإشراف والتوجيه، فقد كانت نعم الداعم والموجه طوال مراحل إعداد هذه المذكرة،

فلها منا كل التقدير والاحترام ومن خلالها

نتوجه بالشكر الى أساتذتنا الأفاضل الذين سهرو

على تأطيرنا طيلة مرحلة الدراسة الجامعية بطوريتها اليسانس والماستر

ولا يفوتنا أن نعرب عن امتناننا لكل من ساهم في دعمنا طيلة مسيرتنا الدراسية،

من أساتذة وزملاء وموظفين وكل من قدم لنا يد المساعدة أو الكلمة الطيبة.

فلهم جميعاً نرفع أسمى عبارات الشكر والعرفان

سائلين الله أن يبارك في جهودهم وأن يوفقهم لكل خير

الطالبين

الإهداء

أهدي عملي هذا

إلى أبي رفيق دربي حفظه الله وجراه عني كل خيراً؛ إلى أمي نبض قلبي وقرّة عيني حفظها الله؛

إلى أختي وفقها الله

إلى أخي سندي.

و إلى كل صاحب و رفيق.

إلى زميلي في مذكرتي إسلام

إلى أستاذتنا قبل ان تكون مشرفة عن عملنا الأستاذة أوصغير لويّة؛

إلى أستاذة الكلية خاصة وأساتذة الجامعة عامة.

إلى كل من حمّله فكري ولم تحمله مفكرتي

اهدي عملي هذا

أسامة

الإهداء

إلى العزيز الذي حملت اسمه فخرا والى من كلله الله بالهبة والوقار

والى من علمتني الأخلاق قبل أن أتعلمها

إلى الجسر الصاعد به إلى الجنة

إلى اليد الخفية التي أزالته عن طريقي العقبات ومن ضلت دعواتها تحمل اسمي ليلا ونهارا

أمي محبوبتي وملهمتي رحمها الله واسكنها فسيح جناته

إلى من وهبني الله نعمة وجودهم إلى مصدر قوتي وارضى الصلابة وجدار قلبي المتين أختي وإخوتي

إلى ما أن ضاقت علي الدنيا وسعت بخطاهم وإن سقطت كانوا أول من رفعوني بكلماتهم أصدقائي

إلى من رافقني بالقلب قبل الدرب أصحابي وأحبتي

إلى زميلي في المذاكرة أسامة

إلى كل الأستاذة الذين رسموا لنا طريق النجاح

وبالأخص الأستاذة أوصغير لويضة باريك الله فيها

إسلام

الملخص:

يعتبر تطوير المنتجات البنكية من الآليات الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات المالية لتعزيز الشمول المالي، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر تطوير المنتجات البنكية على تحقيق الشمول المالي، من خلال دراسة ميدانية لعينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات عبر استبيان مكون من مجموعة من العبارات المغلقة، حللت باستخدام برنامج SPSS. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود تقييم إيجابي لتطوير المنتجات البنكية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج، مع تحقيقه لأبعاد الشمول المالي (الوصول المالي، الاستخدام، التمكين المالي، الجودة)، كما أن تطوير المنتجات البنكية في البنك تعد عامل مؤثر في ابعاد الشمول المالي، ما يساهم بدوره في ترسيخ مبادئه.

الكلمات المفتاحية: المنتجات البنكية، تطوير المنتجات، التمكين المالي، الوصول المالي ، الشمول المالي، بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

Abstract:

The development of banking products is considered one of the fundamental mechanisms adopted by financial institutions to promote financial inclusion. This study aimed to analyze the impact of developing banking products on achieving financial inclusion through a field study of customers at the Bordj Bouarreg branch of the Bank of Agriculture and Rural Development (BARD). The study adopted a descriptive and analytical approach, collecting data through a questionnaire consisting of closed statements and analyzing it using the SPSS software program.

The study yielded several results, the most significant of which are the positive evaluations of the development of banking products at the Bordj Bouarreg Agency of the Bank of Agriculture and Rural Development and the realization of the dimensions of financial inclusion (Financial Access, Use, Empowerment, And Quality). The development of banking products at the bank is an influential factor in the dimensions of financial inclusion and contributes to consolidating the principles of financial inclusion.

Keywords: Banking products, product development, financial empowerment, financial access, financial inclusion, Bank of Agriculture and Rural Development.

قائمة المحتويات

II	شكر وعرفان
III	الإهداء
V	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
X	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
8	الفصل الأول: الإطار النظري لتطوير المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي
10	المبحث الأول: عموميات حول الشمول المالي
10	المطلب الأول: مفهوم الشمول المالي
13	المطلب الثاني: أبعاد ومؤشرات وأهداف الشمول المالي
18	المطلب الثالث: ركائز الشمول المالي ومعوقات تحقيقه
20	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للمنتجات البنكية
20	المطلب الأول: مفهوم المنتجات البنكية
22	المطلب الثاني: أنواع المنتجات البنكية
27	المطلب الثالث: تطوير المنتجات البنكية
31	خلاصة الفصل الأول
32	الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية
34	المبحث الأول: عينة وأدوات الدراسة
34	المطلب الأول: عينة الدراسة
38	المطلب الثاني: متغيرات وأدوات الدراسة
41	المطلب الثالث: تصميم الاستبيان
42	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان
42	المطلب الأول: اختبارات الاستبيان وعرض خصائص العينة
45	المطلب الثاني: عرض نتائج الدراسة
51	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
58	خلاصة الفصل الثاني

قوائم المذكرة

59..... الخاتمة

63..... قائمة المرجع

68..... الملاحق

قائمة الجداول

الجدول رقم 1: مجتمع الدراسة	39
الجدول رقم 2: معامل التحديد وتفسيره تصنيف قوة العلاقة بين المتغيرات اعتمادا على معامل الارتباط	40
الجدول رقم 3: معامل التحديد وتفسيره	41
الجدول رقم 4: تحديد المجال حسب قيم المتوسط الحسابي	42
الجدول رقم 5: نتائج صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان	43
الجدول رقم 6: معامل ألفا كرومباخ لقياس الثبات الكلي للاستبيان	43
الجدول رقم 7: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس	44
الجدول رقم 8: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر	44
الجدول رقم 9: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى العلمي	45
الجدول رقم 10: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول تطوير المنتجات البنكية	45
الجدول رقم 11: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد الوصول المالي	47
الجدول رقم 12: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد الاستخدام	48
الجدول رقم 13: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد التمكين المالي	49
الجدول رقم 14: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد الجودة	50
الجدول رقم 15: المتوسط العام لإجابات العينة حول محور تطوير المنتجات البنكية	52
الجدول رقم 16: المتوسط الحسابي لمحور الشمول المالي بأبعاد الأربعة	53
الجدول رقم 17: ملخص نماذج الانحدار	54
الجدول رقم 18: أنواع الانحدار المتعدد	55
الجدول رقم 19: معاملات الانحدار المتعدد	56

قائمة الأشكال

- الشكل رقم 1: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس 44
- الشكل رقم 2: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر 44
- الشكل رقم 3: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى العلمي 45

قائمة الملاحق

67.....	الملحق رقم 1: الاستبيان
72	الملحق رقم 2: قائمة المحكمين
71.....	الملحق رقم 3: نتائج SPS

مقدمة

تمهيد:

يمثل تطوير المنتجات البنكية وسيلة فعالة لمواكبة التحولات الاقتصادية وذلك من خلال تصميم خدمات مالية مبتكرة وملائمة لمختلف شرائح المجتمع، بالأخص الفئات الغير متعاملة مع النظام المالي الرسمي، ويشمل ذلك منتجات ذات جودة عالية بتكاليف منخفضة، إلا أن البنوك تواجه تحديات تتعلق في ضعف البنية التكنولوجية وجمود في آليات الابتكار.

ويعد الشمول المالي هدفا رئيسيا لتحقيق النمو الاقتصادي وتحقيق العدالة الاجتماعية، كونه يهدف إلى تمكين أكبر عدد ممكن من الأفراد للوصول إلى الخدمات المالية الرسمية، كما يساهم في تقليل التهميش الذي يعاني منه الافراد المستبعدون ماليا، لكنه يتطلب جهودا مشتركة بين البنوك والهيئات التنظيمية لتوفير بيئة مالية فعالة، كما يتطلب أيضا تطوير منتجات بنكية تستجيب للاحتياجات المستبعدة من النظام المالي، فكلما كانت المنتجات أكثر ابتكارا ومرونة، كلما زادت فرص دمج عدد أكبر من الافراد بمختلف فئاتهم في المنظومة المالية، مما يجعل تطوير المنتجات البنكية أداة أساسية لتعزيز الشمول المالي، الذي يعتبر أحد اهم القضايا الاقتصادية والاجتماعية التي لاقت اهتماما متزايدا على المستوى الاقليمي والدولي خلال الآونة الاخيرة، نظرا لدوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة في أي دولة، إذ يُعدّ تمكين الأفراد والمؤسسات من الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية ضرورة لا غنى عنها لتعزيز الاستقرار المالي، وتقليل الفجوات الاجتماعية، وتحفيز النشاط الاقتصادي.

وفي ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها القطاع المالي والمصرفي، بات من الواضح أن تطوير المنتجات البنكية لم يعد خيارا ترفيهيا أو مسعى تنافسيا فحسب، بل أصبح أداة استراتيجية محورية لتوسيع نطاق الشمول المالي والوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع كانت ولا تزال خارج المنظومة المصرفية التقليدية. ومن أجل تحقيق ذلك يجب تطوير منتجات بنكية حديثة ليس فقط من خلال ابتكار منتجات مالية مبسطة وسهلة الفهم، ولكن أيضًا عبر اعتماد نماذج تمويلية مرنة تتماشى مع طبيعة الدخل والاحتياجات المختلفة للزبائن المستهدفين. ويشمل ذلك توسيع نطاق الخدمات الرقمية، وتقديم حسابات مصرفية منخفضة التكاليف، وتوفير أدوات ادخار وتأمين مناسبة، إضافة إلى ابتكار حلول تمويل متناهية الصغر يمكن الوصول إليها بسهولة. كما يجب أن تراعي هذه المنتجات خصوصيات السياقات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية في كل مجتمع، مما يضع تحديات وفرصًا أمام صناع القرار والمؤسسات البنكية على حد سواء.

ومن هنا تبرز أهمية هذا الموضوع في ظل تزايد الاهتمام العالمي بالشمول المالي كأداة لتحقيق الاستقرار الاقتصادي وتحقيق العدالة الاجتماعية، حيث تشير العديد من الدراسات والتقارير الصادرة عن المؤسسات الدولية مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي إلى أن تعزيز الوصول إلى الخدمات البنكية يساهم في تقليل معدلات الفقر، ودعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وهي عناصر جوهرية لتحسين مؤشرات التنمية الشاملة. غير أن تحقيق هذا الهدف يتطلب من المؤسسات المالية، ولا سيما البنوك، إعادة النظر في نماذج أعمالها ومنتجاتها بما يتلاءم مع احتياجات الفئات المهمشة وذات الدخل الضعيف، ويأخذ في الاعتبار التغيرات التكنولوجية والسلوكية في بيئة الزبائن.

وفي ضوء ما سبق، وجب تسليط الضوء على العلاقة بين تطوير المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي، من خلال تحليل واقع التجربة البنكية، واستعراض أبرز التوجهات المعاصرة في تصميم الخدمات المالية المبتكرة، ومناقشة التحديات التي تعيق تعميم الشمول المالي، بالإضافة إلى طرح توصيات عملية تساهم في بناء قطاع مالي أكثر شمولاً وعدالة.

أولاً: إشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق تمحورت مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يؤثر تطوير المنتجات البنكية في الشمول المالي بأبعاده الأربعة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة

برج بوعريريج؟

من أجل معالجة وتحليل هذه الإشكالية وبغية الوصول إلى فهم واضح لموضوع الدراسة، تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما واقع تطوير المنتجات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج؟

- ما مدى تحقق الشمول المالي بأبعاده الأربعة (الوصول المالي؛ الاستخدام؛ التمكين المالي؛ الجودة) في بنك الفلاحة

والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج؟

- ما مدى تأثير تطوير المنتجات البنكية على تحقق الشمول المالي بأبعاده الأربعة (الوصول المالي؛ الاستخدام؛

التمكين المالي؛ الجودة) في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

وكإجابات أولية مبنية على أسس علمية عن الأسئلة المطروحة سابقاً السابقة تمت صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: هناك تقييم إيجابي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك وكالة برج بوعريريج بخصوص تطوير المنتجات البنكية؛

الفرضية الثانية: يحقق بنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك وكالة برج بوعريريج إلى حد ما شمول مالي بأبعاده الأربعة (الوصول المالي؛ الاستخدام؛ التمكين المالي؛ الجودة)؛

الفرضية الثالثة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (أقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك وكالة برج بوعريريج؟

ثالثاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من أهمية تطوير المنتجات البنكية في البنوك ودورها في تحقيق الشمول المالي، والتي تعتبر عملية تصميم وتحديث الخدمات المالية لتكون أكثر تنوعاً ومرونة، بما يضمن تلبية احتياجات الزبائن من مختلف فئات المجتمع وبالخصوص الفئات المستبعدة والمهمشة مالياً، بهدف تمكينها من الاندماج في النظام المالي الرسمي وبالتالي دعم أهداف الشمول المالي.

رابعاً: أهداف الدراسة

هدفت الدراسة الى تحقيق جملة من الأهداف كالآتي:

- التعرف على المفاهيم الأساسية حول الشمول المالي وتطوير المنتجات البنكية؛
- تحليل واقع المنتجات البنكية الحالية ومدى ملاءمتها للاحتياجات مختلف شرائح المجتمع، خاصة الفئات الغير مشمولة مالياً.
- ابراز واقع تحقيق الشمول المالي بأبعاده في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج.
- تحديد العلاقة بين تطوير المنتجات البنكية والشمول المالي من خلال دراسة طبيعة العلاقة بين المتغيرات في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج.

خامساً: منهج الدراسة

في إطار هذا البحث ومن أجل معالجة إشكالية موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، ما يلائم الموضوع المدروس، وهو المنهج الأكثر استخداماً وشيوعاً في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بحيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي في المبحث الأول الذي تطرق الى ابراز المفاهيم الأساسية حول الشمول المالي والمنتجات البنكية للتعرف على الجانب النظري للظاهرة المدروسة، اما في الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على المنهج التحليلي من خلال الاستعانة بأداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان الموزع على عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية برج بوعريريج وتم تفريغ النتائج وتحليلها من خلال برنامج تحليل البيانات الإحصائية SPSS.

سادساً: حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية:

اقتصرت هذه الدراسة على متغيرين اساسيين والمتمثلين في تطوير المنتجات البنكية والشمول المالي.

- الحدود الزمنية:

تم توزيع الاستبيانات في الفترة من 28 ماي إلى 3 جوان 2025.

- الحدود المكانية:

ركزت هذه الدراسة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية برج بوعريريج في جانبها التطبيقي

سابعاً: أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب لاختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي وما هو موضوعي نوجزها فيما يلي:

- نظراً لأهميته الأكاديمية والعلمية في ظل تزايد الاهتمام به.
- لكونه يحظى باهتمام من قبل المؤسسات المالية وصناع القرار.
- محاولة زيادة الكم المعلوماتي حول موضوع الشمول المالي وتطوير المنتجات البنكية.

- قلة البحوث والدراسات في الموضوع محل الدراسة بالتحديد.
- الرغبة الشخصية للبحث في هذا المجال.
- موضوع الدراسة يتناسب مع تخصص اقتصاد النقدي والمالي.

ثامنا: الدراسات السابقة

يُعد موضوع الشمول المالي من القضايا الحيوية التي استقطبت اهتمام الباحثين وصنّاع القرار، لما له من دور فاعل في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال تمكين مختلف فئات المجتمع، لا سيما الفئات الهشة والمهمشة، من الحصول على خدمات مالية عادلة وميسرة. وقد أظهرت العديد من الدراسات أن المؤسسات البنكية تلعب دور مركزي في تحقيق هذا الهدف، لا سيما من خلال تطوير منتجات مالية مبتكرة تتماشى مع الاحتياجات المتنوعة للزبائن. وفي هذا السياق، تزايدت البحوث الأكاديمية التي تناولت العلاقة بين تطوير المنتجات البنكية من جهة، وأبعاد الشمول المالي من جهة أخرى، منها ما يلي:

الدراسة الأولى :

بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر دراسة الواقع والآفاق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير؛ جامعة الجزائر 3، 2011/2012.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الاستراتيجي الذي تقوم به المصارف في الوقت الحاضر ومستقبلا من أجل بناء اقتصاد قوي مع معرفة الدور المهم الذي تلعبه المصارف التجارية في إنجاح خطط التنمية والإنعاش الاقتصادي، أيضا تهدف هذه الدراسة إلى لفت انتباه الباحثين والممارسين إلى ضرورة الاهتمام بالبحث في مجال تطوير وتحسين الخدمات المصرفية والاهتمام بوجودها من أجل تحقيق التميز في شوق الخدمات المصرفية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الإصلاح الاقتصادي له أهمية كبيرة في تحقيق النجاح الاقتصادي، كما أن تطوير الخدمات المصرفية أصبح ضرورة ملحة في خضم التطورات التي يشهدها القطاع المصرفي في العالم.

الدراسة الثانية :

قدوري طارق، زغدي باديس، دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية لتحقيق الشمول المالي في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 5، العدد 1، 2022/03/02، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الخدمات المصرفية الحديثة الناتجة عن التطور التكنولوجي التي تشهده المصارف خاصة والقطاع المالي بصفة عامة، وإلى ضرورة تطوير المنتجات المصرفية ومدى تطبيقه من أجل تحقيق الشمول

المالي، وقد توصلت الدراسة إلى أن القطاع المصرفي في الجزائر في السنوات الأخيرة يشهد تطوراً ملحوظاً رغم صعوبة وضعف تطبيق مؤشرات الشمول المالي.

الدراسة الثالثة :

فاطمة قادم، الشمول المالي ودوره في تعزيز الاستقرار المالي "دراسة حالة الدول العربية"، مجلة المدبر، المجلد 10، رقم 01، السنة 2023

هدف الدراسة إلى إبراز دور وأهمية الشمول المالي في تحقيق الاستقرار المالي ودعم فرص تحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال التطرق إلى مفهوم الشمول المالي وأهميته وأهدافه، بحيث يعد الشمول المالي أداة تساهم في توصيل الخدمات المالية والمصرفية إلى كل فئات المجتمع. وتوصلت الدراسة إلى توضيح صورة شاملة عن واقع واحتياجات تعزيز الشمول المالي في الدول العربية للارتقاء بمؤشرات الشمول المالي وتحسينها من خلال تعزيز الوصول إلى التمويل والخدمات المالية في الدول العربية.

الدراسة الرابعة :

حسيبة نايلي، الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية، محدداتها وأثارها على ولاء الزبائن . دراسة حالة الوكالات البنكية العمومية بقالملة، أطروحة دكتوراه، جامعة 8 ماي 1945، 2023-2024

هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بالخدمات المصرفية الإلكترونية ومحدداتها مع توضيح دور وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية كونها أصبحت تحظى بقبول لدى الزبائن وانتشار ملحوظ في استخدامها، كما وضحت الدراسة واقع تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية من طرف الزبائن والبحث في أثر استخدامها على ولاء الزبائن في البنوك التجارية الجزائرية، وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي معنوي إيجابي لسهولة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على تبني هذه الخدمات من طرف الزبائن، كما أن سهولة وبساطة الإجراءات اللازمة للحصول على الخدمة يساهم أيضاً في جذب الزبائن والفوز بولائهم.

ومما سبق نستنتج أن الدراسة الأولى والثانية، بن أحمد لخضر، قدوري طارق وزغدي باديس: تتشابه كلتا الدراستين مع دراستنا كونهما تحمّلان متغير من متغيرات الدراسة والمتمثلة في تطوير المنتجات البنكية، بحيث تركز الدراستان على تسليط الضوء على أهمية تطوير المنتجات أو الخدمات المصرفية، والدراسة الثانية تتشابه أكثر مع دراستنا لأنها تربط بين تطوير الخدمات البنكية والوصول إلى تحقيق الشمول المالي. وكلتا الدراستين تختلف من حيث طريقة تناول لهذا الموضوع ومكان إجراء الدراسة

الدراسة الثالثة-حسيية نايلي-تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في متغير تطوير المنتجات المصرفية، وتختلف عن هذه الدراسة بتركيزها على توضيح أهمية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في جذب الزبائن والحفاظ على ولائهم. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين توفير خدمات متطورة وفعالة مع جذب أكبر عدد من الزبائن.

الدراسة الرابعة -بهناس العباس، رسول حميد، بسيسة بلعباس عز الدين، تشابه مع دراستنا في كونها تدرس أحد متغيرات دراستنا والمتمثل في الشمول المالي، وقد ركزت الدراسة على توضيح مفاهيم الشمول المالي وأبعاده، ووضحت أيضا أهميته وأهدافه، كما تطرقت إلى واقع تحقيق الشمول المالي في الدول العربية.

تاسعا: صعوبات الدراسة

رغم توسيع الاستبيان على شريحة واسعة من الزبائن الا ان هناك صعوبة في جمع إجابات كافية والاستجابة كانت محدودة مما جعل من الصعب الحصول على دراسة دقيقة وشاملة حول الموضوع.

عاشرا: هيكل الدراسة

للإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول يتضمن الإطار النظري للموضوع، حيث قسم إلى مبحثين، المبحث الأول تطرق الى عموميات حول الشمول المالي، أما المبحث الثاني حول الاطار المفاهيمي للمنتجات البنكية.

أما في الفصل الثاني فتطرقنا إلى الدراسة التطبيقية، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول تم فيه تقديم عينة وأدوات الدراسة، أما المبحث الثاني فتم التطرق الى عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها ومن ثما مناقشتها، كما تم في النهاية إعداد خاتمة الدراسة التي تضمنت نتائج الفصلين مع توضيح اختبار صحة الفرضيات، متبوعة بجملة من الاقتراحات المستنتجة، وأخيرا تم صياغة آفاق الدراسة.

الفصل الأول: الإطار النظري

لتطوير المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي

تمهيد:

أصبح الشمول المالي في عصرنا الحالي من بين المواضيع التي لاقى اهتماما واسعا على الساحة الاقتصادية وبالأخص على الساحة المالية والمصرفية خصوصا لما تمتاز به من مزايا في تحقيق الاستقرار المالي والاقتصادي وتحقيق العدالة المالية والقضاء على الفقر والبطالة، وقد اهتمت العديد من المؤسسات المالية الدولية والبنوك المركزية به محاولة تحقيقه، ويعد تطوير المنتجات البنكية من بين الركائز الأساسية لتحقيق الشمول المالي والاستفادة من مزاياه.

تعتبر المنتجات البنكية ركنا أساسيا ضمن الإستراتيجية العامة للبنوك التجارية، إذ تمثل الإطار العملي لتقديم الخدمات المالية وتحقيق أهداف البنك المتمثلة في الربحية والاستدامة. كما تمثل الوسيلة الرئيسة لاستقطاب الزبائن وتعزيز تنافسية المؤسسات المالية وقد أصبحت دراسة المنتجات البنكية ضرورة تفرضها البيئة المصرفية الحديثة على كل بنك كون هذه البيئة تتسم بمحده المنافسة وسرعة التغيرات التكنولوجية وتزايد تطلعات الزبائن لخدمات أفضل

يتناول هذا الفصل عرضاً لتعرف على الشمول المالي والمنتجات البنكية، مع إبراز أهم خصائصها، كما قمنا بتصنيف هذه المنتجات إلى منتجات تقليدية رسخت حضورها مع بدايات العمل المصرفي، ومنتجات حديثة استحدثتها المؤسسات المالية لمواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة، قمنا بتسليط الضوء على دور تطوير المنتجات البنكية باعتباره حجر الأساس لضمان قدرة البنوك على الاستجابة لمتطلبات الأسواق المتغيرة وتحقيق الميزة التنافسية في بيئة أعمال ديناميكية. وقد تم تقسيمه الى:

المبحث الأول: عموميات حول الشمول المالي

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للمنتجات البنكية

المبحث الأول: عموميات حول الشمول المالي

يعد الشمول المالي من الركائز الأساسية التي تسعى دول العالم إلى تحقيقه، إذ يهدف إلى تمكين الأفراد والمؤسسات من الوصول إلى الخدمات المالية بشكل عادل وآمن. تتزايد أهمية هذا المفهوم في ظل التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم، مما يفرض على الدول تطوير سياسات مالية شاملة. في هذا السياق، سنتناول عموميات حول الشمول المالي.

المطلب الأول: مفهوم الشمول المالي

ظهر مفهوم الشمول المالي استجابة للحاجة إلى إدماج جميع فئات المجتمع في المنظومة المالية الرسمية، بهدف تعزيز النمو الاقتصادي والحد من الفوارق الاجتماعية.

أولاً: نشأة الشمول المالي

يعود ظهور الشمول المالي إلى جذور القروض الصغيرة أو الائتمان الأصغر، وظهر مصطلح القروض الصغيرة في عام 1976 عندما منح " محمد يونس " قروضاً صغيرة بقيمة 27 دولاراً لمجموعة من النساء يعملن في مصنع للملابس في بنغلاديش، ثم بعد ذلك شهد الائتمان الأصغر انتشاراً في معظم دول العالم، ومع مرور الوقت توسع مفهوم الائتمان الأصغر ليظهر بطريقة جديدة يعرف بالتمويل الأصغر ثم توسع أكثر فأكثر ليصبح مصطلح الشمول المالي هو القائم حالياً، ظهر مصطلح الشمول المالي، مقابل (الاستبعاد المالي)، لأول مرة على مستوى العالم عام 1993 في دراسة أجراها "Leshon Wethercraft" حول الخدمات المالية في جنوب إنجلترا، والتي تناول فيها إغلاق أحد فروع البنوك. حول الوصول الفعلي لسكان المنطقة إلى الخدمات المصرفية. في أواخر التسعينيات من القرن الماضي، ظهرت العديد من الدراسات من قبل متخصصين في الجغرافيا الاقتصادية تتعلق بالصعوبات التي تواجه بعض فئات المجتمع في الوصول إلى الخدمات المالية. حيث تم استخدام مصطلح الشمول المالي في عام 1999 على نطاق أوسع لوصف محددات وصول الأفراد إلى الخدمات المالية المتاحة، حيث تم التمييز بين التخلي الطوعي عن السعي لاستخدام المنتجات والخدمات المالية بسبب عدم الحاجة إليها، أو لأسباب ثقافية أو أيديولوجية، وبين عدم الوصول وعدم الاستخدام بسبب عدم الوصول إليها. أو بعدم توافرها أو بسبب عدم القدرة على حيازتها، وينحصر اهتمام المعنيين بالشمول المالي في استهداف أولئك الذين تم استبعادهم بشكل قصري من الشمول المالي وإيجاد الطرق للتغلب على أسباب وعوامل الإقصاء، دون الاهتمام بمن اختاروا استبعاد أنفسهم من استخدام المنتجات والخدمات المالية.¹

¹ بولرج وحيدة، المنتجات البنكية الإسلامية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية، أطروحة دكتوراه، العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة فرحات عباس سطيف، 2022-2023، ص 4.

وفي سنة 2008 ازداد الاهتمام بالشمول المالي عقب الأزمة المالية العالمية حيث التزمت الحكومات المختلفة بتحقيق الشمول المالي، وذلك من أجل تنفيذ سياسات تهدف إلى تعزيز وتسهيل وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات المالية وتمكينهم من استخدامها بالشكل الصحيح.¹

أما في عام 2011 عُقد منتدى السياسات العالمي في المكسيك، وتم تبني أعضاء التحالف من أجل الشمول المالي لإعلان مايا "Maya Declaration" الذي يتضمن التزام كل دولة بمعايير قابلة للقياس من أجل تطوير الشمول المالي ومراقبة تنفيذها سنوياً، في عام 2012 تم إنشاء فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية، المكون من المديرين والمسؤولين المعنيين بقضايا الشمول المالي لدى البنوك المركزية ومؤسسات النقد العربية، بناءً على توصية من مجلس محافظي البنوك المركزية ومؤسسات النقد العربية، في عام 2013 نظم مجلس الخدمات المالية الإسلامية (IFSB) ندوة حول تعزيز الشمول المالي من خلال التمويل الإسلامي، والتي استضافها بنك إندونيسيا المركزي؛ في عام 2016 قرر مجلس محافظي البنوك المركزية ومؤسسات النقد العربية بناءً على اقتراح من فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية اعتماد "اليوم العربي للشمول المالي" الموافق لـ 27 أبريل من كل عام، بهدف الإسهام في زيادة الوعي والتعريف بالشمول المالي ومتطلباته في الدول العربية، وما يرتبط بذلك من قضايا وسياسات وبرامج، لتحقيق أهداف التنمية المستدامة؛ في عام 2017 نظم البنك الإسلامي للتنمية ندوة بشأن تعميم الخدمات المالية من خلال التمويل الإسلامي.²

ثانياً: تعريف الشمول المالي

يشير الشمول المالي عموماً إلى مدى إمكانية حصول الأفراد والأسر والشركات من مختلف المستويات الاجتماعية والمناطق الجغرافية على خدمات المؤسسات المالية الرسمية، ومدى الاستفادة منها بتكلفة معقولة، وفي الوقت المناسب، وبالقدر المطلوب، بالإضافة إلى مدى توفر الخدمات المرتبطة باحتياجهم.³

وتعرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والشبكة الدولية للتحقيق المالي الشمول المالي بأنه: "العملية التي يتم من خلالها تعزيز الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية الرسمية والخاضعة للرقابة 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".⁴

¹ طالي سميرة، سعد الله أمال، سبل تعزيز الشمول المالي في الجزائر، الملتقى الدولي الثامن بتقنية التحاضر عن بعد حول : التمويل الرقمي ودوره في تعزيز الشمول المالي لضمان تمويل مستدام (الواقع، الفرض، التحديات)، جامعة طاهري محمد بشار، يوم 24-25 نوفمبر 2021، ص 3-4.

² بولرج وحيدة، مرجع سابق، ص 5-6.

³ بهناس العباس، رسول حميد، بسياسة بلعباس عز الدين، أسس ومتطلبات إستراتيجية تعزيز الشمول المالي مع الإشارة إلى التجربة الأردنية، مجلة المعارف، المجلد 14، العدد 2، ديسمبر 2019، جامعة أكلي محمد أولحاج بالبويرة، ص 213.

⁴ فاطمة قادم، الشمول المالي ودوره في تعزيز الاستقرار المالي "دراسة حالة الدول العربية"، مجلة المدير، المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي، الجزائر، المجلد 10، رقم 01، السنة 2023، ص 145.

كما عرفه البنك الدولي على انه إمكانية الوصول إلى منتجات وخدمات مالية مفيدة وبأسعار ميسورة، تلبي احتياجاتهم، المعاملات، المدفوعات، المدخرات، الائتمان والتأمين، ويتم تقديمها لهم بطريقة تتسم بالمسؤولية والاستدامة.¹

أما بنك الجزائر فقد عرف الشمول المالي بأنه: "إتاحة واستخدام كافة الخدمات المالية لمختلف فئات المجتمع بمؤسساته وأفراده وبالأخص تلك المهمشة منها، وذلك من خلال القنوات الرسمية بما في ذلك الحسابات المصرفية والتوفير، وخدمات الدفع والتحويل، وخدمات التأمين، وخدمات التمويل والائتمان وابتكار خدمات مالية أكثر ملائمة وبأسعار منافسة وعادلة ذلك بالإضافة إلى العمل على حماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية، وتشجيع تلك الفئات على إدارة أموالهم ومدخراتهم بشكل سليم لتفادي لجوء البعض إلى القنوات والوسائل الغير الرسمية التي لا تخضع لأي من جهات الرقابة والإشراف التي تفرض أسعار مرتفعة نسبياً مما يؤدي إلى سوء استغلال احتياجات تلك القنوات للخدمات المالية والمصرفية، ويتم قياس الشمول المالي من حيث إتاحة الخدمات المالية بما، يمثل جانب العرض واستخدامها وهو جانب الطلب، وجودة تلك الخدمات بما يدمج جانب العرض والطلب.²

من خلال التعاريف نجد أن الشمول المالي هو تمكين جميع فئات المجتمع، بغض النظر عن مكانهم أو وضعهم الاجتماعي، من الوصول إلى الخدمات المالية التي تلبي احتياجاتهم بشكل عادل وآمن. هذا يعني توفير خدمات بطريقة يسهل عليهم فهمها واستخدامها. كما أن الشمول المالي لا يقتصر على توفير الخدمة المالية فقط بل توفيرها بطريقة ميسورة من ناحية التكلفة والجودة وبالقدر الكافي لكل فئات المجتمع، حتى الفئات المهمشة، باستخدام الأدوات المالية الرسمية بدلاً من اللجوء إلى الطرق غير الرسمية التي قد تعرضهم للاستغلال.

ثالثاً: خصائص الشمول المالي

تكمن خصائص الشمول المالي في:³

- العموم:** من خلال استهداف جميع شرائح المجتمع بما فيهم محدودي الدخل .
- التنوع:** تقديم خدمات ومنتجات بنكية متنوعة .
- السعر:** تقديم خدمات ومنتجات بأقل تكلفة تناسب جميع شرائح المجتمع .
- الجودة:** مراعاة عامل الجودة في طبيعة الخدمة والمنتج المقدم .
- الوقت:** توفير الخدمة أو المنتج عمى مدار السنة وفي جميع الأوقات
- التوسع:** الوصول إلى جميع مواقع الشركات والأفراد لتسهيل عملية التنقل.

¹ احمد آخروني لقواس، الشمول المالي كآلية لتحقيق الاستقرار المالي-تجربة المملكة العربية السعودية-، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجنت، المجلد 4، العدد1، جانفي 2023، المركز الجامعي مغنية، ص 241.

² بولرج وحيدة، مرجع سابق، ص3.

³ أسامة فراح، رحمة عبد العزيز، الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طبنة للدراسات العلمية والأكاديمية، المجلد4، العدد2، 2021، المركز الجامعي سي الحواس بريك، ص648.

رابعاً: أهمية الشمول المالي

أصبح الشمول المالي محور اهتمام العديد من الحكومات والجهات الرقابية وهذا لأهميته في تحقيق العديد من الأهداف الاجتماعية والاقتصادية. وتتجلى أهمية الشمول المالي فيما يلي:¹

- يساعد الشمول العائلات على الادخار من أجل التقاعد أو حالات الطوارئ غير المتوقعة وتغطية النفقات المتكررة كالإيجار؛ فقد أبرزت العديد من الدراسات أن الشمول يمكن له أن يحسن الدخل ويزيد من المدخرات، وبالتالي تمكين الفئات المحرومة من توفير ضروريات الحياة مثل الرعاية الصحية والتعليم والطعام وتنمية أعمالهم.
- يلعب النفاذ للتمويل والخدمات المصرفية دوراً مهماً في التقليل من حدة التقلبات التي تنتاب مستويات الإنفاق بشقيه الاستهلاكي والاستثماري، ومن ثم التخفيف من حدة تقلبات دورات الأعمال والنتائج المحلي الإجمالي فمن خلال زيادة فرص النفاذ للتمويل والخدمات المصرفية يتمكن الأفراد والمشروعات من التغلب على القيود المتعلقة بالسيولة وتعويض أية تغطيات تضرراً على مستويات الدخل الجاري وبالتالي تقليل تقلبات الاستهلاك والاستثمار.
- يلعب الشمول المالي دوراً مهماً في تدعيم الاستقرار المالي، حيث أن اعتماد الأسر في تعاملاتهم المالية على البنوك يزيد من حجم الودائع المتوفرة لدى البنوك مما يرفع من قدرة البنك على امتصاص الصدمات خاصة في فترات الضغط، غير أنه في المقابل توسع البنك في القروض يجب أن يقترن برقابة مصرفية فعالة من أجل تدعيم الاستقرار في القطاع.
- الشمول المالي يعزز التمكين الاقتصادي، والذي بدوره يحسن الرفاهية الشاملة مع توفير اللبنة الأساسية لمزيد من النمو، كما أن هناك عدة مخاطر للاستبعاد المالي مثل الانخفاض العام في الادخار والاستثمار وارتفاع معدلات البطالة والفقر.

المطلب الثاني: أبعاد ومؤشرات وأهداف الشمول المالي

يسعى الشمول المالي إلى إتاحة الخدمة إلى كافة فئات المجتمع، من خلال تحقيق جملة من الأهداف تشمل أبعاداً تدعم النمو الشامل.

أولاً: أبعاد قياس الشمول المالي على مستوى البلدان:

قام تحالف الاشتغال المالي (Alliance of Financial Inclusion "AFI") بإعداد رابطة عمل لبيانات الاشتغال المالي Financial Inclusion Data Working Group (FIDWG) والتي قامت بإجراء مبادرة لوضع مجموعة من الأبعاد لقياس الشمول المالي حيث تم تصميم هذه الرابطة من قبل صناع القرار حتى تكون مرنة ومليئة للاحتياجات الخاصة بكل بلد ولكنها في نفس الوقت تسمح بإجراء المقارنة والقياس بين البلدان، ركزت هذه المجموعة على بعدين رئيسيين هما :

¹ طالي سميرة، سعد الله أمال، مرجع سابق، ص7.

- إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية، واستخدام الخدمات المالية من جهة ثانية، أدركت الشراكة العالمية من أجل الاشتغال المالي Global Partnership Financial Inclusion أن الاشتغال المالي هو عنصر رئيسي للتمكين في مكافحة الفقر وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية الشاملة مما يؤدي إلى زيادة التركيز والاهتمام بالسياسات والمبادرات من أجل الاشتغال المالي لتحقيق التنمية المستدامة حيث اتفق أعضاء الرابطة العالمية من أجل الاشتغال المالي GPFي في مؤتمر لوس كابوس الذي تم انعقاده سنة 2012 على تقديم توصية تشمل ثلاثة مؤشرات رئيسة للشمول المالي وهي:

- سهولة الوصول إلى الخدمات المالية

- الاستخدام الفعال للخدمات المالية من قبل كل المواطنين

- تعزيز جودة الخدمات المالية

أما في السنوات السابقة فقد تطور مفهوم الشمول المالي إلى أربعة أبعاد رئيسية وهي:

1. الوصول للخدمات المالية: ويشير إلى القدرة على استخدام الخدمات المالية من المؤسسات الرسمية، حيث يتطلب تحديد مستويات الوصول إلى تحديد وتحميل العوائق المحتملة لفتح واستخدام حساب مصرفي مثل تكلفة والقرب من نقاط الخدمات المصرفية، يمكن الحصول على بيانات تتعلق بإمكانية الوصول للخدمات المالية من خلال المعلومات التي تقدمها المؤسسات المالية .وتكمن مؤشرات قياس بعد الوصول إلى الخدمات المالية في النقاط التالية: ¹

- عدد نقاط الوصول لكل 10000 من البالغين على المستوى الوطني مجزأة حسب نوع الوحدة الإدارية.

- عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كيلو متر مربع، حسابات النفوذ الالكترونية.

- مدى الترابط بين نقاط تقديم الخدمة

- النسبة المئوية لأجمالي السكان الذين يعيشون في الوحدات الإدارية بنقطة وصول واحدة على الأقل

2. استخدام الخدمات المالية: يشير بعد استخدام الخدمات المالية إلى مدى استخدام الزبائن للخدمات المالية المقدمة

بواسطة مؤسسات القطاع المصرفي، من خلال تحديد مدى استخدام الخدمات المالية الذي يتطلب جمع بيانات حول

مدى انتظام وتواتر الاستخدام عبر فترة زمنية معينة .وتكمن مؤشرات هذا البعد في: ²

- نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب وديعة منتظم.

- نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب ائتمان منتظم، عدد حملة سياسة التأمين لكل

1000 من البالغين.

- عدد معاملات التجزئة غير النقدية للفرد الواحد.

- عدد معاملات الدفع عبر الهاتف.

- نسبة البالغين الذين يستخدمون حساب بنكي بشكل دائم ومتواتر

¹ فاطمة قادم، الشمول المالي ودوره في تعزيز الاستقرار المالي، مجلة المدير، مجلد 10، رقم 1، 2023، المدرسة العليا لتسيير والاقتصاد الرقمي، القطب الجامعي القليعة، ص 147.

² مرجع نفسه، ص 147-150.

- نسبة المحتفظين بحساب بنكي خلال سنة مضت
- نسبة البالغين الذين يتلقون 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

3. التمكين المالي: من المفاهيم الأساسية في تحقيق التنمية المالية الشاملة، حيث يُقصد به عملية تزويد الأفراد بالمعرفة، والمهارات، والثقة الكافية التي تمكنهم من اتخاذ قرارات مالية مدروسة وفعالة، بما يعزز قدرتهم على إدارة مواردهم المالية اليومية والتخطيط لمستقبلهم المالي. ويشمل التمكين المالي أيضًا إتاحة الأدوات والدعم الذي يُساعد الأفراد على السيطرة على حياتهم المالية بصورة عملية ومستدامة، وليس فقط على مستوى الفهم النظري للمفاهيم المالية.¹

4. جودة الخدمات المالية: تعتبر عملية وضع مؤشرات لقياس بعد الجودة هو تحدي في حد ذاته، حيث أنه على مدى السنوات السابقة انتقل مفهوم الشمول المالي إلى جدول أعمال الدول النامية حيث كان البد من تحسين الوصول إلى الخدمات المالية. عدم الوصول إلى الخدمات المالية لا يزال يسبب مشكلة ويختلف بحسب البلد ونوع الخدمات المالية، ومع ذلك تبقى الجهود متواصلة من أجل ضمان جودة الخدمات المالية والذي يعتبر تحديا يتطلب من المهتمين وذوي العلاقة لدراسة وقياس ومقارنة واتخاذ إجراءات تستند إلى أدلة واضحة فيما يخص جودة الخدمات المالية المقدمة. هذا البعد ليس بعدا واضحا ومباشرا، حيث يوجد العديد من العوامل التي تؤثر على جودة ونوعية الخدمات المالية مثل تكلفة الخدمات، وعي المستهلك، فعالية آلية التعويض بالإضافة إلى خدمات حماية المستهلك والكفالات المالية، وشفافية المنافسة في السوق بالإضافة إلى عوامل غير ملموسة مثل ثقة المستهلك.² وقد وضع تحالف الشمول المالي مجموعة من المؤشرات لقياس بعد الجودة والتي تم توضيحها كالتالي:³

- **القدرة على تحمل التكاليف:** مدى تكلفة الاحتفاظ بالحساب البنكي وخاصة لذوي الدخل المنخفض.
- **الشفافية:** يلعب الوصول إلى المعلومات دورا حاسما في الشمول المالي، حيث يجب على مقدمي الخدمات المالية أن يضمنوا حصول جميع الزبائن على معلومات ذات صلة بالخدمات المالية لتمكينهم من اتخاذ قرارات سليمة بشأن استخدام الخدمات المالية
- **الراحة والسهولة:** يقيس هذا المؤشر وجهة نظر الزبائن حول سهولة الوصول والراحة في استخدام الخدمات المالية.

¹ Canadian Foundation for Economic Education, Financial empowerment: Building financial capability in Canada, 2020. Retrieved from <https://cfec.org>, vu le : 12/06/2025.

² شراف عقون. تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة حالة البنك الوطني الجزائري بمدينة قسنطينة. مجلة العلوم الإنسانية، 2014، 203-236.

³ خالد محمد عبدالستار البطران، شيماء عبد الله عبد العال البطران، دور الشمول المالي كمتغير وسيط في العلاقة بين التكنولوجيا المالية وتعزيز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية-دراسة تطبيقية، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، المجلد 10، العدد 20، ص 431-485.

- **حماية المستهلك:** ينظر هذا المؤشر في القوانين والأنظمة المصممة لضمان حقوق المستهلك وحمايتها ومنع الشركات من الحصول على مزايا غير عادلة عن طريق الاحتيال والممارسات غير العادلة

ثانياً: مؤشرات الشمول المالي

- نجد انه لكل من الأبعاد السابقة العديد من النقاط التي يجب جمع بياناتها وتحليلها ليصبح كل بعد من هذه الأبعاد عبارة عن مجموعة من المؤشرات المختلفة والتي يمكن تلخيصها في كما يلي:¹
- مؤشرات قياس الوصول إلى الخدمات المالية متمثلة في عدد نقاط الوصول لكل 10.000 من البالغين على المستوى الوطني مجزأة حسب نوع الوحدة الإدارية بالإضافة إلى عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كم مربع إلى جانب حسابات النقود الالكترونية ومدى الترابط بين نقاط تقديم الخدمة وكذلك النسبة المئوية لإجمالي السكان الذين يعيشون في الوحدات الإدارية بنقطة وصول واحدة على الأقل.
 - مؤشرات قياس استخدام الخدمات المالية وتتحدد من خلال معرفة نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب وديعة منتظم بالإضافة إلى حسابات الإئتمان المنتظم ويعتبر عدد حملة سياسة التامين لكل 1000 من البالغين وعدد معاملات التجزئة غير النقدية للفرد الواحد وعدد معاملات الدفع عبر الهاتف من بين المؤشرات المعتمدة لقياس نفس البعد إلى جانب النسب المتعلقة بعدد البالغين الذين يستخدمون حساب بنكي بشكل دائم ومتواتر، والمحتفظين بحساب بنكي خلال سنة مضت، والبالغين الذين يتلقون تحويلات مالية محلية أو دولية أما فيما يخص الشركات فنجد في هذا البعد أن نسبة الشركات المتوسطة أو الصغيرة التي لديها حسابات مالية رسمية وعددها فيما يخص امتلاكها لحسابات ودائع أو لاكتسابها لقروض قائمة.
 - مؤشرات قياس جودة الخدمات المالية والتي تتكون من القدرة على تحمل التكاليف ومدى الشفافية في المعاملات إلى جانب مستوى حماية المستهلك خلال كل تعاملاته ودرجة الراحة والسهولة لإتمام المعاملات بالإضافة إلى التثقيف المالي والمتعلق بمدى معرفة البالغين للمصطلحات المالية الأساسية إلى جانب المديونية معبرا عنها بنسبة المقترضين الذين يتأخرون أكثر من 30 يوم عن سداد القرض وكيفية حل الأزمات المالية من قبل الزبائن لتنتهي بحساب نسب ومدى وجود العوائق الائتمانية.

كما نجد المتغيرات العامة للقياس العام للشمول المالي والمتمثلة في:

- عدد حسابات الودائع لكل 1000 نسمة.
- عدد حسابات الائتمان لكل 1000 نسمة.
- عدد السكان لكل مكتب بنك.
- عدد أجهزة الصراف الآلي لكل مليون نسمة.

1. مؤشرات قياس الشمول المالي على المستوى العالمي:

أ. المؤشر العالمي للشمول المالي Global Findex:

¹ عطيل هارون، مصطفىاوي محمد امين، الشمول المالي ومؤشرات قياسه العالمية والمحلية، مجلة الاقتصاد والتنمية، المجلد 8، العدد 1، 2020، جامعة يحي فارس بالمدينة، ص 50-51-52.

تعد قاعدة بيانات Global Findex أشمل مجموعة بيانات في العالم حول كيفية حفظ البالغين، الاقتراض، الدفع وإدارة المخاطر، تم إطلاق قاعدة البيانات بتمويل من مؤسسة Bill & Melinda Gates ، ويتم نشر قاعدة البيانات كل ثلاث سنوات منذ عام 2011 ، يتم جمع البيانات ب الشراكة مع Gallup Inc ، من خلال استطلاعات تمثيلية على المستوى الوطني لأكثر من 150.000 شخص بالغ في أكثر من 140 اقتصاد، وتضمن إصدار عام 2017 مؤشرات محدثة حول الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية وغير الرسمية واستخداماتها. ويضيف بيانات جديدة حول استخدام التكنولوجيا المالية fintech، بما في ذلك استخدام الهواتف المحمولة والإنترنت لإجراء المعاملات المالية.

ب. مؤشر المعرفة العالمي: (Global Knowledge Index)

مؤشر المعرفة العالم GKI هو مبادرة مشتركة بين برنامج الأمم المتحدة الإنمائي UNDP ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة MBRF. هذا المؤشر في نسخته الأولى في عام 2017 لتليه نسخة ثانية سنة بالنظر إلى الاختلافات في استخدامه ومعناه، يهدف GKI إلى تقديم فهم أكثر انتظاما للمعرفة من ناحيتين. إنه يقسم المفهوم إلى مكوناته التعليم قبل الجامعي، التعليم والتدريب في المجالين التقني والمهني TVET التعليم العالي، البحث والتطوير والابتكار RDI تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والاقتصاد، في بالإضافة إلى البيئة التمكينية العامة لذلك، فهي تدرك الطبيعة متعددة الأبعاد لنظم المعرفة في جميع السياقات والتطبيقات المتعلقة بالهياكل الاقتصادية والاجتماعية، وهذا يسمح باستكشافات أكثر وضوحا لسياسات المعرفة فيما يتعلق بالقطاعات المختلفة، كما أنه يمكن من ربط علمي يقوم على الأدلة بين التنمية ومفهوم المعرفة، تمشيا مع فكرة التنمية البشرية كما يطبقها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وكذلك مفهوم التنمية المستدامة الذي اتفق عليه قادة العالم في عام 2015 في خطتهم لغاية عام 2030 للتنمية المستدامة، بمجرد توضيح المفهوم وإرساء الصلة بالتنمية، يصبح من الممكن تقديم نهج أكثر شمولاً "ل التنمية القائمة على المعرفة". يمكن أن يواجه هذا صانعي السياسات والباحثين والمجتمع المدني والقطاع الخاص للعمل سويا على جوانب مختلفة من السياسات لتعزيز عملية تنمية تسعى إلى تزويد الأفراد - منذ سن مبكرة - بالمهارات اللازمة لإعدادهم للمستقبل جاء في أهم نتائج دراسة أثر المعرفة ومحو الأمية المالية على مستوى الشمول المالي في العالم خلال عام 2017 حول أنه يوجد تأثير للمعرفة عموما ومحو الأمية المالية خصوصا على مستوى الشمول المالي في العالم خلال نفس السنة

ج. مؤشر محو الأمية المالية Financial literacy:

إن انخفاض مستويات معرفة القراءة والكتابة المالية بالتزامن مع انخفاض الدخل هي من بين العقبات الرئيسية التي تحول دون شمول مالي أكبر، والمواطن بحاجة إلى حد أدنى من الثقافة المالية لإدارة أموره المالية، وهو في ذلك شبيه بالحاجة لحد أدنى من الثقافة الطبية، ولقد أدركت الدول المتقدمة أهمية نشر الثقافة المالية بين مواطنيها، وجعلتها مسؤولية الجميع ففي أمريكا أسس الكونجرس عام 2003 لجنة عرفت باسم لجنة التعليم والثقافة المالية وضعت إستراتيجية قومية للثقافة المالية، كما يقوم المصرف المركزي بالمساهمة مع المصارف التجارية والوزارات المختصة، ومؤسسات المجتمع المدني بتقديم برامج عدة متخصصة لنشر الثقافة المالية لنجاح الاندماج المالي في ماليزيا كان الاهتمام الذي أولته السلطات لحماية المستهلك ومحو الأمية المالية في هذا المجال أهمية كبيرة، بحيث تتخذ ماليزيا خطوات استباقية لتثقيف السكان، ومساعدتهم على إدارة شؤونهم المالية بشكل أفضل، والحد من استخدام الأموال النقدية واعتماد تقنيات جديدة، في الوقت نفسه،

توفر ماليزيا إطاراً مؤسسياً لحل شكاوى المستهلكين بسرعة، وتحظى المؤسسات المسؤولة عن معالجة شكاوى الخدمات المالية بتقدير كبير من جانب المجتمع الماليزي والمصرفيين، بحيث إنه مثال جيد يمكن للمؤسسات الأخرى المشاركة في تقديم الخدمات أن تضعه في الاعتبار من أجل تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة.

ثالثاً: أهداف الشمول المالي

مع تزايد الاهتمام العالمي بتوسيع نطاق الشمول المالي، وخلق التحالفات بين الهيئات والمؤسسات المالية العالمية للتنسيق والعمل، ضمن آلية مشتركة وموحدة، تنامي المنافع المتأنية جراء الشمول المالي. وترى المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء والبنك الدولي أن بناء نظام شامل هو الطريق الوحيد للوصول إلى الفقراء ومحدودي الدخل، وذلك لتحقيق أهداف الشمول المالي، ويمكن حصرها فيما يلي:¹

- تعزيز وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات والمنتجات المالية، لتعريف المواطنين بأهمية الخدمات المالية وكيفية الحصول عليها والاستفادة منها لتحسين ظروفهم الاقتصادية والاجتماعية.
- تسهيل الوصول إلى مصادر التمويل بهدف تحسين الظروف المعيشية للمواطنين وخاصة الفقراء منهم.
- تشجيع الأفراد على الادخار واستثمار الأموال بالطرق المثلى وذلك من خلال إعداد برامج موجهة لفئات المجتمع المختلفة لتعزيز ثقافة الادخار والاستثمار لديهم.
- تمكين الشركات الصغيرة جداً من الاستثمار والتوسع.
- الحد من مخاطر مزودي الخدمات والمنتجات المالية الذين يعملون خارج إطار النظام المالي الرسمي وبالتالي تعزيز قدرات وإمكانيات وضبط عرض الخدمات والمنتجات المالية وفق الأسس والتشريعات النافذة.
- تعزيز مشاريع العمل الحر والنمو الاقتصادي.

- المطلب الثالث: ركائز الشمول المالي ومعوقات تحقيقه

في هذا المطلب تم التطرق إلى أهم النقاط التي يركز عليها الشمول المالي بالإضافة إلى معوقات تحقيقه

أولاً: ركائز الشمول المالي

تكمن الركائز فيما يلي:²

1. **الحماية المالية للمستهلك:** وهذا من خلال حصول الزبون على معاملة عادلة وشفافة، وتسهيل وتيسير الحصول على الخدمات المالية بأقل التكاليف وجودة عالية. تزويده بالمعلومات الكافية والضرورية، وخدمات الاستشارة المالية، وحماية بياناته المالية، ونظم الأمان، وكذا ضرورة التثقيف المالي خاصة للفئات المهمشة.

¹ احمد خروبي لقواس، مرجع سابق، ص ص 243-244.

² بن قيدة مروان، واقع وأفاق تعزيز الشمول المالي في الدول العربية، مجلة الاقتصاد والتنمية، المجلد 9، العدد 18، مارس 2018، جامعة البليدة 2 لويسني علي، ص 95.

2. تطوير خدمات ومنتجات مالية تلبي احتياجات كافة المجتمع: لتيسير الوصول إلى الفئات الهشة والمؤسسات الصغيرة وفي المجتمع، وتلبية متطلباتها وإشراكها في النظام المالي. وهنا نشير إلى دور الجهات الإشرافية في تحقيق هذه الركيزة، من خلال تخفيف متطلبات التمويل وتخفيض العمولات والرسوم على الخدمات المقدمة وتعزيز المنافسة.

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

ثانياً: معوقات تحقيق الشمول المالي

إن الوصول إلى تطبيق الشمول المالي لا يخلو من معوقات تحول دون الوصول إلى تجسيد نظام مالي ومصرفي متشبع بفكرة الشمول المالي وفيما يلي نعرض أبرز هذه المعوقات:¹

رغم أن الشمول المالي بما يستهدفه من توسيع قاعدة المتعاملين مع البنوك مفيد للطرفين: البنوك والزبائن، إلا أن عوائق عديدة تحول دون انتشاره، منها أن الاقتصاد الموازي يمثل نسبة كبيرة غير معروف حجمها من الاقتصاد وهؤلاء لا يفضلون التعامل مع الحكومة بأي شكل، ويعتبرون البنك جزءاً من الحكومة ويمكن في اعتقادهم أن ينقل بيانات عن تعاملاتهم المالية للضرائب وغيرها من الأجهزة الحكومية.

قطاع آخر لا يفضل التعامل مع البنوك باعتبارها في تصورهم تتعامل بالربا، ورغم وجود عدد من البنوك الإسلامية ونوافذ إسلامية للعديد من البنوك التقليدية إلا أن جانباً من هؤلاء يرى أن البنوك الإسلامية تتعامل في أذون وسندات الخزنة ذات الفائدة الثابتة بعض المتعاملين مع البنوك لديهم تجربة سلبية تتمثل في ضياع وقت طويل لمجرد صرف شيك أو حوالة، ويتساءل هؤلاء إذا كان هذا الزحام الشديد بصالات فروع البنوك حالياً، فكيف سيكون الأمر لو استجاب الناس لدعوة الشمول المالي، والبعض يشكو ارتفاع قيمة العمولات والرسوم التي تحصل عليها البنوك.

التوقيت أيضاً لم يكن في صالح دعوة الشمول المالي حيث الغلاء الحاد وعدم توافر فوائض يمكن إيداعها بالبنوك، ورغم أن الشمول المالي يشمل الحصول على القروض وهو ما يحل مشكلة من تقل لديهم السيولة، إلا أن ارتفاع نسبة الفائدة حالياً معوق آخر، أما من يمارسون التجارة ويحققون أرباحاً جيدة يرون فائدة البنك ضعيفة بالمقارنة بما يحققونه، وآخرون يرون أقل من التضخم ولهذا يتجهون للعقار والأراضي لتحقيق أرباح عالية.

أما فيما يخص الحاجة للسيولة فتنتشر الجمعيات النقدية، بين الجيران وزملاء العمل لتوفير السيولة من دون فوائد، مع وجود الجانب الاجتماعي بإعطاء أولوية الحصول على مبالغ الجمعيات النقدية.

¹ عطيل هارون، مصطفىاوي محمد، مرجع سابق، ص 49-50

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للمنتجات البنكية

شهدت المنتجات البنكية ازدهارا كبيرا في السنوات الأخيرة، وقد تكون المنافسة بين البنوك في تقديم أفضل الخدمات وأكثرها نفعية وجودة أحد أهم الأسباب التي أدت إلى التطور التي تشهده سوق المنتجات البنكية.

المطلب الأول: مفهوم المنتجات البنكية

من خلال هذا المطلب تم التعرض الى مفهوم المنتجات البنكية من خلال عرض وتحليل بعض التعاريف بالإضافة الى توضيح اهم خصائصها

أولاً: تعريف المنتجات البنكية

وردت عدة تعاريف للمنتجات البنكية وذلك بسبب سماتها التي تميزها عن المنتجات المادية والملموسة ويمكن تعريف المنتجات البنكية على أنها كل خدمة منفردة منتجا منفصلا تتضمن خصائص ملموسة وغير ملموسة تشبع بها رغبات المستهلك¹

كما يمكن تعريفها على أنها مجموعة من الصفات الملموسة وغير الملموسة بما في ذلك العبوة واللون السعر والسمعة والمكانة، أي أن الزبون لا يقوم بشراء منتج ما لشراء خصائصه الطبيعية والكيميائية فقط بل يشتري بالإضافة إلى ذلك منتجا يشمل الغلاف والسعر والسمعة بحيث تتضافر جميع هذه العناصر لتحقيق إشباع حاجات ورغبات الزبون.² ويمكن تعريفها أيضا وبصورة عامة على أنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس.

وتعرف أيضا بأنها أنشطة أو منافع أو اشباع يقدمه طرف البائع مثلا لطرف آخر المشتري، وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب عن بيعها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس³

كما تعرف على أنها مجموعة من المنافع التي يحصل عليها المستهلك لإشباع حاجاته، وينبغي على مدير التسويق إدخال التحسينات المستمرة عليها لمقابلة هاته الاحتياجات المتغيرة والمتجددة لتصبح أكثر ملاءمة، أي تقديم خدمات جديدة تتناسب مع ظروف مجتمعه.⁴

¹ أحمد محمود الزامل وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، دار اثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2011، ص 87.

² أحمد محمد فهمي سعيد البرزنجي، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، مطبعة المنهج للنشر والتوزيع، بغداد، 2019، ص 119.

³ بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف- الجزائر، العدد 3، ديسمبر 2005، ص 253.

⁴ محمد العربي طاري، التسويق المصرفي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، جامعة الجزائر، 2007.2006، ص 14.

أما بالنسبة للتعريف الاجرائي ومن خلال ما سبق نستنتج أن:

المنتجات البنكية هي مجموعة من الخدمات المالية التي تقدمها البنوك لتمكين عملائها من إدارة أموالهم، وتشمل الحسابات، البطاقات، وغيرها من الخدمات والتي تهدف إلى تلبية احتياجات الأفراد والشركات وإشباع رغباتهم.

ثانيا: خصائص المنتجات البنكية

تتميز المنتجات البنكية بمجموعة من الخصائص على غرار عدم الملموسية وهو أن المستفيد من الخدمة لا يستطيع إعطاء قرارات أو آراء نابعة من تقييم محسوس من خلال حواسه المادية، لذلك نرى قرار شراء الخدمة أصعب من قرار شراء المنتج، والتلازمة وهو حضور مقدم الخدمة والمستفيد من الخدمة، أي بمعنى تشكل علاقة مباشرة بين مقدم الخدمة وبين المستفيد منها، نذكر منها ما يلي: ¹

1. عدم التجانس في تقديم الخدمة: إن الخدمة تعتمد في الأساس على مهارة وكفاءة مقدمها وزمان ومكان تقديمها لذلك تجد هناك تباينا واضحا في الخدمة المقدمة وذلك يرجع إلى العوامل التي تؤثر على تقديم الخدمة ومستوى الإشباع المتأتي منها.

2. تلاشي الخدمة: إن الخدمة تمثل فعل أو أداء معين ينتهي حين الاستفادة منها، هذا ما يهم المنظمات ويدفع بها إلى تحديد أسباب عدم وجود الطلب عليها لأجل وضع الحلول المناسبة لجذب طالبي الخدمة.

وقد حدد الكثير من الباحثين خصائص الخدمة في العناصر التالية:

3- الخدمة تنتج عند وقوع الطلب عليها: إن أهم ما يميز الخدمة هو إنتاجها بسبب وقوع الطلب عليها سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، فالمؤسسات الخدمية لا تقوم بتقديم الخدمة ما لم يكن هناك باحثون عن الاستفادة منها.

4. تغير الجودة: جودة الخدمة ترتبط ارتباطا وثيقا بمقدميها ووسائل تقديمها للمستفيد منها. في حين أن هناك من الباحثين من قد أشار إلى عنصر صعوبة تنميط الخدمة، أي أنه من الصعوبة بمكان أن تتم عملية تقديم الخدمة من قبل ذلك بحكم تنوع المجالات والمعاملات.

وقد أضاف باحثون آخرون عنصر انتقال الملكية الذي يعني أن المنتج المادي يستخدم ويستهلك ويمكن أن يتم تخزينه حتى يبيعه لكن الخدمة خلاف ذلك، فالمستفيد الذي يحصل على الخدمة يستطيع امتلاكها لوقت معين لقاء المنفعة التي قد حظي بها.

¹عبد الحفيظ حسام الدين، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية دراسة حالة مجموعة من البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه، تخصص بنوك، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2020، ص 15 ص 16.

المطلب الثاني: أنواع المنتجات البنكية

تركز البنوك على منتجاتها كونها تعتبر أهم عنصر لجذب الزبائن، توفر البنوك مجموعة من الخدمات والتي تستهدف فيها إشباع رغبات عملائها وتوفير حاجاتهم، تهدف البنوك لجذب أكبر عدد من الزبائن من خلال تطوير منتجات تتماشى مع البيئة التنافسية التي تخوض في مضمارها البنوك المنافسة الأخرى. حيث تعدد المنتجات البنكية التي تقدمها البنوك ويمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين المنتجات التقليدية والمنتجات الحديثة.

أولا - المنتجات البنكية التقليدية:

1 - الودائع المصرفية: تنقسم الودائع بالنظر إلى معيار حرية المودع في استرداد الوديعة إلى عدة أنواع¹، وذلك حسب حق صاحب الوديعة في استردادها، ويمكن توضيحها فيما يلي:

أ. الودائع تحت الطلب أو الودائع الجارية:

تعتبر الودائع لدى الطلب أو الوديعة الجارية من أكثر الودائع المصرفية شيوعا وأهمها، حيث تمثل الجزء الأكبر من موارد البنك، وتعرف على أنها بين البنك والعميل يودع بموجبه هذا الأخير مبلغا من النقود لدى البنك على أن يكون له الحق في سحبه دفعة واحدة، أو على دفعات عند الطلب وبحسب رغبته ودون إخطار سابق، وتتضمن هذه الودائع التزاما فوريا في أي لحظة على المصرف بالدفع مما يتعين عليه أن يكون على استعداد دائم لمقابلة السحب منها.

ويتم هذا النوع من الودائع عادة بتسليم البنك للعميل دفتر شيكات، ولا يتحصل العميل عن هذا النوع من الودائع أية فائدة وإن منحت تكون ضئيلة، ويقصد المودع هنا استخدام الوديعة كأداة لتسوية التزاماته عن طريق الشيكات أو أوامر التحويل المصرفي.²

ب. الودائع بشرط الإخطار المسبق:

وتعتبر صورة من صور ودائع النقود، ويصطلح عليها أيضا اسم الوديعة بإذار أو تحت إشعار، وهي تتمثل في مبالغ تودع لدى المصرف لمدة غير محددة يحق للمودع سحبها بعد توجيه إخطار إلى المصرف مدته يتفق عليها عند الإيداع، وقد جرى العمل المصرفي على أن يتم الاتفاق بتحديد مدة بعد الإشعار يجب على المصرف خلالها أو بإنائها أن يسلم المبلغ المطالب به من قبل المودع، وهذا يكون حق المودع في الاسترداد مقيد بشرط إشعار المصرف المودع لديه بفترة زمنية معينة يتفق عليها.

¹ بن السيليت نصيرة، القرى عبد الرحمان، تقديم البنوك التقليدية للمنتجات المصرفية الإسلامية وواقع تطبيقها في الجزائر. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، المجلد 1 العدد 06، ص ص 265-278.

² زيار الشاذلي، دراسة لأنواع الودائع المصرفية في التشريع الجزائري، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 2، مخبر أفاق الحوكمة للتنمية المحلية المستدامة، المركز الجامعي سي الخواس بريكة، 31. 12. 2022، ص ص 210. 206.

ج. الودائع لأجل الحسابات المؤجلة: ويقصد بها الودائع التي يتفق على عدم استرجاعها إلا بعد أجل معين ستة أشهر أو سنة، وهي اتفاق بين المصرف والمودع، حيث يتم إيداع مبلغ محدد لدى المصرف ولا يجوز سحبه قبل تاريخ معين، كما ويعطي البنك لزبونه وثيقة بالمبلغ المودع على أن يقدمها الزبون في نهاية المدة إلى البنك ليستلم المبلغ المدون فيها مضاف إليه الفائدة للمدة المذكورة، كما يحصل المودع على فائدة بصفة دورية أو بصورة كاملة عند نهاية مدة الإيداع، إذ كلما زاد المبلغ أو كلما طالت فترة الإيداع كلما يحصل المودع على معدل فائدة أعلى، ويعتبر هذا النوع الأفضل بالنسبة للبنوك، نظرا للحرية الكبيرة في استخدامها طوال الفترة المتفق عليها، دون أي تهديد ولهذا يكون سعر الفائدة مرتفعا، و هنا بعضا من البنوك تيسر على عملائها، فيمكن لهم استرداد وديعتهم قبل حلول أجل الاسترداد، شرط تقديم مبرر كما سيؤثر على قيمة الفائدة المستحقة.¹

د حسابات التوفير أو ودائع التوفير: وهي الودائع التي يسلم فيها العميل النقود إلى البنك، والهدف من هذا النوع هو تشجيع صغار المدخرين على إيداع مدخراتهم للاستفادة من مزايا هذا النوع من الحسابات، والذي تغلب عليه الصفة الادخارية، إذ يعتبر أصدق تمثيل للادخار الشعبي في المجتمع، ويقوم البنك في هذا النوع بإصدار دفتر توفير يذكر فيه اسم من صدر لصالحه ويدون فيه المدفوعات والمسحوبات، وتكون البيانات الواردة بالدفتر الموقع عليها من موظف البنك حجة في إثبات تلك البيانات في العلاقة بين البنك ومصدر الدفتر لصالحه، ويجوز إصدار دفتر توفير باسم القاصر ويكون للقاصر ولكل شخص آخر حق الإيداع في هذا الدفتر، ولا يكون للقاصر حق السحب منه وفقا للأحكام العامة في القانون من حيث الأهلية وسلطة الولي والوصي.²

2. القروض المصرفية: تعتبر القروض أهم استخدامات البنك إذ أنها تأخذ الحصة الأكبر من جانب الأصول وعائدها، ويعتبر أكبر إيراد تتحصل عليه البنوك، لهذا على مسير البنك أن يكون حذرا في منحها من خلال وضعه لسياسات محكمة وملائمة تتضمن سلامتها من الضياع.³

أ. أنواع القروض: إن القروض الحديثة التي تمنحها البنوك التجارية لها نفس طبيعة القروض التقليدية هي أموال تمنحها البنوك لمتعاملينها من أجل تمويل أي نشاط اقتصادي ولكن الاختلاف الجوهرى هو في طريقة تقديمها للقروض وهذه

¹ Ibrahim, D. MENAFSIR ULANG BEBERAPA POIN PENTING DALAM HUKUM KELUARGA ISLAM DENGAN PENDEKATAN TEORI MAQASHID. In The 7th International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization, 2019, p. 179.

² صالح احمد على جامع، رحاب قريب الله الإمام فضل الله، دور البنوك التجارية في تمويل التنمية الاقتصادية في السودان (للفترة من 2000-2023م). مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد 06 العدد 05، 2025 ص ص 396-414.

³ - حاج عبد الله، القروض المصرفية المتعثرة: مفهوما، أسبابها وطرق قياسها، مجلة كلية السلام الجامعة، العدد 06، المجلد 01، 2023، ص 20.

الأخيرة هي التي تعطي للقرض سمة الحداثة، حيث أنها أصبحت تتعامل بالإضافة إلى الطرق التقليدية بوسائل الاتصال المتطورة كالإنترنت، الهاتف النقال، التلفزة الرقمية... إلخ.¹

إذ أن تسوية كل المعاملات والإجراءات الخاصة بالقرض تتم عن بعد وتحول بعد ذلك قيمة القرض مباشرة إلى الجهة المستفيدة أو يتم تعبئتها في البطاقات الإلكترونية.

ويمكن تقسيم القروض حسب عدة معايير تتمثل فيما يلي:²

أ. من حيث الآجال: ونميز نوعين أساسيين:

القروض قصيرة الأجل: وهي قروض مدتها لا تتجاوز سنة توجه لتمويل النشاط الاستغلالي للمنشآت ويتم تسديدها في نهاية العملية الممولة ولها عدة أشكال كخصم الأوراق المالية، بمعنى أن يمنح البنك لحاملها ما يعرف بالقيمة الحالية للورقة التجارية مقابل عمولة يقطعها تسمى الأجيو، وهذا قبل تاريخ استحقاق الورقة، وبعدها يقوم البنك بتحصيل قيمتها من المدين عند تاريخ استحقاقها، اعتمادات الصندوق وهي الأموال التي يقدمها البنك للعميل مقابل وعد بالوفاء في الموعد المحدد مع دفع فائدة والغرض منها هو توفير السيولة الآنية ويمكن تقسيمها إلى عدة أقسام:

- **السحب على المكشوف:** هو سحب العميل ما يزيد عن حسابه الجاري الموجود لدى البنك وذلك بدفع فائدة تتعلق بفترة سحب المبالغ المدينة، ويتوقف البنك عن فرض الفوائد بمجرد عودة الحساب من مدين إلى دائن، ويستعمل عادة لسد العجز الناجم عن عدم كفاية رأس المال العامل.
- **اعتماد الموسم:** هي قروض موسمية تعطى لمساعدة المنشآت التي يكون نشاطها موسمي وذلك لأنها تشهد في مرحلة من مراحل نشاطها زيادة في الحاجة إلى رأسمال العامل نتيجة لتوسيع أو زيادة نشاطها لهذا تلجأ إلى هذا النوع من القروض.
- **القروض بتوقيع:** هي إلتزام البنك بدفع مبلغ معين بدل المدين للجهة الدائنة في حالة عجز المدين عن السداد وتنقسم إلى:
- **الضمان الاحتياطي:** جاءت عن طريق وثيقة التحويل ويتم فيها التعاقد عن طريق الموثق بين المستفيد منها هو الشخص الطبيعي أو المعنوي والبنك، كما يتم تحديد للمبلغ الذي يضمنه البنك.
- **الكفالة:** ومفادها أن شخص يضمن آخر وتعطى عادة للبلديات، الولايات صناديق التوفير، وتظهر في المناقصات خاصة وذلك لتفادي عدم التزام العميل بالقيام بالمشروع وكذلك تعطى للجمارك لأخذ السلع من الميناء.
- **الاعتمادات المستندية:** هي مرتبطة أساسا بعمليات التجارة الخارجية حيث يتوسط بنك أو أكثر بتسديد قيمة السلع المستوردة وتحصيل قيمة السلع المصدرة.

¹ موساوي أسية، أزمة القروض المصرفية المتعثرة، أطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية، جامعة الجزائر 3: كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، 2016.

² ميهوب سماح، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، بنوك وتأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2004/2005، ص 12. 13. 14.

- القروض طويلة الأجل (قروض الاستثمار): يوجه عادة هذا النوع من القروض لتمويل الأصول الثابتة وهذا هو السبب في طول مدتها التي تتراوح ما بين 2 سنة إلى 7 سنوات، لهذا تفرض البنوك سعر فائدة مرتفع عليها، وتكون حذرة فيمنحها، ويتم منح هذا النوع من الخدمة مقابل ضمانات وهذا راجع للمخاطر التي ينطوي عليها هذا النوع، وتلجأ البنوك إليه عندما تكون لديها أموال جامدة تزيد عن حاجة تعاملها.

2 - من حيث نشاط التمويل: أي حسب الغرض الذي يرغب المستثمر في تحويله وهي. قروض استهلاكية وتستخدم للحصول على سلع استهلاكية من خلال تعبئة بطاقة الائتمان أو لمواجهة مصروفات مفاجئة أو استثنائية كالمريض، الوفاة، الدراسة... إلخ. أما القروض الإنتاجية فتوجه هذه الخدمة لتمويل كل أوجه النشاط التجاري كالزراعة، الصناعة والخدمات بهدف توفير رأس المال العامل لأغراض التشغيل.

3. القروض من حيث نوع الضمان: يعتبر الضمان الوسيلة الأكثر تأمينا من خطر عدم السداد، لأنه يسمح للبنك باستلام حقوقه عندما يعجز العميل عن التسديد وينقسم هذا النوع إلى قسمين رئيسيين هما: ¹
أ. القروض بدون ضمانات: عادة ما يقدم للمقترضين المعروفين بمجديتهم في التعامل والتزامهم بمقتضيات الاتفاق ومراكزهم المالية القوية، ويمنح هذا النوع في ظروف خاصة إلا أنه في أي حالة لا يجب التوسع في منح هذا النوع حتى لا تتوسع دائرة المخاطر.

ب. القروض بضمانات: معظم القروض الممنوحة تكون مضمونة وتعرف باسم ضمانات تكميلية، لأنها تطلب لتكملة عنصر الثقة، ويعتبر هذا النوع الأكثر رواجاً في الميدان المصرفي وتأخذ عدة أشكال:

- قروض بضمان بضائع: مثل السيارات الأجهزة الالكترونية الأخشاب... إلخ، ويشترط في البضائع سهولة التسويق وعدم قابليتها للتلف، وغيرها من الشروط الأساسية حتى يضمن البنك حقه.
- قروض بضمان أوراق مالية: تقبل الأوراق كضمان أصلي، أو ضمان إضافي، وتتميز بقلّة مرونتها نسبياً، ويشترط أن تكون هذه الأوراق مدرجة في البورصة.
- قروض بضمان رهن عقاري: يمكن أن تقبل المصارف التجارية العقارات كرهن إضافي للقروض، حيث يقدم العميل عقارا كضمان، فإذا تخلف العميل عن السداد أصبح العقار تحت تصرف البنك.
- قروض بضمان المحلات التجارية والصناعية: المحل التجاري أو المصنع رنا تجاريا حيازيا كونه مالا منقولاً، غير انه يمكن رهن المحل رهنا تجاريا حتى لا تتعطل التجارة، وهذا ما تقوم به البنوك التجارية، وتصبح سلطة البنك رسمية على المحل أو المصنع إذا لم يدفع العميل ما عليه.

¹ لوراني إبراهيم، القروض البنكية وإجراءات منحها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية دراسات اقتصادية، المجلد 2، جامعة زيان عاشور بالجلفة، 2017، ص 202.

ج. **المنتجات البنكية الحديثة:** تقدم البنوك مجموعة متنوعة من المنتجات البنكية الحديثة المتمثلة في حزمة الخدمات الإلكترونية التي تعتمد على الوسائل المصرفية الحديثة وأهمها:¹

- **الشبكات الإلكترونية:** وهي مثل الشيك التقليدي، أمر بالدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ مسمى إلى المستفيد (أو حامله)، غير أنه يختلف عنه في أنه يرسل إلكترونيا عبر الانترنت، فبعد أن يستلم المستفيد الشيك يرسله إلى البنك ليتم تحويل المبلغ لفائدته، ثم يعيده إلى المستفيد مؤكدا له عملية التحويل.
- **البطاقات البلاستيكية الممغنطة:** وهي البطاقات المدفوعة مسبقا، وتكون القيمة المالية مخزنة فيها، ويمكن استخدامها في نقاط البيع التقليدية وتنقسم هذه البطاقات إلى (بطاقات الخصم بطاقة السداد الشهري، البطاقة الائتمانية... إلخ)
- **النقود الإلكترونية البرمجية:** وهي عبارة عن بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الحاسب الشخصي أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله إلى الحاسب الآلي لنقل القيمة المالية عبر الانترنت، وتكون البطاقة مزودة بشريحة حسابية قادرة على تخزين بيانات تعادل خمسمائة ضعف.
- **الصكوك الإلكترونية:** وهي المكافئ للصكوك الورقية التقليدية، ويشير الصك الإلكتروني إلى الرسالة الإلكترونية الموثقة والمؤمنة التي يرسلها مصدر الصك إلى مستلم الصك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الأنترنت ليقوم المصرف بتحويل قيمة الصك المالية إلى حساب حامل الصك.
- **بنك الهاتف النقال:** حيث تعتبر خدمة الويب المصرفي من أحدث التقنيات التي تقدمها البنوك وهي تتيح لعملاء البنك الوصول إلى حساباتهم المصرفية وإجراء معاملاتهم عبر أجهزة الهاتف بيسر وأمان، وفي أي مكان وعلى مدار 24 ساعة.
- **البطاقات المصرفية:** تنقسم البطاقات المصرفية إلى:²
 - **البطاقات الائتمانية:** وهي أكثر وسائل الدفع الإلكتروني انتشارا واستعمالا، وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية للوفاء بالالتزامات وتصدرها البنوك ومؤسسات التمويل الدولية لصالح الزبائن الذين لديهم حسابات مصرفية، حيث سمية ببطاقة ائتمان لأنها تمنح لحاملها إمكانية الحصول على ائتمان مجاني يتم تسديد قيمته خلال فترة زمنية معينة، تشبه البطاقة الائتمانية البطاقات غير الائتمانية في طريقة الاستخدام والاعتماد من قبل المشتري إلا أنها تمنح مرونة أكثر لصاحبها في تسوية تعاملاته التجارية.
 - **البطاقة غير الائتمانية:** وهي بطاقات لا تمنح لصاحبها الحق بعملية الدفع المسبق أو التسوية لمستحقاته إلا إذا توفرت فعليا على الأموال المقابلة لعملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح لصاحبها أي ائتمان أو قرض.
 - **البطاقات الذكية:** ظهرت هذه البطاقات الذكية تماشيا مع التطورات التكنولوجية وتعد من أحدث البطاقات المنتجة بالعالم، حيث يستخدم فيها تقنيات تكنولوجية متطورة تضاف دائرة إلكترونية بالشريط الممغنط، تحتوي هذه

¹ مجلول خيرة، مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة لعينة من البنوك العمومية بولاية تيارت، أطروحة دكتوراه، إدارة وتسيير المؤسسة، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تبسمسليت، 2022/2021، ص 130/131.

² حسينية نايلي، الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية محدادها وآثارها على ولاء الزبائن، أطروحة دكتوراه، اقتصاد نقدي بنكي، جامعة 8 ماي 1945 قللة، 2023/2024، 35/33.

الدائرة على البيانات وتعليمات مخزنة خاصة بالعميل، كما تخزن أيضا المعاملات التي كان يقوم بها العميل سواء عمليات شراء أو سحب نقدي، والتي تخصم مباشرة من البطاقة مما يعطي أمان أكبر للعميل والبنك والتاجر، وتعرف البطاقة أيضا بالبطاقة الرقاقة smard cards.

- **المحفظة الإلكترونية:** ظهرت المحفظة الإلكترونية نظرا لضرورة استخدامها وسهولة التواصل بها عبر الإنترنت، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة تحتوي على قيمة نقدية، يتم تثبيتها على الحاسب الشخصي أو تخزينها على قرص صلب في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه وإليه عبر الشبكة باستخدام برامج معينة.

المطلب الثالث: تطوير المنتجات البنكية

أولاً: مفهوم تطوير المنتجات البنكية

لا يوجد هناك تعريف محدد أو متفق عليه بين الباحثين في هذا المجال لتعريف ما هو تطوير المنتجات، وذلك لأن مفهوم تطوير منتجات جديدة هو مصطلح متعدد الأبعاد، ونسبي في الوقت نفسه، إضافة إلى ذلك إن الغالبية العظمى من المنتجات التي تم تطويرها ماهي إلى تحسينات وعمليات تطوير على منتجات حالية من نواحي متعددة. وبناء على ما سبق فلقد اقترح تعريف لتطوير المنتجات: تطوير المنتج هو أي شيء يمكن تغييره أو إضافته أو تحسينه أو تطويره على مواصفات وخصائص المنتج سواء المادية الملموسة أو غير الملموسة أو الخدمات المرافقة له ويؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلكين الحالية والمرتبقة في قطاعات سوقية مستهدفة، ويكون المنتج جديدا على الشركة أو السوق أو المستهلكين أو جميعهم معا، وبغض النظر عن درجة التقدم التكنولوجي المستخدمة في تطوير هذا المنتج الجديد، ويشمل مواصفات المنتج، علامته التجارية، خدمات المستهلكين، سعره، ترويجه، توزيعه، خدمات ما بعد البيع، التغليف، والتعبئة، الضمانات المقدمة، وطرف الدفع أو حتى عملية إعادة إحلال المنتج في قطاعات سوقية معينة. وحسب التعريف السابق فإن تطوير الخدمات المصرفية يعني إدخال وإضافة مزايا جديدة للخدمات المصرفية القائمة بما يتماشى واحتياجات الزبائن ؛ بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات.¹

ثانياً: أهمية تطوير المنتجات البنكية

إن جهود المصرف المتعلقة بتطوير خدماته لا بد أن تتم في إطار الإستراتيجية الشاملة للمصرف، وذلك بالاهتمام بالابتكار والتجديد في الخدمات المصرفية، وتنبع أهمية الابتكار والتطوير من مجموعة من الاعتبارات نذكر أهمها فيما يلي:²

¹ بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، فرع تسيير، جامعة الجزائر 3، 2011 / 2012، ص 82. 83.

² لخضر بن أحمد، المنظومة المصرفية الجزائرية وحتمية تطوير و عصنة جودة الخدمة كمدخل لدعم القدرة التنافسية. مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، المجلد الأول، العدد 04، جامعة الجلفة، 2011، ص ص 243-265.

- التغيير المستمر في أذواق ورغبات الزبائن، وبالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية يصبح ضروري لضمان الاستمرار في السوق وجلب زبائن جدد.
- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي وتسخيرها لخدمة الزبائن.
- مواجهة المنافسة المحتدمة في السوق المصرفية، حيث تعتمد المنافسة بين المصارف على جوانب الابتكار والتطوير وإيجاد أفكار جديدة تترجم في شكل خدمات لتحقيق رضا الزبائن.

ثالثا: المعالم الخاصة لتطوير المنتج المصرفي

يمكن تقسيم عملية تطوير المنتج إلى خمس مراحل هي: ¹

- توليد الفكرة
 - تقليص الأفكار
 - تحليل العميل
 - التطوير الفني
 - طرح المنتج على نطاق تجاري
- لا تمتلك معظم الخدمات المصرفية جانبا ماديا، وعليه فالخدمات لا تمر في الغالب في مرحلة التطوير الفني، على عكس السلع التي يتطلب إنتاجها أعلى درجات التطوير الفني، وبتكاليف باهظة أحيانا، وبسبب عدم الأهمية النسبية لمرحلة التطوير الفني في المصارف، فإن الخدمة المصرفية الجديدة غالبا ما تقدم خلال فترة قصيرة وبتكاليف منخفضة وهناك معالم محددة لتطوير المنتج المصرفي تتمثل في:

- أن الخدمة الجيدة التي تضاف إلى نطاق الخدمات المصرفية القائمة غالبا ما تجد طريقها إلى التقليد أو الإستنساخ من قبل المصارف المنافسة، ما يتسبب بصعوبة تمييز المنتج المصرفي من خلال إضافة خدمات جديدة.

- أن هناك ميلا طبيعيا لانتشار الخدمات المصرفية، يعزى لسرعة وملاءمة سعر تقديم الخدمات الجديدة من قبل المصارف المنافسة والتي اعتادت تقليد كل جديد يطرح في السوق.

ولأن الخدمة الجديدة تضاف إلى نطاق الخدمات القائمة باستمرار ضئيل في الوقت والمال معا، فإن المصارف لا تقوم في الغالب بإجراء بحوث تسويقية شاملة بسبب ضعف الأهمية النسبية لمرحلة التطوير الفني للمنتج المصرفي، وبالتالي إهمال جانب بحوث التسويق نتيجة لذلك يزيد من أهمية مرحلة تقليص الأفكار، لأن مرحلة تقليص الأفكار تساهم في السيطرة على حالة انتشار الخدمة وتقليدها من قبل كافة المصارف في آن واحد، وينبغي الحكم على الأفكار الخدمية الجديدة في ضوء الأهداف الإستراتيجية للسوق، والطرق التي يتم من خلالها تطوير المنتج لبلوغ هذه الأهداف.

¹ أحمد محمود الزامل، وآخرون، مرجع سابق، ص 92.

رابعاً: أشكال تطوير المنتج البنكي

إن تطوير الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف يمكن أن يتم عن طريق:¹

1 - إضافة خدمات مصرفية جديدة:

ينطوي هذا المدخل في تطوير الخدمات المصرفية على زيادة عدد خطوط الخدمة التي يقدمها المصرف إلى عملائه، ولذلك فإنه ينبغي توسيع خطوط الخدمة وتنويعها ولا يجب أن يفهم ذلك على أنه شكل من أشكال التميز من الخدمات المقدمة، فخط الخدمة الجديدة يجب أن يكون قادر على إشباع حاجات مالية أو ائتمانية لدى الزبون غير تلك الحاجات التي يتم إشباعها من قبل الخطوط الأخرى للخدمات.

2 - إعادة تصميم الخدمة من حيث عناصرها ومواصفاتها:

من المعروف أن مدى الخدمات التي يقدمها المصرف التقليدي واسع جداً إلى درجة التي يمكن من ترويجها بفاعلية بل وترويج المصرف ككل، والحقيقة أنه ضمن هذا المدى يوجد مجموعات من الخدمات المرتبطة المقدمة بحاجات قطاعات معينة من الزبائن ومع ذلك فإنه بالنظر إلى عدم إمكانية ترويج كل الخدمات فإن الزبون لا يكون مدركاً لتطابق الخدمة المصرفية المقدمة وتلائمها مع حاجاته، ولتحقيق التمييز في الخدمة المصرفية وتحويل زبائن المصارف الأخرى المنافسة إلى التعامل مع المصرف فإنه يمكن تقديمها لقطاعات سوقية معينة.

3 - تكييف وتوسيع الخدمات الحالية:

إن تعزيز الخدمة المصرفية يمكن أن يتم بدون أي تغيير جوهري في الخدمات الحالية فمثلاً تعتبر أية زيادة في الحسابات المضمونة من قبل بطاقة ضمان الشيك أو زيادة في عدد ونوع تجار التجزئة المشاركين في نظام البطاقة الائتمانية شكلاً من أشكال التطور التي لا تتضمن أي تغيير جوهري في الخدمة المصرفية وفي المدى البعيد فإن هذا الشكل للتطوير الخدمي يمكن أن يكون ضرورة مستمرة يحتاج إليها المصرف لمجاراة منافسيه.

4 - حذف بعض الخدمات:

بسبب تقادمها، أو لأنها لا تتلاءم مع حاجات ورغبات الزبائن بالأسواق، وهذا من أجل إتاحة الفرصة لتطوير خدمات أخرى بديلة ذات قدرة أكبر على إشباع حاجات ورغبات الزبائن وبما يحقق أهداف المصارف بدرجة أفضل، كما تأخذ عملية تطوير المنتج المصرفي أشكالاً مختلفة أخرى هي:

— إعادة دمج الخدمات المصرفية للحصول على منتجات مصرفية جديدة.

— إحداث تغيير أو إجراء توسيع في الخدمات المصرفية المقدمة.

خامساً: إستراتيجيات تطوير المنتجات البنكية

¹ بن أحمد لحضر، مرجع سابق، ص 87. 88.

أمام المصرف عدة إستراتيجيات لتطوير خدماته ومنها:¹

1 - إستراتيجية تنمية وتطوير السوق:

وتعني إشباع حاجات ورغبات قطاعات سوقية جديدة بالاعتماد على خدمات مصرفية حالية مثل تدعيم وتوسيع شبكات التوزيع للوصول إلى مناطق جديدة أو تطوير مواصفات في الخدمة وتكثيف حملات الترويج يكون الهدف منها تعريف هؤلاء الزبائن الجدد بالخدمة، أو القيام بالبحث عن عملاء جدد إضافة للمحافظة على الحاليين منهم.

2 - إستراتيجية اختراق السوق:

وتعتمد هذه الإستراتيجية على قيام المصرف بزيادة حجم تعامله من خدماته الحالية في سوقه الحالي وذلك من خلال تشجيع الزبائن الحاليين على زيادة حجم تعاملهم بالخدمات الحالية ومحاولة جذب عملاء المصارف المنافسة لشراء خدماته، كما يسعى أيضا إلى استقطاب عملاء محتملين لهم خصائص تشبه خصائص الزبائن الحاليين.

3 - إستراتيجية تطوير الخدمات الجديدة وتحسين الخدمات الحالية:

وفيها يتم الدخول إلى السوق الحالية بمنتجات جديدة أو خدمات حالية إلا أنه تم تحسينها وتعديلها في ناحية ما لتلائم حاجات ورغبات الزبائن.

4 - إستراتيجية التنويع:

يكون التطوير على مستويين، أي الدخول بخدمات مصرفية جديدة والتي عادة ما تكون خارجية عن نطاق الخدمات المألوفة أو اختراق أسواق جديدة أيضا.

¹ كريمة بن شريف، عبد الحق رايس، أثر تفعيل الابتكار في المنتج وتطوير خدمات مصرفية جديدة، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد 1، المجلد 8، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023، ص 126.

خلاصة الفصل الأول

تناول هذا الفصل الإطار النظري العام لموضوع الدراسة، من خلال التطرق إلى نشأة ومفهوم الشمول المالي، وخصائصه وأهميته في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إضافة إلى استعراض أهدافه وأبعاده الرئيسية ومؤشرات قياسه مع توضيح أهم ركائزه ومعوقات تحقيقه، وقد تبين أن الشمول المالي يمثل ركيزة أساسية لبناء نظام مالي عادل وفعال، يضمن تمكين مختلف فئات المجتمع من الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية. كما تم تطرق الفصل إلى المنتجات البنكية من حيث مفهومها، خصائصها وأنواعها، وتم تسليط الضوء على مفهوم تطويرها وأهمية تطويرها لتحقيق القيمة المضافة وجذب أكبر عدد من الأفراد وتحقيق رغباتهم، وقد تم التأكيد على أن تنويع وتكييف هذه المنتجات يُعدّ شرطاً ضرورياً لتوسيع قاعدة الشمول المالي.

الفصل الثاني:

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية

الريفية وكالة برج بوعريرج

تمهيد:

بعدما تم التطرق في الفصل السابق للجانب النظري من الموضوع سننتقل في هذا الفصل إلى الإطار التطبيقي للدراسة، والذي يمثل المرحلة الأهم في اختبار الفرضيات وتحقيق أهداف الدراسة، وفي هذا الإطار تم تقديم نبذة عن البنك مكان الدراسة، وتقديم عينة الدراسة التي تم اختيارها بشكل عشوائي والمتمثل في زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعرييج، وقد تم تحليل المعلومات المتحصل النتائج المتحصل عليها وتفسيرها وفقا للمعايير العلمية، وذلك بهدف التوصل إلى واقع تطوير المنتجات البنكية ودورها في تحقيق الشمول المالي.

وقد تم الاعتماد على برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (spss) لمعالجة البيانات المستوحات من الاستبيان الذي تم توزيعه على أفراد العينة لمعرفة آراءهم حول تطوير المنتجات البنكية كمتغير مستقل وعلاقته بتحقيق الشمول المالي كمتغير تابع.

حيث تم تفصيل ما سبق حسب مايلي:

المبحث الأول: عينة وأدوات الدراسة

المبحث الثاني: نتائج الدراسة تحليلها وتفسيرها ومناقشتها

المبحث الأول: عينة وأدوات الدراسة

سننظر في هذا المبحث إلى تحليل مجتمع وعينة الدراسة وكذلك متغيرات وبيانات الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: عينة الدراسة

يتمثل المجتمع الكلي لهذه الدراسة في مجموعة من الزبائن والزبائن في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية برج بوعريرج.

أولاً: التعريف بالبنك محل الدراسة (بنك الفلاحة والتنمية الريفية):

1-تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة مالية تم إنشاؤها يوم 13 مارس 1982 تحت الإطار القانوني مؤسسة ذات أسهم تشغل منذ 41 عام يهدف بنك الفلاحة والتنمية الريفية على ترقية القطاع الفلاحي، التنمية الريفية، قطاع الأغذية الزراعية، الصيد البحري وتربية المائيات بالجزائر عبر تقديم باقة متنوعة من المنتجات والخدمات المالية والرقمية لدعم ومرافقة عملائنا في تحسين وتطوير نشاطهم.

من أجل تحقيق هذه الغاية يجند بنك الفلاحة والتنمية الريفية تحت تصرف عملائه 340 وكالة تتضمن 8000 موظف موزعين عبر التراب الوطني يضمون لكم عن طريق النظام المعلوماتي الجديد خدمة أمنة وسريعة¹.

حسب الكثيرين من المتخصصين والمهتمين بالجهاز المصرفي الجزائري فان بنك الفلاحة والتنمية الريفية يحتل موقعا متميزا ضمن الهيكل المصرفي الجزائري، ليس فقط لأنه الأكثر انتشارا عبر التراب الوطني، بل لأنه البنك الذي يحظى بسمعة كبيرة سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي العالمي. ولقد اعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية وفقا لدراسة قامت بها هيئة Bankers Almanach في سنة 2001 على انه: ²

- أول بنك في الجزائر حسب كل المعايير.
- يعتبر ثاني بنك على المستوى المغاربي.
- يحتل المرتبة 13 على المستوى الإفريقي من ضمن 326 بنك شملها التصنيف.
- يحتل المرتبة 14 عربيا من بين 255 بنك شملها التصنيف.
- وعلى المستوى العالمي يحتل المرتبة 688 عالميا من بين 4100 بنك مصنفة من قبل هذه الهيئة.
- وعلى حسب مجلة "eco-finance" احتل بنك الفلاحة والتنمية الريفية المرتبة الثانية وطنيا بعد البنك الجزائري الخارجي وفي المرتبة الثالثة عشر إفريقيا من بين مائتي بنك إفريقي مصنف بناء على معيار إجمالي الميزانية، وكان ذلك عام 2003

2. أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

¹ الموقع الرسمي للبنك . <https://badrbanque.dz> , consulté le 10/05/2025

² مولفوعة فاطمة الزهراء، الإبداع البنكي- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة وهران، 2013_2014، ص 160.

أ. أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

من بين أهم أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية نجد: ¹

- تنويع وتوسيع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة.
- تحسين العلاقات مع الزبائن.
- تحسين نوعية الخدمات.
- الحصول على أكبر حصة في السوق.
- تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق مردودية أكبر.

بغية تحقيق تلك الأهداف استعان البنك بتنظيمات وهيكل داخلية ووسائل تقنية حديثة بلجوهه إلى صيانة وترميم ممتلكاته وتطوير أجهزة الإعلام الآلي، كما بذل القائمون على البنك مجهودات كبيرة لتأهيل موارده البشرية وترقية الاتصال داخل وخارج البنك، كما سعى البنك إلى التقرب أكثر من الزبائن وذلك بتوفير مصالح تتكفل بمطالبهم، والتعرف على حاجتهم ورغباتهم، وكان البنك يسعى لتحقيق هذه الأهداف بفضل قيامه ب:

- رفع حجم الموارد بأقل تكلفة ممكنة وأعلى عائد عن طريق القروض المنتجة والمتنوعة واحترام القوانين.
- بتوسيع نشاطات البنك فيما يخص حجم التعاملات.
- التسيير الصارم لخزينة البنك سواء بالدينار أو بالعملة الصعبة

ب. مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

تماشيا مع القوانين والقواعد سارية المفعول في مجال النشاط المصرفي، فان بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام بالمهام التالية: ²

- تنفيذ جميع العمليات المصرفية والاعتماد المالية على اختلاف أشكالها طبقا للقوانين والتنظيمات الجاري العمل بها.
- إنشاء خدمات مصرفية جديدة مع تطوير الخدمات القائمة
- تطوير شبكته ومعاملاته النقدية باستحداث بطاقة القرض
- تنمية موارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عمليتي الادخار والاستثمار
- تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة ولؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- الاستفادة من التطورات العالمية فيما يخص التقنيات المرتبطة بالنشاط المصرفي

¹ مولفوعة فاطمة الزهراء، مرجع سابق ذكره، ص 163

² المرجع نفسه، ص 164.

ومن أجل إعطاء منتجات وخدمات مصرفية جديدة للمدخرين في إطار سياسة القروض ذات المردودية، قام البنك بتطوير قدرات تحليل المخاطر وإعادة تنظيم القرض، كما حدد ضمانات متصلة بحجم القروض وهو يطبق معدلات فائدة تتماشى وتكلفت الموارد، مع محاولة الحصول على امتيازات ضريبية.

3. المنتجات التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

يقدم البنك مجموعة متنوعة من الخدمات وتشمل:¹

أ. الخدمات للأفراد: وتشمل ما يلي

- فتح حساب بنكي: يمكنك فتح حساب توفير أو حساب جاري بالدينار أو بالعملة الأجنبية لتسيير نفقاتك اليومية، التوفير، أو استقبال التحويلات. الحسابات تأتي مع بطاقة سحب وكشف حساب دوري.
- منتجات الادخار: يشمل ذلك حسابات ادخار بفوائد أو بدون، تساعدك على تنظيم أموالك والتخطيط للمستقبل (مثل شراء منزل أو سيارة)، مع نسب فائدة محددة حسب نوع الحساب.
- البطاقات البنكية الإلكترونية (CIB): يقدم البنك بطاقات للسحب والدفع داخل الجزائر، وأخرى دولية مثل بطاقة Gold أو الدولية، تتيح لك الشراء عبر الإنترنت أو أثناء السف، مع درجة أمان عالية.
- القروض الشخصية والسكنية: تشمل تمويلات لشراء السكن أو البناء أو الترميم، وقروض استهلاكية لشراء تجهيزات منزلية أو تمويل مشاريع صغيرة. تقدم بأسعار فائدة تنافسية وآجال سداد مرنة.
- قرض السكن الريفي: منتج مخصص لسكان المناطق الريفية، يساعدكم على بناء أو ترميم سكنهم في إطار برامج الدولة، ويكون غالباً مدعوماً من الخزينة العمومية بفوائد منخفضة أو معدومة.

خدمات للمغتربين الجزائريين في الخارج:

1. فتح حساب بالعملة الصعبة (DEVISA/DEVISE): يسمح للمغتربين بفتح حساب بنكي باليورو أو الدولار من أجل استقبال التحويلات، تحويل الأموال لعائلاتهم في الجزائر، أو استثمار مدّخراتهم.
2. خدمة التحويل السريع (Western Union أو عبر البنوك): يوفر البنك إمكانية استقبال تحويلات مالية من الخارج بطريقة سريعة وآمنة، عبر شركاء دوليين معتمدين أو تحويلات بنكية مباشرة.
3. التمويل العقاري للمغتربين: بعض المنتجات التمويلية مخصصة للمغتربين الراغبين في شراء أو بناء عقار داخل الجزائر. يمكنهم تقديم طلبات التمويل عن بعد أو عبر السفارات.

¹ الموقع الرسمي للبنك، vu le 10/05/2025 , <https://badrbanque.dz>

4. مرافقة استثمار المغترب في الجزائر: يقدم البنك دعماً خاصاً للمغتربين الراغبين في الاستثمار (الزراعة، العقار، الخدمات)، عبر تقديم تسهيلات تمويلية ومرافقة إدارية.

5. بطاقات مصرفية دولية: إمكانية الحصول على بطاقات دولية مرتبطة بحساباتهم بالعملة الصعبة، تسمح لهم بالسحب والدفع أثناء تواجدهم بالخارج أو خلال زيارتهم للجزائر.

خدمة BADR SMS:

هي خدمة إشعار فوري عبر الرسائل النصية القصيرة (SMS)، تُعلم الزبون بكل حركة تتم على حسابه البنكي في الوقت الحقيقي (سحب، تحويل، دفع، إيداع...).

ب. الخدمات للمؤسسات:

- الحسابات البنكية للشركات: يوفر البنك حسابات جارية بالعملة الوطنية أو الأجنبية للمؤسسات، لتسيير معاملاتها المالية اليومية مثل تسديد الأجور، التحويلات، استقبال الإيرادات، ودفع الفواتير.

- البطاقات البنكية أو بطاقة الأعمال: موجهة للمديرين وموظفي الشركات، تتيح السحب والدفع من حساب الشركة بسهولة، وتنظيم المصاريف المهنية بشكل آلي وآمن، خاصة أثناء التنقل أو المهمات.¹

ج. البنك والتأمين:

- تأمين الفلاحة: يغطي المخاطر المرتبطة بالنشاط الزراعي كالجفاف، البرد، الحرائق أو أمراض الحيوانات، ما يساعد الفلاحين على حماية استثماراتهم في مواجهة الكوارث الطبيعية.

- تأمين الممتلكات: يشمل حماية المباني، الآلات، المخزون، من السرقة، الحريق، الأضرار، وغيرها، ويعطي طمأنينة للمؤسسات ضد الخسائر غير المتوقعة.

د. تمويلات القطاعات الإنتاجية:

- الصناعة: تمويل اقتناء معدات أو إنشاء وحدات إنتاج صناعي، بقروض متوسطة أو طويلة الأجل، تشمل مشاريع التصنيع أو التحويل أو التوسعة.

- الفلاحة: تمويل شراء آلات فلاحية، استصلاح الأراضي، بناء مستودعات، اقتناء بذور أو أسمدة، وكل ما يرتبط بالإنتاج الزراعي.

- الصيد البحري: قروض مخصصة لاقتناء قوارب، تجهيزات صيد، ثلاجات للتخزين، أو تحديث البنى التحتية الخاصة بالصيد وتربية الأسماك.

¹ الموقع الرسمي للبنك, vu le 10/05/2025 , <https://badrbanque.dz>

- **تربية المائيات:** يشمل تمويل مشاريع تربية الأسماك أو الجمبري في المياه العذبة أو المالحة، مع دعم للبنية التحتية والمعدات اللازمة للإنتاج المكثف أو شبه المكثف.
- **تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** البنك يمنح قروضاً مرنة ومرافقة تقنية لهذه المؤسسات، تشمل تمويل الآلات، رأس المال العامل، أو التوسعة. كما يمكنه مرافقتها في برامج الدولة مثل ANGEM، و ANSEJ سابقاً.
- هـ. **خدمات التجارة الخارجية:**

- **الاعتماد المستندي:** وسيلة آمنة للدفع في التجارة الدولية: يفتح المشتري اعتماداً لدى بنك BADR يضمن للبائع الأجنبي الدفع عند تقديم الوثائق المطلوبة (مثل الفاتورة، شهادة الشحن).
- **التسليم المستندي:** بديل بسيط للاعتماد المستندي، يرسل المصدر الوثائق إلى البنك مقابل الدفع أو القبول. أقل تعقيداً، لكنه يحمل مخاطرة أعلى من الاعتماد المستندي.
- **التحويل الحر:** تحويل مباشر وسريع للأموال نحو الخارج (مثل دفع فواتير استيراد خدمات، شراء تجهيزات)، يخضع لتصريح مصرف الجزائر، ويخص غالباً المبالغ الصغيرة أو المتكررة.
- **الضمانات الدولية:** وثائق يصدرها البنك نيابة عنك لتقديم ضمان مالي للطرف الأجنبي (مثل ضمان العطاء، حسن التنفيذ، الدفع المسبق...) وهي ضرورية للمشاركة في صفقات دولية.

ثانياً: أفراد العينة

تم توزيع الاستبيان على مجموعة من الزبائن والزبائن في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية برج بوعريرج.

المطلب الثاني: متغيرات وأدوات الدراسة

سننطلق إلى تحديد متغيرات الدراسة وأدواتها التي وضعت بما يتناسب مع أهداف الدراسة، لضمان جمع بيانات دقيقة تسهم في تحقيق نتائج علمية موثوقة.

أولاً: متغيرات الدراسة

تتضمن هذه الدراسة متغيرين يتم توضيحهم كالآتي:

المتغير المستقل: ويتمثل في الشمول المالي: وهو إتاحة وتوفير الخدمات المصرفية والمالية لكافة فئات المجتمع بالأخص الفئات المهمشة والمستبعدة مالياً.

المتغير التابع: وهو تطوير المنتجات البنكية.

ثانياً: أدوات الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان الذي يعتبر من الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات والآراء من مجموعة الأشخاص الذين لديهم علاقة بالموضوع محل الدراسة، من خلال مجموعة من الأسئلة المكتوبة وذلك بالتعرف المباشر من الأطراف الفعالة في مجال الدراسة باستخدام الاستبيان، الذي يعتبر الخيار الملائم لقياس درجة تطابق آراء زبائن -لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية برج بوعريرج-، وقد صممت خصيصاً من أجل توضيح مدى تأثير تطوير المنتجات البنكية على

تحقيق الشمول المالي، تم إعداد استبيان بشكل يساهم في جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها إحصائيا للحصول على النتائج. حيث قمنا بتوزيع 80 استبيان على الزبائن من خلال عدة طرق هي التسليم والاستلام في الحين أو بعد مدة من الزمن، تم الحصول على 50 استبيان يمثل مجتمع الدراسة كما هو موضح فالجدول التالي:

الجدول رقم 1: مجتمع الدراسة

العينة الإجمالية	80 زبون لدى البنك
عدد الاستبيانات الموزعة	80 استبيان
عدد الاستبيانات المسترجعة	50 استبيان

المصدر: من إعداد الطالبين

1- الأساليب والأدوات الإحصائية:

تم إدراج المعلومات المتحصل عليها من خلال توزيع الاستبيان إلى البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS والاستعانة بالأساليب الإحصائية التي يوفرها البرنامج.

ومن اجل اختبار فرضيات البحث تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية:

1- الاختبارات الإحصائية الوصفية :

- في إطار دراستنا استخدمنا مجموعة من الاختبارات الإحصائية الوصفية من بينها:

- التكرارات والنسب المئوية: لوصف البيانات المتعلقة بالمستجوبين المشاركين محل الدراسة، بالإضافة إلى وصف توزيع مختلف لإجابات.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: بهدف تحديد درجة الموافقة على إجابات المستجوبين المشاركين فيما يتعلق بمحاور البحث، وكذلك قياس مدى تشتت هذه الإجابات مقارنة بالمتوسط العام ل إجابات.

2- الاختبارات الإحصائية الاستدلالية :

- اختبار T للعينة الواحدة: ¹ تم استخدام هذا الاختبار لمقارنة المتوسط العام ل إجابات مع المتوسط الفرضي، لقبول الفرضية، يجب أن يكون (T) المحسوب أقل من (T) الجدولية، وأن يكون المستوى الدال إحصائيا أكبر من 0.5%. أما إذا كانت الفروق المتوسطة إيجابية، فهذا يعني أن المتوسط المحسوب أعلى من المتوسط الفرضي ².

- معامل الارتباط: تستخدم هذه الأداة لدراسة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع. فكلما زادت قوة العلاقة بين المتغيرين، اقترب معامل الارتباط من (1+) في حالة العلاقة الطردية، أو (-1) في حالة العلاقة العكسية. أما إذا كانت

¹<https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/one-sample-t-test-using-spss-statistics.php>, Vu le 20/04/2025.

²<https://www.qualtrics.com/fr/gestiondelexperience/etudemarche/testtstudent/>, Vu le 16/04/2025.

العلاقة ضعيفة، يقترب معامل الارتباط من الصفر، وعندما تكون قيمته صفراً، فهذا يدل على انعدام الارتباط بين المتغيرين. ويمكن تمثيل قوة العلاقة بين المتغيرين بالجدول التالي¹:

الجدول رقم 2: معامل الارتباط وتفسيره تصنيف قوة العلاقة بين المتغيرات اعتماداً على معامل الارتباط

العلاقة العكسية					العلاقة الطردية				
قوي جداً	قوي	متوسط	ضعيف	ضعيف جداً	ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	قوي	قوي جداً
-1	-0.9	-0.7	-0.5	-0.3	0.3	0.5	0.7	0.9	1

المصدر: <https://ctil.dundee.ac.uk/kb/stats-bites-correlation/>

– تحليل الانحدار الخطي (Regression Linear): يعد تحليل الانحدار الخطي أحد الأساليب الإحصائية المستخدمة لتقدير معامل الانحدار (الميل) والثابت في المعادلة الخطية التي تهدف إلى التنبؤ بقيم المتغير التابع Y استناداً إلى قيم متغير مستقل X ويعبر عن الشكل العام لهذه المعادلة على النحو الآتي:

$$Y = a + b_i x_i$$

حيث:

- a يمثل الثابت، ويُفسر على أنه القيمة المتوقعة للمتغير Y عندما تكون قيمة المتغير $X_i = 0$ ؛
- b_i يمثل معامل الانحدار أو الميل، ويُشير إلى متوسط مقدار التغير في Y مقابل كل وحدة زيادة واحدة في X_i ².
- وبناءً على ذلك، تم اعتماد اختبار الانحدار في هذا البحث بهدف قياس علاقة التأثير بين متغيرات الدراسة لاختبار الفرضية الرئيسية.

– معامل التحديد (R^2): هو قيمة عددية تتراوح بين 0 و 1، تستخدم لقياس مدى كفاءة النموذج الإحصائي في تفسير أو التنبؤ بالمتغير التابع. ويعبر هذا المعامل عن نسبة التباين في نتائج المتغير التابع التي يمكن تفسيرها بواسطة المتغيرات المستقلة في النموذج. كلما اقتربت قيمة معامل التحديد من الواحد الصحيح، دلّ ذلك على أن النموذج يفسر نسبة أكبر من التباين في البيانات، وبالتالي فهو أكثر دقة في التنبؤ. أما إذا اقتربت من الصفر، فهذا يشير إلى ضعف قدرة النموذج على تفسير التباين أو التنبؤ بالنتائج.

¹<https://www.scribbr.com/statistics/correlationcoefficient/vu> le 16/04/2025.

²<https://sites.utexas.edu/sos/guided/inferential/numeric/bivariate/cor/Vu> le 16/04/2025.

الجدول رقم 3: معامل التحديد وتفسيره.

معامل التحديد R2	تفسيره
0	النموذج لا يمتلك أي قدرة على التنبؤ بالنتيجة، أي أنه لا يفسر أي جزء من التباين في المتغير التابع.
بين 0 و 1	النموذج يفسر جزءا من التباين في المتغير التابع، أي أن لديه قدرة جزئية على التنبؤ بالنتيجة. وكلما اقتربت القيمة من 1 زادت قوة النموذج التنبؤية.
1	النموذج يفسر كامل التباين في المتغير التابع، أي أن التنبؤ يكون مثاليا بنسبة 100%.

المصدر: <https://www.displayr.com/understanding-correspondence-analysis-a-comprehensive-guide/>

حيث يحسب من خلال تربيع معامل ارتباط بيرسون (r) ، وذلك لبيان نسبة التباين في المتغير التابع التي يمكن تفسيرها بواسطة المتغير المستقل¹.

المطلب الثالث: تصميم الاستبيان

تضمن الاستبيان محاور تتعلق بمتغيرات الدراسة وقسمت إلى قسمين رئيسيين يتمثلان في:

القسم الأول:

يتعلق بالمعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة من حيث الجنس، العمر، المستوى العلمي، لغرض وصف عينة الدراسة وتبيان مدى تأثيرها في متغيرات الدراسة.

القسم الثاني:

عبارة عن مجالات الدراسة، ويتكون الاستبيان من محورين يتمثلان في:

المحور الأول: يتضمن هذا المحور العبارات الخاصة بتطوير المنتجات البنكية في البنك محل الدراسة وتضمن 10 عبارة مرقمة من 01 إلى 10.

المحور الثاني: يتضمن هذا المحور العبارات الخاصة بالشمول المالي في البنك محل الدراسة وتضمن 19 عبارة موزعة على مجموعة من المحاور الفرعية فيما يلي:

- بعد الوصول المالي: 11 و 15
- بعد الاستخدام: 16 و 19
- بعد التمكين المالي: 20 و 24
- بعد الجودة: من 25 الى 29

¹<https://www.scribbr.com/statistics/coefficientofdetermination/>, vu le 18/04/2025.

تم الاعتماد على مقياس ليكرت وهو مقياس خماسي التقدير، يتكون من درجات الموافقة استنادا إلى الأوزان تم حساب المدى بطرح الحد الأعلى من الحد الأدنى من مقياس ليكرت ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الفئة الأولى ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في التدرج وهي الواحد الصحيح، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الفئة، وعليه فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو المبين في الجدول الآتي:

الجدول رقم 4: تحديد المجال حسب قيم المتوسط الحسابي

المتوسط الحسابي	1،80-1	2.60_1.81	3.40_2.61	4.20_3.41	5_4.21
الدرجة	1	2	3	4	5
المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق لشدة

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الدراسات السابقة

وبالتالي إذا كان المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين حول متغير ما أو عبارة ما يقع في المجال من 1-1،80 نقول أنها جاءت بعدم الموافقة الشديدة، وإذا كانت تقع في المجال 2.60_1.81 نقول أنها جاءت بعدم الموافقة، أما إذا كانت في المجال 3.40_2.61 فنقول أنها جاءت بالحياد، وتكون بالموافقة إذا كان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة يقع في المجال 4.20_3.41، وتكون بالموافقة الشديدة إذا وقعت في المجال 5_4.21.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان

سنتطرق في هذا المبحث إلى عرض الدراسة الميدانية من خلال محاور الاستبيان وتفسيرها وتحليل نتائجها ومناقشتها.

المطلب الأول: اختبارات الاستبيان وعرض خصائص العينة

قصد معرفة قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات التي وضع من أجل قياسها، تم إجراء اختبار ثبات الفقرات باستخدام معامل الارتباط r لاختبار صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان ومعامل ألفا كرونباخ حيث استخدم لقياس مدى ثبات الاستبيان، وبلاستعانة بنتائج المتحصل عليها من البرنامج الإحصائي SPSS، ولتوضيح ذلك سنتطرق لما يلي:

أولاً: اختبار صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان

يعتبر صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق الأداء، والذي يقيس مدى تحقق الأهداف المرجوة من الأداة، من خلال التعرف على مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبيان مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان وكانت النتيجة كالآتي:

الجدول رقم 5: نتائج صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط r	
0.000	0.807	المحور 1: تطوير المنتجات البنكية
0.000	0.951	المحور 2: الشمول المالي
0.000	0.652	بعد الوصول المالي
0.000	0.526	بعد الاستخدام
0.000	0.799	بعد التمكين المالي
0.000	0.706	بعد الجودة

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

من خلال الجدول يتبين لنا أن معاملات الارتباط لجميع المحاور والأبعاد تتراوح بين 0.526 و 0.951، ومستوى الدلالة لكل الفقرات اقل من 0.05، وبالتالي يمكننا القول أن الاستبيان صادق لما وضع لقياسه، وهو ما يعزز من موثوقية نتائج الاستبيان ويؤكد صلاحيته لاستخدامه في دراسة الظاهرة.

ثانيا: اختبار الثبات

تم استخدام معامل ألفا كرومباخ لاختبار ثبات أداة الدراسة والتأكد من مدى اتساقها الداخلي في قياس المتغيرات المستهدفة، وكانت النتيجة كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم 6: معامل ألفا كرومباخ لقياس الثبات الكلي للاستبيان

معامل الثبات	عدد العبارات	
0.819	29	الثبات العام للاستبيان

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ من الجدول أن درجة الاتساق الداخلي بين إجابات الأسئلة الـ 29 كانت جيدة حيث بلغت قيمة ألفا كرومباخ 0.819، أي أن درجة الاتساق الداخلي بين إجابات المشاركين كانت تفوق القيمة 0.60، والتي تُعد الحد الأدنى المقبول لمعامل ألفا كرومباخ. وبناءً عليه، تُعتبر هذه النسبة دالة على مستوى جيد من الثبات الذي يفني بأغراض البحث، مما يتيح الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

ثانيا: تحليل خصائص العينة

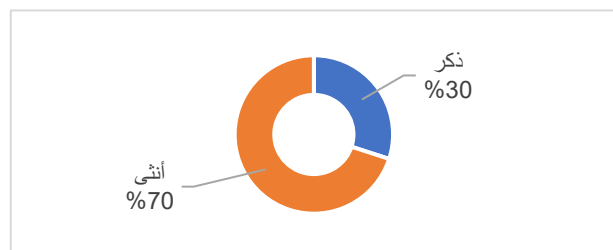
بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS تم تحديد خصائص العينة من خلال محور المعلومات الشخصية وذلك من خلال حساب نسبها المئوية كما يلي:

1- الجنس:

بالنسبة لجنس أفراد العينة محل الدراسة حددت كالآتي:

الجدول رقم 7: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس

الجنس



الجنس	التكرارات	النسب المئوية %
ذكر	15	30
أنثى	35	70
المجموع	50	100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

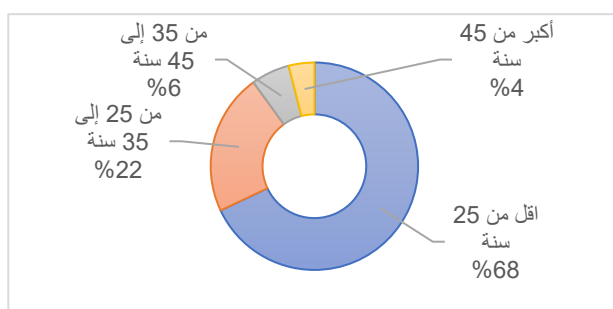
نلاحظ من الجدول الشكل أعلاه والدائرة النسبية أن نسبة الإناث التي قدرت بـ 70% تفوق نسبة الذكور التي قدرت بـ 30%، وهي نسبة منخفضة مقارنة بالذكور.

2- العمر:

بالنسبة لعمر أفراد العينة محل الدراسة حددت كالآتي:

الجدول رقم 8: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر

العمر



العمر	التكرارات	النسب المئوية %
أقل من 25 سنة	34	68
من 25 إلى 35 سنة	11	22
من 35 إلى 45 سنة	3	6
أكبر من 45 سنة	2	4
المجموع	60	100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة هم فئة الشباب وينتمون إلى الفئة العمرية (أقل من 25 سنة)، بحيث يمثلون نسبة 68% من حجم العينة، أما الفئة العمرية التي تنتمي إلى (من 25 إلى 35 سنة) فقد بلغت النسبة 22%، وبلغ حجم الفئة العمرية (من 35 إلى 45 سنة) نسبة 6% من إجمالي حجم العينة وهي

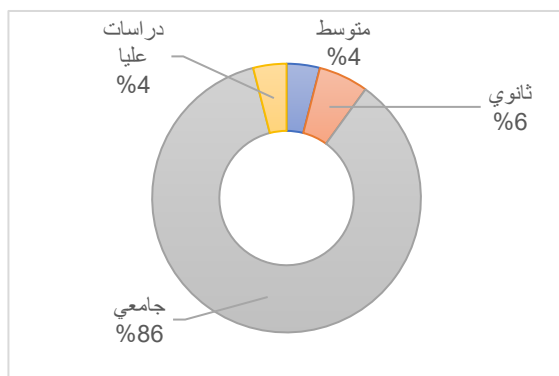
نسبة منخفضة، أما الفئة العمرية التي تفوق 45 سنة فقد كانت ذات نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب الأخرى حيث قدرت بـ 4%.

3- المستوى التعليمي:

بالنسبة للمستوى العلمي لأفراد العينة محل الدراسة حددت كالآتي:

الجدول رقم 9: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الشكل رقم 3: توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير

المستوى العلمي



المستوى العلمي

المستوى العلمي	التكرارات	النسب المئوية %
متوسط	2	4
ثانوي	3	6
جامعي	43	86
دراسات عليا	2	4
المجموع	60	100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ من الجدول والشكل اعلاه أن معظم أفراد العينة محل الدراسة بنسبة 86% ذو مستوى جامعي وهي نسبة عالية، أما المبحوثين الذين كان مستواهم العلمي في الثانوي فقد بلغت نسبتهم 4% والتي تماثل نسبة المبحوثين الذين مستواهم في الدراسات العليا، أما فئة المبحوثين الذين كان مستواهم في الطور المتوسط فقد بلغت نسبتهم 6% من إجمالي أفراد العينة محل الدراسة.

المطلب الثاني: عرض نتائج الدراسة

سنترك في هذا المبحث إلى تحليل محاور الاستبيان وذلك بالاعتماد على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وفيما يلي التحليل الوصفي لإجابات عينة الدراسة لكل محور.

أولا: تحليل إجابات المحور الأول

الجدول رقم 10: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول تطوير المنتجات البنكية

العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
البنك الذي أتعامل معه يقدم مجموعة متنوعة من المنتجات البنكية	3.640	0.776	عالي
ألاحظ إضافة منتجات جديدة باستمرار	3.180	0.918	متوسط
هناك اهتمام واضح بخلق منتجات بنكية مبتكرة	3.340	0.894	متوسط

المنتجات البنكية المبتكرة مرنة وتلبي احتياجات شرائح عملاء مختلفة	3.720	0.881	عالي
تنوع المنتجات يسهل عليّ الاختيار الأنسب لي	4.080	0.778	عالي
إشراك الزبائن في مراحل تطوير المنتجات البنكية يعزز جودتها	3.660	1.135	عالي
التعامل مع البنك إلكترونياً يُغنيني عن زيارة الفرع	4.000	1.069	عالي
المنتجات البنكية الرقمية متاحة وسهلة الاستخدام	3.680	0.819	عالي
سرعة تقديم الخدمات البنكية جيدة	3.360	0.920	متوسط
توجد متابعة جيدة بعد تقديم المنتج البنكي	3.160	0.819	متوسط
محور تطوير المنتجات البنكية	3.582	0.404	عالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه تشير النتائج إلى تقييم إيجابي من قبل الزبائن تجاه محور "تطوير المنتجات البنكية"، حيث بلغ المتوسط العام (3.582) وهو ما يعكس مستوى موافقة مرتفع نسبياً، يقابله انحراف معياري منخفض (0.404) يدل على تجانس الآراء. وقد أظهرت العبارات المتعلقة بتنوع المنتجات البنكية ومرونتها مستويات رضا عالية، حيث عبّر المستجيبون عن تقديرهم لتنوع الخيارات المتاحة وسهولة اختيار المنتجات التي تلبي احتياجاتهم، كما يظهر في عبارة "تنوع المنتجات يسهل عليّ الاختيار الأنسب لي" التي حققت أعلى متوسط (4.080). كذلك، كانت الرقمنة محل رضا عام، من خلال الإشارة إلى فعالية الخدمات الإلكترونية وسهولة استخدامها، وهو ما يعكس جهود البنوك في تطوير القنوات الرقمية.

في المقابل، أظهرت بعض المؤشرات الحاجة إلى التحسين، خاصة فيما يتعلق بالمتابعة بعد تقديم المنتج البنكي، والتي سجلت أدنى متوسط (3.160) مع اتجاه عام متوسط، مما يشير إلى وجود فجوة في استمرارية الخدمة. كما أن إدراك الزبائن لمسألة الابتكار وإشراكهم في تطوير المنتجات البنكية كان متفاوتاً، رغم الاتجاه العام الإيجابي، ما قد يدل على ضعف في آليات التواصل أو قلة وعي الزبائن بهذه العمليات. بناءً على ذلك، فإن تطوير المنتجات البنكية يسير في اتجاه إيجابي، إلا أن هناك مجالات تستدعي المزيد من العناية، لا سيما فيما يخص تعزيز الابتكار التفاعلي وتحسين خدمات ما بعد البي

ثانياً: تحليل إجابات المحور الثاني

فيما يلي تفصيل تحليل نتائج هذا المحور حسب أبعاده:

1- البعد الأول: بعد الوصول المالي

يقيس هذا البعد مدى توفر الخدمات المالية وسهولة الوصول إليها، خاصة للفئات ذات الدخل المنخفض، يوضح الجدول رقم (10) آراء أفراد العينة محل الدراسة لبعد الوصول المالي الذي يحتوي على 5 عبارات، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري:

الجدول رقم 11: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد الوصول المالي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
الخدمات البنكية متاحة بسهولة في منطقتي، بما في ذلك المناطق النائية	2.700	0.994	متوسطة
البنك يوفر قنوات متعددة (فروع، أجهزة صراف آلي، تطبيقات رقمية) تسهل الوصول إلى الخدمات المالية.	3.700	0.735	عالية
الخدمات المالية الرقمية تجعل الوصول إلى المنتجات البنكية أكثر سهولة	4.100	0.788	عالية
الأفراد ذوو الدخل المنخفض يصلون إلى المنتجات البنكية دون عوائق كبيرة	2.880	0.872	متوسطة
يوجد اهتمام بنشر الخدمات البنكية في المناطق النائية الأنسب لي	2,720	0.969	متوسطة
بعد الوصول المالي	3.220		متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يظهر الجدول تحليلًا لآراء المستجيبين حول الوصول المالي إلى الخدمات البنكية، وذلك من خلال تقييم عدة عبارات تتعلق بتوفر الخدمات البنكية وسهولة الوصول إليها، خاصة في المناطق النائية ولدى الفئات ذات الدخل المنخفض. وفيما يلي تحليل الفقرة بناءً على بيانات الجدول:

تشير نتائج الجدول إلى أن مستوى الوصول المالي إلى الخدمات البنكية يُقيّم بشكل متوسط بوجه عام، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (3.220)، مما يعكس وجود تحسن نسبي، لكنه لا يزال دون مستوى الطموح، خاصة فيما يتعلق بشمولية التغطية الجغرافية والعدالة في الوصول بين مختلف الفئات.

وقد أظهرت العبارات المتعلقة بالخدمات الرقمية والقنوات المتعددة تقييمًا إيجابيًا، إذ حصلت عبارة "الخدمات المالية الرقمية تجعل الوصول إلى المنتجات البنكية أكثر سهولة" على أعلى متوسط (4.100) مع انحراف معياري منخفض نسبيًا (0.788)، مما يدل على رضا عام وتجانس في الآراء حول فعالية الرقمنة في تسهيل الوصول. كما أشار المستجيبون إلى توفر قنوات متعددة كالقنوات وأجهزة الصراف والتطبيقات البنكية، بمتوسط مرتفع (3.700)، وهو ما يعكس الجهود المبذولة في تطوير البنية التحتية البنكية الحديثة.

في المقابل، تم تقييم بعض الجوانب الأخرى بمستوى "متوسط"، لاسيما ما يتعلق بتوفر الخدمات في المناطق النائية، حيث جاءت عبارة "الخدمات البنكية متاحة بسهولة في منطقتي، بما في ذلك المناطق النائية" بمتوسط (2.700)، مما يعكس

إدراكًا محدودًا للتغطية الجغرافية الشاملة. كذلك، أظهرت عبارة "الأفراد ذوو الدخل المنخفض يصلون إلى المنتجات البنكية دون عوائق كبيرة" متوسطًا منخفضًا نسبيًا (2.880)، مما يشير إلى تحديات تواجه هذه الفئة في الوصول إلى الخدمات البنكية.

وبناء عليه، يمكن القول أن الرقمنة وسعة قنوات التوزيع ساهمت في تحسين الوصول المالي بشكل ملحوظ، لكن لا تزال هناك فجوات تتعلق بشمول الفئات المهمشة والمناطق النائية، الأمر الذي يتطلب تدخلات استراتيجية لضمان شمول مالي أكثر عدالة واستدامة.

2. البعد الثاني: بعد الاستخدام

يقيس هذا البعد مدى استخدام الأفراد للخدمات المالية وتكرار هذا الاستخدام، يوضح الجدول رقم (11) آراء أفراد العينة محل الدراسة لبعد الاستخدام الذي يحتوي على 4 عبارات، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري:

الجدول رقم 12: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد الاستخدام

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
أستخدم أكثر من منتج بنكي في الوقت نفسه، بشكل منتظم	2.920	1.026	متوسط
أفضل استخدام العروض البنكية المتاحة عن بعد عن باقي المنتجات البنكية	3.780	0.864	عالي
المنتجات البنكية الحالية تشجعني على استخدامها باستمرار لتلبية احتياجاتي المالية	3.780	0.615	عالي
الأفراد في مجتمعي يستخدمون الخدمات البنكية بشكل متكرر لإدارة شؤونهم المالية	3.300	0.994	متوسط
بعد الاستخدام	3.445	0.535	عالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه والخاص بمحور "استخدام المنتجات البنكية" نلاحظ توجه إيجابي نسبي نحو تفاعل الزبائن مع الخدمات البنكية، حيث بلغ المتوسط العام للمحور (3.445) مع انحراف معياري (0.535)، مما يدل على مستوى "عالي" من الاستخدام مع تجانس مقبول في آراء المستجيبين.

تشير نتائج العبارات إلى أن المستجيبين يبدون اهتمام باستخدام المنتجات البنكية الرقمية والعروض المتاحة عن بعد، حيث حصلت عبارتا: "أفضل استخدام العروض البنكية المتاحة عن بعد عن باقي المنتجات البنكية"، و"المنتجات البنكية

الحالية تشجعي على استخدامها باستمرار لتلبية احتياجي المالية"، على متوسط مرتفع (3.780) لكل منهما، مع انحراف معياري منخفض نسبي (0.864 و 0.615 على التوالي)، ما يعكس رضا مرتفع نسبي عن ملائمة هذه المنتجات وفعاليتها، إضافة إلى تفضيل متزايد للمنتجات الرقمية، وهو ما يعكس تطور سلوك الزبائن نحو القنوات الإلكترونية.

في المقابل، أظهرت بعض العبارات تقييم متوسط، منها عبارة "أستخدم أكثر من منتج بنكي في الوقت نفسه، بشكل منتظم" بمتوسط (2.920) وانحراف معياري مرتفع نسبي (1.026)، ما يشير إلى وجود تباين في الاستخدام، حيث قد يعتمد بعض الزبائن على منتج واحد فقط. كما أن عبارة "الأفراد في مجتمعي يستخدمون الخدمات البنكية بشكل متكرر لإدارة شؤونهم المالية" جاءت بمتوسط (3.300) ما يعكس تصورات معتدلة عن مدى انتشار الاستخدام البنكي على المستوى المجتمعي.

وكاستنتاج عام توضح النتائج أن هناك إقبال جيد على استخدام المنتجات البنكية، خاصة تلك المقدمة عبر القنوات الرقمية، إلا أن الاستخدام المتعدد والمجتمعي ما يزال محدود نوع ما، وهو ما يشير إلى إمكانية تعزيز الثقافة البنكية وزيادة الوعي بأهمية تنويع الاستخدام لتحقيق مزيد من الشمول والاستفادة من الخدمات المالية المتاحة.

3. البعد الثالث: بعد التمكين المالي

يقيس هذا البعد مدى مساهمة المنتجات البنكية في تعزيز الاستقلالية المالية وتسهيل اتخاذ القرارات المالية، يوضح الجدول أدناه آراء أفراد العينة محل الدراسة لبعد التمكين المالي الذي يحتوي على 5 عبارات، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري:

الجدول رقم 13: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد التمكين المالي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
البنك يوفر لي استشارات أو معلومات تساعدني في اتخاذ قراراتي المالية	3.520	0.862	عالي
يصمم البنك منتجات بنكية متاحة للاستخدام لمختلف فئات المجتمع	3.360	0.942	متوسط
البنك يقدم برامج تثقيف مالي تساعدني على فهم المنتجات المالية واستخدامها بفعالية	3.320	0.890	متوسط
الخدمات البنكية المقدمة تمكن الفئات المهمشة (نساء، شباب) من تحسين وضعهم الاقتصادي	3.160	0.865	متوسط
البنك يساهم في دمج مختلف الفئات في النظام المالي	3.420	0.882	عالي
بعد التمكين المالي	3.356	0.548	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

يعكس تحليل الجدول أعلاه والمتعلق ببعد "التمكين المالي" مستوى متوسط من رضا المستجوبين عن الدور الذي تلعبه البنوك في دعم الزبائن وتمكينهم ماليا، حيث بلغ المتوسط العام للمحور (3.356) مع انحراف معياري (0.548)، ما

يشير إلى مستوى متوسط من التمكين المالي، مع تفاوت نسبي محدود في آراء المشاركين. حيث أن العبارة التي حصلت على أعلى متوسط (3.520) هي "البنك يوفر لي استشارات أو معلومات تساعدني في اتخاذ قراراتي المالية"، وقد صنفت ضمن الاتجاه "العالي"، مما يعكس اهتمام ملحوظ من البنوك بتقديم الإرشاد والمعلومات المالية للزبائن، وهو ما يعد عنصر مهم في التمكين المالي.

كذلك، أظهرت عبارة "البنك يساهم في دمج مختلف الفئات في النظام المالي" متوسط جيد (3.420) واتجاه عام عالي، ما يشير إلى جهود البنوك في تحقيق الشمول المالي وتوسيع قاعدة الزبائن من مختلف الفئات. في المقابل، جاءت العبارات المتعلقة بالثقيف المالي وتمكين الفئات المهمشة في المستوى "المتوسط"، إذ سجلت عبارة "البنك يقدم برامج تثقيف مالي..." (3.320)، وعبارة "الخدمات البنكية المقدمة تمكن الفئات المهمشة..." (3.160)، ما يدل على نقص نسبي في البرامج التوعوية وضعف إدراك الزبائن لدور البنوك في تحسين الوضع المالي للفئات الهشة، مثل النساء والشباب.

أما عبارة "يصمم البنك منتجات بنكية متاحة للاستخدام لمختلف فئات المجتمع" فقد سجلت متوسط (3.360) أيضاً، مما يشير إلى جهود جزئية في تصميم منتجات شاملة، لكنها لا تزال بحاجة إلى مزيد من التطوير والاستهداف الدقيق للفئات ذات الأولوية.

ومنه النتائج توضح أن البنك محل الدراسة يبذل جهود ملحوظة في تقديم الاستشارات وتعزيز الشمول المالي، غير أن هناك حاجة ملحة لتقوية برامج التثقيف المالي وتعزيز المنتجات والخدمات التي تستهدف الفئات المهمشة. هذا من شأنه أن يرفع من مستوى التمكين المالي ويحقق عدالة أكبر في الوصول إلى الموارد والخدمات المالية.

4. البعد الرابع: الجودة

يقيس هذا البعد مدى ملائمة المنتجات البنكية وجودتها في تلبية احتياجات الزبائن، يوضح الجدول رقم (13) آراء أفراد العينة محل الدراسة لبعد الجودة الذي يحتوي على 5 عبارات، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري:

الجدول رقم 14: تحليل اتجاهات أفراد العينة حول بعد الجودة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
المنتجات البنكية المقدمة تتناسب مع احتياجاتي المالية بشكل فعال ومناسب	3.540	0.838	عالي
جودة المنتجات البنكية المقدمة مرضية	3.860	0.782	عالي
البنك يقدم معلومات شفافة وواضحة حول رسوم وشروط المنتجات المالية	3.340	1.042	متوسط
المنتجات البنكية المقدمة مصممة بطريقة تأخذ بعين الاعتبار احتياجات ذات الدخل المنخفض	3.040	0.988	متوسط

البنك يوفر خدمة عملاء عالية الجودة لحل مشكلات مستخدمي الخدمات البنكية	3.500	0.909	عالي
بعد الجودة	3.456	0.628	عالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن التقديرات العامة للمبحوثين تميل نحو التقييم الإيجابي لبعد جودة المنتجات البنكية ، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لهذا البعد (3.456) مع انحراف معياري قدره (0.628)، ما يعكس اتجاهها عالياً في رضا الزبائن عن جودة المنتجات البنكية. فقد أظهرت البيانات أن أكثر العبارات تقييماً إيجابياً كانت "جودة المنتجات البنكية المقدمة مرضية" بمتوسط بلغ (3.860) وانحراف معياري منخفض نسبياً (0.782)، مما يدل على اتفاق كبير بين آراء المستجوبين حول هذا البعد. كما أبدى الزبائن رضاهم عن تناسب المنتجات البنكية مع احتياجاتهم المالية (3.540) وكذا جودة خدمة الزبائن (3.500)، ما يُعزز من صورة المؤسسة البنكية كمقدم موثوق للخدمات.

من جهة أخرى، سجّلت بعض العبارات متوسطات أقل وضمن الاتجاه "المتوسط"، لا سيما فيما يتعلق بشفافية المعلومات حول الرسوم والشروط (3.340)، وتصميم المنتجات بما يتناسب مع ذوي الدخل المنخفض (3.040). وتشير هذه النتائج إلى وجود تفاوت في التجارب والانطباعات بين الزبائن، وهو ما تؤكد قيمة الانحراف المعياري المرتفعة نسبياً في بعض البنود، مما يعكس تبايناً في إدراك الجودة والخدمة تبعاً لاختلاف فئات الزبائن واحتياجاتهم. وبالتالي، توصي الدراسة بضرورة تحسين استراتيجيات التواصل والشفافية، بالإضافة إلى تطوير منتجات مالية أكثر شمولاً تستهدف الفئات الهشة لضمان تعزيز الشمول المالي ورفع مستوى رضا الزبائن بشكل شامل.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار الفرضيات تم الاعتماد على نتائج الانحدار الخطي البسيط الذي يسمح بدراسة إمكانية وجود علاقة بين المتغير المستقل تطوير المنتجات البنكية والمتغير التابع الشمول المالي، كما تم الاعتماد على معامل الارتباط (R) لمعرفة طبيعة العلاقة (طردية أو عكسية) عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.005$) وقد تم حساب معامل التحديد (R^2) لمعرفة نسبة التغير في المتغيرات التابعة نتيجة للتغير المتغير المستقل.

1. الفرضية الأولى:

الفرضية الصفرية: هناك تقييم إيجابي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك وكالة برج بوعريرج بخصوص تطوير المنتجات البنكية.

الفرضية البديلة: هناك تقييم سلبي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك وكالة برج بوعريرج بخصوص تطوير المنتجات البنكية.

من اجل اختبار هذه الفرضية يتم الاعتماد على المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري الغام لمحور المتغير الأول لهذه الدراسة والمتمثل في تطوير المنتجات البنكية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية والتي جاءت نتائجها كما يلي:

الجدول رقم 15: المتوسط العام لإجابات العينة حول محور تطوير المنتجات البنكية

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
محور تطوير المنتجات البنكية	3.582	0.404	عالي

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه تشير النتائج إلى أن العينة موافقة على أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك محل الدراسة يسعى الى تطوير منتجاته البنكية، حيث أن المتوسط الحسابي لمحور تطوير المنتجات البنكية بلغ 3.582 وهو ينتمي للمجال 3.40-4.20 أي موافق، والانحراف المعياري ب 0.404، ومنه الزبائن لديهم رضا إلى حد كبير اتجاه جهود تطوير المنتجات البنكية،

وبالتالي يمكن قبول الفرضية الصفرية بالقول ان هناك تقييم إيجابي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك محل الدراسة بخصوص تطوير المنتجات البنكية.

2. الفرضية الثانية:

الفرضية الصفرية: يحقق بنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك وكالة برج بوعريرج الى حد ما شمول مالي بأبعاده الأربعة (الوصول المالي؛ الاستخدام؛ التمكين المالي؛ الجودة)؛

الفرضية البديلة: لا يحقق بنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك وكالة برج بوعريرج الى حد ما شمول مالي بأبعاده الأربعة (الوصول المالي؛ الاستخدام؛ التمكين المالي؛ الجودة).

الجدول رقم 16: المتوسط الحسابي لمحور الشمول المالي بأبعاد الأربعة.

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
الوصول المالي	3.220	0.546	متوسط
الاستخدام	3.445	0.535	عالي
التمكين المالي	3.356	0.548	متوسط
الجودة	3.456	0.628	عالي
محور الشمول المالي	3.369	0.405	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح انه ورغم تسجيل بعد الاستخدام والجودة، لمستوى "عالي"، فإن بعدي الوصول والتمكين المالي لا يزالان في المستوى "المتوسط"، مما أثر على التقييم العام لمحور الشمول المالي، الذي جاء أيضا في الحدود بين المتوسط والعالي بانحراف معياري صغير (0.405). ويشير ذلك إلى أن تحقيق شمول مالي فعلي لا يقتصر على تطوير المنتجات وتحسين جودتها فحسب، بل يتطلب ضمان وصول أوسع وشامل لجميع فئات المجتمع، مع تعزيز قدراتهم على الاستخدام الفعال.

من خلال ما سبق يمكن القول إن الفرضية الثانية محققة الى حد تقريبا كبير ويمكن القول أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك محل الدراسة يحقق الى حد ما شمول مالي بأبعاده الأربعة (الوصول المالي؛ الاستخدام؛ التمكين المالي؛ الجودة)؛ وبالتالي قبول الفرضية الصفرية.

3. الفرضية الثالثة:

الفرضية الصفرية: "توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (اقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي بأبعاده في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج البنك محل الدراسة".

الفرضية البديلة: "لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (اقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي بأبعاده في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج البنك محل الدراسة".

ولاختبار هذه الفرضية يمكن تقسيمها الى أربع فرضيات فرعية وهي:

1. توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (اقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية والوصول المالي كبعد من أبعاد الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج.
2. توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (اقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية والاستخدام كبعد من أبعاد الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج.
3. توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (اقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية والتمكين المالي كبعد من أبعاد الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج.
4. توجد علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (اقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية والجودة كبعد من أبعاد الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج.

من أجل اختبار هذه الفرضيات تم استعمال الانحدار الخطي البسيط والتي كانت نتائجه كما يلي:

الجدول رقم 17: ملخص نماذج الانحدار

نموذج	R معامل الارتباط	معامل التحديد R-deux	معامل التحديد المعدل R-deux ajusté	الخطأ المعياري للتقدير
الوصول المالي	365a	.133	.118	.49030
الاستخدام	.179a	.032	.015	.51769
التمكين المالي	.491a	.241	.228	.41007
الجودة	.425a	.180	.166	.53956
الشمول المالي	.530 ^a	.281	.268	.32980

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن التمكين المالي يملك أكبر تأثير تفسيري يليه الجودة بينما يظهر الوصول المالي تأثير مقبول، في حين كان الاستخدام الأقل تأثير. مما يجعل من التركيز على تطوير أدوات التمكين والجودة البنكية وتعزيز الاستخدام الفعلي من خلال التحفيز والتوعية ضرورة لتحقيق الشمول المالي.

الجدول رقم 18: آنوفالانحدار البسيط

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية ddl	مربع المجموع	F	الدلالة الإحصائية Sig.
الانحدار	2.144	1	2.144	8.920	.004b
البواقي	13.943	58	.240		
المجموع	16.087	59			
الانحدار	.514	1	.514	1.918	.171b
البواقي	15.544	58	.268		
المجموع	16.058	59			
الانحدار	3.714	1	3.714	12.759	.001b
البواقي	16.885	58	.291		
المجموع	20.599	59			
الانحدار	3.714	1	3.714	12.759	.001b
البواقي	16.885	58	.291		
المجموع	20.599	59			
الانحدار	2.462	1	2.462	22.637	.000b
البواقي	6.308	58	.109		
المجموع	8.771	59			

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS

يوضح الجدول أعلاه تأثير تطوير المنتجات البنكية على ابعاد الشمول المالي كلا على حدى(الوصول المالي، الاستخدام، التمكين المالي، الجودة) باستخدام تحليل التباين (ANOVA)، وذلك من أجل اختبار دلالة النماذج الإحصائية المقدمة. وبيّنت النتائج تبايناً في الأثر والدلالة الإحصائية على كل بعد من الأبعاد. حيث أظهر نموذج أثر تطوير المنتجات البنكية على بعد الوصول المالي دلالة إحصائية قوية ($\text{Sig.} = 0.004 < 0.05$)، مع قيمة F بلغت 8.920، ما يشير إلى وجود أثر معنوي له. ويستنتج من ذلك أن تطوير المنتجات البنكية يساهم فعلياً في الوصول المالي

أما نموذج أثر تطوير المنتجات البنكية على بعد الاستخدام، فقد كانت نتيجة $F = 1.918$ ، مع مستوى دلالة قدره ($\text{Sig.} = 0.171 > 0.05$)، وهي غير دالة إحصائياً، ما يعني أن مجرد تطوير المنتجات البنكية لا يترجم بالضرورة

إلى استخدامها الفعلي من قبل الزبائن، لوجود عوائق تتعلق بالثقة والمعرفة المالية بالعودة الى عمر العينة (68 بالمئة اقل من 25 سنة)

وفيما يخص نموذج أثر تطوير المنتجات البنكية على بعد التمكين المالي، فقد سجل أعلى قيمة دلالة ضمن الأبعاد ($F = 12.759$, $Sig. = 0.001$)، مما يدل على أن تطوير المنتجات البنكية تلعب دورا حيوي في تعزيز التمكين المالي، لا سيما إذا ما تم ربطه بتثقيف الزبائن وتمكينهم من أدوات مالية بسيطة وآمنة.

وبنفس المستوى، أظهرت نموذج أثر تطوير المنتجات البنكية على جودة الخدمات البنكية أثر معنوي واضح ($F = 12.759$, $Sig. = 0.001$)، ما يبرز أهمية تطوير المنتجات البنكية في تحسين جودة الخدمات تتسم بالاستجابة لتوقعات الزبائن، من أجل زيادة ثقتهم واستقطابهم إلى النظام المالي.

أما النموذج الإجمالي الذي يمثل أثر تطوير المنتجات البنكية على جميع الأبعاد في الشمول المالي فقد كانت له دلالة إحصائية قوية جدًا ($F = 22.637$, $Sig. = 0.000$)، مما يدل على أن المتغيرات المدروسة تفسر نسبة معتبرة من التغير في مستوى الشمول المالي، وتؤكد صلاحية النموذج لتحليل الظاهرة.

الجدول رقم 19: معاملات الانحدار البسيط.

الدلالة الإحصائية Sig.	T	المعاملات المعيارية		المعاملات الغير المعيارية		النموذج	
		Bêta	الخطأ المعياري	B	(الثابت)	الوصول المالي	
.009	2.707		.574	1.553	(الثابت)	الوصول المالي	
.004	2.987	.365	.158	.471	تطوير المنتجات	الوصول المالي	
.000	4.207		.606	2.549	(الثابت)	الاستخدام	
.171	1.385	.179	.166	.230	تطوير المنتجات	الاستخدام	
.064	1.886		.544	1.026	(الثابت)	التمكين المالي	
.000	4.296	.491	.149	.642	تطوير المنتجات	التمكين المالي	
.048	1.934		.631	1.221	(الثابت)	الجودة	
.001	3.572	.425	.173	.619	تطوير المنتجات	الجودة	
.000	3.982		.386	1.537	(الثابت)	الشمول المالي	
.000	4.758	.530	.106	.504	تطوير المنتجات	الشمول المالي	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على SPSS

أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد قوة العلاقة بين أبعاد الشمول المالي وتطوير المنتجات البنكية، حيث يؤكد تحليل المعاملات أن تطوير المنتجات البنكية يلعب دور حاسم ومؤثر في تعزيز أغلب أبعاد الشمول المالي، خصوصا في الوصول المالي، التمكين المالي، الجودة، وبالتالي الشمول المالي الكلي. في المقابل، فإن تأثيره على الاستخدام الفعلي للخدمات البنكية غير دال إحصائيا، ما يشير إلى ضرورة دعم التطوير بالتوعية والتحفيز الفعلي لاستخدام تلك المنتجات من قبل الزبائن.

ومما سبق يمكن كتابة معادلات الانحدار البسيط كما يلي:

$$Y_1 = 0.471X + 1.553 \dots\dots\dots 1$$

$$Y_2 = 0.642X + 1.026 \dots\dots\dots 2$$

$$Y_3 = 0.691X + 1.221 \dots\dots\dots 3$$

$$Y = 0.504X + 1.537 \dots\dots\dots 4$$

حيث ان:

Y_1 الوصول المالي

Y_2 التمكين المالي

Y_3 الجودة

Y الشمول المالي

X تطوير المنتجات

وبناء على ما سبق، تم رفض الفرضية البديلة وقبول الفرضية الصفرية الى حد ما والتي مفادها **توجد** علاقة تأثير ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة معنوية (اقل من 0.05) بين تطوير المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي بأبعاده التمكين المال، الجودة والوصول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع برج بوعرييج البنك محل الدراسة.

خلاصة الفصل الثاني:

لقد أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط وجود علاقة قوية بين الشمول المالي وتطوير المنتجات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريرج. وقد بينت هذه الأخيرة أن تطوير هذه المنتجات يعد عامل حاسم ومؤثر في تعزيز معظم أبعاد الشمول المالي، ولا سيما فيما يتعلق بالوصول المالي، والتمكين المالي، وجودة الخدمات، مما يساهم في تحسين مستوى الشمول المالي. في المقابل، لم يظهر لتطوير المنتجات تأثير معنوي إحصائي على الاستخدام الفعلي للخدمات البنكية، وهو ما يدل على الحاجة إلى تدعيم جهود التطوير بحملات توعوية وتحفيزية تشجع الزبائن على الاستخدام الفعلي لهذه الخدمات.

ورغم أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع برج بوعريرج البنك محل الدراسة قطع خطوات مهمة في تحسين جودة الخدمات وتعزيز الاستخدام، لا سيما عبر الرقمنة، إلا أن تحقيق شمول مالي حقيقي يتطلب التوسع في الوصول وتكثيف جهود التمكين المالي. وهذا يستوجب من المؤسسات البنكية والجهات التنظيمية اعتماد مقاربات أكثر شمولاً، تدمج بين تطوير المنتجات، وتوسيع التغطية، وتعزيز الثقافة المالية لدى الأفراد بمختلف فئاتهم. وعلى العموم فإن تطوير المنتجات تؤثر على الشمول المالي.

الختامة

خلال السعي نحو بناء أنظمة مالية أكثر شمولاً وإنصافاً، يتبين بوضوح أن تطوير المنتجات البنكية لم يعد مجرد توجه استراتيجي لتعزيز التنافسية بين المؤسسات المالية، بل أصبح ضرورة تنموية تفرضها التحديات الاقتصادية والاجتماعية الراهنة. فالشمول المالي لا يمكن أن يتحقق بصورة فعالة دون وجود منتجات بنكية مصممة بعناية، تستجيب لاحتياجات الفئات المهمشة والمحرومة من الخدمات المالية، وتراعي في الوقت ذاته ظروفهم الاقتصادية ومستوياتهم المعرفية والثقافية.

إن تحقيق الشمول المالي من خلال تطوير المنتجات البنكية يتطلب تكاتف الجهود بين الأطراف المعنية كافة، بما في ذلك البنوك، والبنك المركزي، والحكومات، والقطاع التكنولوجي، فضلاً عن ضرورة تعزيز الثقافة المالية لدى المواطنين، وبناء الثقة بين الزبائن والمؤسسات المصرفية. كما أن التقدم في هذا المجال ينبغي أن يكون مدفوعاً برؤية واضحة وإرادة سياسية ومؤسسية، تضع في صلب أولوياتها ضمان العدالة المالية كحق أساسي من حقوق المواطنة.

وبناء على ما تقدم، يمكن القول إن تطوير المنتجات البنكية يمثل أداة استراتيجية فعالة ليس فقط لتوسيع قاعدة الزبائن، بل أيضاً لتحقيق أهداف أوسع تتعلق بالتنمية المستدامة، ومحاربة الفقر، وتمكين الفئات الضعيفة اقتصادياً. ومن هنا، فإن مستقبل الشمول المالي مرهون بقدرة المؤسسات البنكية على تبني مقاربات جديدة، تقوم على الابتكار، والشمول، والاستدامة.

أولاً: نتائج الدراسة

من خلال ما تم عرضه في الدراسة للإجابة على الإشكالية خلصنا إلى نتائج خاصة بالجزء النظري للدراسة ونتائج خاصة بالجزء التطبيقي:

أ. النتائج النظرية:

بناء على الإطار النظري، يتضح أن تطوير المنتجات البنكية لا يعد مجرد إجراء تقني أو تجاري، بل يمثل مدخل استراتيجي لتحقيق الشمول المالي، يتطلب توازن بين الابتكار، والملاءمة، التبسيط، والتثقيف. كما أنه لا يمكن عزله عن البيئة التنظيمية والسياسات الاقتصادية التي تؤثر على عمل المؤسسات البنكية وفيما يلي عرض النتائج المستخلصة:

1. تطوير المنتجات البنكية يعد أحد المحركات الأساسية لتحقيق الشمول المالي، من خلال تصميم خدمات ومنتجات تتماشى مع احتياجات مختلف فئات المجتمع، بما في ذلك الفئات ذات الدخل المحدود؛
2. تنوع المنتجات البنكية يعزز القدرة على الوصول للخدمات المالية مثل الحسابات الجارية، الادخار، التمويل الأصغر، التأمين، وخدمات الدفع الرقمي وبالتالي يساهم في تلبية احتياجات شرائح مختلفة من المجتمع؛

3. توظيف الابتكار المالي، ولا سيما من خلال الرقمنة، يساهم في توسيع نطاق الشمول المالي من خلال تسهيل الوصول، تقليل التكاليف، وتوفير الخدمات عن بعد. وقد أصبح تطوير المنتجات الرقمية (مثل التطبيقات البنكية والمحافظ الإلكترونية) ضرورة لتحقيق الإدماج المالي الفعال.
4. التمكين المالي من خلال التثقيف ومرافقة الاستخدام، يعزز من قدرة الأفراد على الاستخدام الفعال للخدمات البنكية، ويدعم الإدماج المالي المستدام بدل من الإدماج الشكلي أو الظرفي.
5. مراعاة الخصوصيات الاجتماعية والاقتصادية في التصميم البنكي خصوصا من حيث البساطة، سهولة الفهم، وتوافقها مع السياقات الثقافية والاجتماعية، وهو ما يعزز فعاليتها في تحقيق أهداف الشمول المالي.

ب. النتائج التطبيقية:

تشير النتائج التطبيقية إلى أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج نجح نسبيا في تحسين جودة الخدمات وتعزيز استخدامها من خلال تطوير منتجات مبتكرة ورقمية، لكن هذا النجاح لا ينعكس بشكل متوازن على جميع فئات المجتمع، حيث لا يزال الوصول إلى الخدمات وتمكين الفئات الضعيفة دون المستوى المأمول. وعليه، فإن تطوير المنتجات البنكية كآلية لتحقيق الشمول المالي يتطلب رؤية شاملة تدمج بين الابتكار والتوسع الاجتماعي والجغرافي، مع تعزيز التثقيف المالي وبرامج الإدماج البنكي المستدام وفيما يلي النتائج التطبيقية:

1. بما أن المتوسط العام لمحور الشمول المالي بلغ (3.369)، فإنه يشير إلى تحقيق الشمول المالي بدرجة متوسطة، ويعكس وجود جهود فعلية من البنك محل الدراسة، لكنها لا تزال بحاجة إلى تعزيز وتوسيع، خاصة فيما يتعلق بوصول الخدمات وتمكين الفئات الهشة.
2. التمكين المالي لا يزال محدودًا حيث أظهر بعد التمكين المالي متوسط (3.356)، ما يدل على أن برامج التثقيف المالي والمرافقة البنكية لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب؛
3. هناك دور واضح للرقمنة في تعزيز الاستخدام والوصول، لا سيما لدى الفئات الشابة والحضرية. حيث كشفت الدراسة أن زبائن البنك محل الدراسة يفضلون المنتجات البنكية المتاحة عن بعد ويجدونها سهلة الاستخدام.
4. وجود تأثير واضح لتطوير المنتجات البنكية على تحقيق الشمول المالي بأبعاده الوصول المالي، التمكين المالي والجودة.

ثانيا: الاقتراحات

من خلال اختبار الفرضيات نلاحظ وجود شمول مالي متوسط ومن أجل الرفع من هذا الحكم هناك بعض الاقتراحات التي يمكن أن نقدمها في هذا المجال للبنك محل الدراسة هي:

1. وضع رؤية شاملة تدمج بين الابتكار والتوسع الاجتماعي والجغرافي للعملاء؛
2. تعزيز التثقيف المالي وبرامج الإدماج البنكي المستدام؛

3. تضمين استراتيجية التطوير وضع طرق وآليات للمتابعة بعد تقديم المنتج البنكي مما يعزز استمرارية الثقة والارتباط بالخدمات البنكية؛
4. يجب وضع برامج للتثقيف المالي والمرافقة البنكية بحيث يحقق تطلعات الزبائن.
5. تبني استراتيجيات واضحة لتحسين الاتصال مع الزبائن، وتصميم منتجات موجهة خصيصا للفئات الهشة، لضمان توسيع الاستخدام البنكي وتحقيق العدالة المالية.
6. التركيز على تطوير أدوات التمكين والجودة البنكية وتعزيز الاستخدام الفعلي من خلال التحفيز لتحقيق شمول مالي
7. ضرورة دعم التطوير بالتوعية والتحفيز الفعلي لاستخدام تلك المنتجات من قبل الزبائن.

ثالثا: آفاق الدراسة

- لا شك أنه رغم الجهد المبذول في إتمام هذا البحث، فإن هذا الأخير لا يخلو من النقائص بسبب عدم قدرتنا على تناول كل نواحي الموضوع بالتفصيل، إلا أنه يمكن أن يكون هذا البحث جسرا يربط بين بحوث سبقت فأضاف إليها بعض المستجدات، لإثرائها وبعثها من جديد، وبحوث مقبلة كتمهيد لمواضيع يمكنها أن تكون إشكالية لأبحاث أخرى نذكر منها:
1. دراسة أثر الابتكار المالي على الشمول المالي للفئات المهمشة.
 2. دراسة تأثير المنتجات المالية المبتكرة (كالمحافظ الرقمية، التمويل الأصغر، ومنتجات التمويل الإسلامي) على تحسين الوصول للفئات الضعيفة.
 3. إجراء دراسات مقارنة بين أنماط مختلفة من البنوك (البنوك التقليدية والبنوك الإسلامية) لفهم مدى فعالية كل منها في تطوير منتجات بنكية تعزز الشمول المالي.
 4. دراسة دور التثقيف المالي كمتغير وسيط يمكن أن يعزز العلاقة بين تنوع المنتجات البنكية وتحقيق الشمول المالي.

قائمة المرجع

أولاً: الكتب

1. أحمد محمد فهمي سعيد البرزنجي، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، مطبعة المنهج للنشر والتوزيع، بغداد، 2019.
2. أحمد محمود الزامل وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، 2011.

ثانياً: الرسائل الجامعية

1. بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، فرع تسيير، جامعة الجزائر3، 2011 / 2012.
2. بملول خيرة، مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة لعينة من البنوك العمومية بولاية تيارت -، أطروحة دكتوراه، إدارة وتسيير المؤسسة، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، 2021/2022.
3. بولرج وحيدة، المنتجات البنكية الإسلامية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية، أطروحة دكتوراه، العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة فرحات عباس سطيف، 2022-2023.
4. حسيبة نايلي، الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية محدداً وآثارها على ولاء الزبائن، أطروحة دكتوراه، اقتصاد نقدي بنكي، جامعة 8 ماي 1945 قلمة، 2023/2024.
5. عبد الحفيظ حسام الدين، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية دراسة حالة مجموعة من البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه، تخصص بنوك، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2020 2021.
6. محمد العربي طاري، التسويق المصرفي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، جامعة الجزائر، 2006.2007.
7. مولفرعة فاطمة الزهراء، الابداع البنكي - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص ادارة الاعمال، جامعة وهران، 2013_2014.
8. ميهوب سماح، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، بنوك وتأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2004/2005.

ثالثاً: المجلات والمقتنيات العلمية

1. أحمد خروبي لقواس، الشمول المالي كآلية لتحقيق الاستقرار المالي -تجربة المملكة العربية السعودية-، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 4، العدد1، جانفي 2023.
2. أسامة فراح، رحمة عبد العزيز، الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طبنة للدراسات العلمية والأكاديمية، المجلد4، العدد2، 2021.
3. الإشارة إلى التجربة الأردنية، مجلة المعارف، المجلد 14، العدد 2، ديسمبر 2019.
4. بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 3، ديسمبر 2005.
5. بن قيدة مروان، واقع وأفاق تعزيز الشمول المالي في الدول العربية، مجلة الاقتصاد والتنمية، العدد18،

6. بهناس العباس، رسول حميد، بسياسة بلعباس عز الدين، أسس ومتطلبات إستراتيجية تعزيز الشمول المالي مع
7. زيار الشاذلي، دراسة لأنواع الودائع المصرفية في التشريع الجزائري، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 2، 31. 12. 2022
8. طالبي سميرة، سعد الله أمال، سبل تعزيز الشمول المالي في الجزائر، الملتقى الدولي الثامن بتقنية التحاضر عن بعد حول: التمويل الرقمي ودوره في تعزيز الشمول المالي لضمان تمويل مستدام (الواقع، الفرص، التحديات)، جامعة طاهري محمد بشار، يوم 24-25 نوفمبر 2021.
9. عطيل هارون، مصطفىاوي محمد امين، الشمول المالي مؤشرات قياسه العالمية والمحلية، مجلة الاقتصاد والتنمية، المجلد 8، العدد 1، 2020.
10. فاطمة قادم، الشمول المالي ودوره في تعزيز الاستقرار المالي "دراسة حالة الدول العربية"، مجلة المدبر، المجلد 10، رقم 01، السنة 2023.
11. كريمة بن شريف، عبد الحق رايس، أثر تفعيل الابتكار في المنتج وتطوير خدمات مصرفية جديدة، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد 1، المجلد 8، 31 / 03 / 2023
12. لوراني إبراهيم، القروض البنكية وإجراءات منحها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية دراسات اقتصادية، المجلد 2، جامعة زيان عاشور بالجلفة، 2017.
13. Ibrahim, D. MENAFSIR ULANG BEBERAPA POIN PENTING DALAM HUKUM KELUARGA ISLAM DENGAN PENDEKATAN TEORI MAQASHID. In The 7th International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization, 2019 .

رابعاً: المواقع الإلكترونية

1. <https://dabrbanque.dz>.
2. <https://sites.utexas.edu/sos/guided/inferential/numeric/bivariate/cor/>.
3. <https://www.qualtrics.com/fr/gestiondelexperience/etudemarche/testtstudent/> .
4. <https://www.scribbr.com/statistics/coefficientofdetermination/>.
5. <https://www.scribbr.com/statistics/correlationcoefficient/>.
6. <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/one-sample-t-test-using-spss-statistics.php> .

الملاحق

الملحق رقم 1: الاستبيان

القسم الأول: المعلومات الشخصية

يرجى وضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: ☐ أقل من 25 سنة ☐ من 25 إلى 35 سنة

☐ من 35 إلى 45 سنة ☐ أكبر من 45 سنة

المستوى العلمي: ☐ متوسط ☐ ثانوي

☐ جامعي ☐ دراسات عليا

القسم الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: تطوير المنتجات البنكية

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تتعلق بتطوير المنتجات البنكية، من فضلك حدد درجة موافقتك على هذه العبارات بوضع العلامة (X) في الخانة التي تعبر عن رأيك:

رقم العبارة	العبارة	الدرجة				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	- البنك الذي أتعامل معه يقدم مجموعة متنوعة من المنتجات البنكية؛					
2	- ألاحظ إضافة منتجات جديدة باستمرار؛					
3	- هناك اهتمام واضح بخلق منتجات بنكية مبتكرة؛					
4	- المنتجات البنكية المبتكرة مرنة وتلبي احتياجات شرائح عملاء مختلفة؛					
5	- تنوع المنتجات يسهل عليّ اختيار الأنسب لي؛					
6	- إشراك الزبائن في مراحل تطوير المنتجات البنكية يعزز جودتها؛					
7	- التعامل مع البنك إلكترونياً يُغني عن زيارة الفرع؛					
8	- المنتجات البنكية الرقمية متاحة وسهلة الاستخدام؛					
9	- سرعة تقديم الخدمات البنكية جيدة؛					
10	- توجد متابعة جيدة بعد تقديم المنتج البنكي؛					

المحور الثاني: الشمول المالي

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تتعلق بأبعاد الشمول المالي، من فضلك حدد درجة موافقتك على هذه العبارات بوضع العلامة (X) في الخانة التي تعبر عن رأيك:

رقم العبارة	العبارة	الدرجة				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
بعد الوصول المالي						
يقيس هذا البعد مدى توفر الخدمات المالية وسهولة الوصول إليها، خاصة للفئات ذات الدخل المنخفض.						
1	الخدمات البنكية متاحة بسهولة في منطقتي، بما في ذلك المناطق النائية؛					
2	البنك يوفر قنوات متعددة (فروع، أجهزة صراف آلي، تطبيقات رقمية) تسهل الوصول إلى الخدمات المالية؛					
3	الخدمات المالية الرقمية تجعل الوصول إلى المنتجات البنكية أكثر سهولة؛					
4	الأفراد ذووا الدخل المنخفض يصلون إلى المنتجات البنكية دون عوائق كبيرة؛					
5	يوجد اهتمام بنشر الخدمات البنكية في المناطق النائية؛					
بعد الاستخدام						
يقيس هذا البعد مدى استخدام الأفراد للخدمات المالية وتكرار هذا الاستخدام.						
1	أستخدم أكثر من منتج بنكي في الوقت نفسه، بشكل منتظم؛					
2	- أفضل استخدام العروض البنكية أو الحسابات الجارية عن باقي المنتجات البنكية.					
3	المنتجات البنكية الحالية تشجعني على استخدامها باستمرار لتلبية احتياجاتي المالية؛					
4	الأفراد في مجتمعي يستخدمون الخدمات البنكية بشكل متكرر لإدارة شؤونهم المالية.					
بعد التمكين المالي						
يقيس هذا البعد مدى مساهمة المنتجات البنكية في تعزيز الاستقلالية المالية وتسهيل اتخاذ القرارات المالية.						
1	البنك يوفر لي استشارات أو معلومات تساعدني في اتخاذ قراراتي المالية؛					
2	أشعر أن البنك يأخذ بعين الاعتبار وضعي الاقتصادي عند تصميم منتجاته.					

					البنك يقدم برامج تثقيف مالي تساعدني على فهم المنتجات المالية واستخدامها بفعالية؛	3
					الخدمات البنكية المقدمة تمكن الفئات المهمشة (نساء، شباب) من تحسين وضعهم الاقتصادي؛	4
					البنك يساهم في دمج مختلف الفئات في النظام المالي؛	5
بعد الجودة						
يقيس هذا البعد مدى ملائمة المنتجات البنكية وجودتها في تلبية احتياجات الزبائن.						
					المنتجات البنكية المقدمة تتناسب مع احتياجاتي المالية بشكل فعال ومناسب؛	1
					جودة المنتجات البنكية المقدمة مرضية؛	2
					البنك يقدم معلومات شفافة وواضحة حول رسوم وشروط المنتجات المالية؛	3
					المنتجات البنكية المقدمة مصممة بطريقة تأخذ بعين الاعتبار احتياجات ذات الدخل المنخفض؛	4
					البنك يوفر خدمة عملاء عالية الجودة لحل مشكلات مستخدمي الخدمات البنكية؛	5

الملحق رقم 2: قائمة المحكمين

الرقم	اسم الأستاذ	الرتبة	الجامعة
01	أوصغير الويزة	أستاذ	جامعة محمد البشير الابراهيمى برج بوعريرج
02	قايدى بومدين	أستاذ محاضر ب	جامعة محمد البشير الابراهيمى برج بوعريرج
03	بن جدو امينة	أستاذ محاضر ب	جامعة محمد البشير الابراهيمى برج بوعريرج

الملحق رقم 3: نتائج SPS

Fiabilité

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
820,	29

Récapitulatif des modèles

M odèle	R	R- deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	95, 4 ^a	91, 0	902,	11401,

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig .
1 Régres sion	5,942	4	1,485	114 ,286	00, 0 ^b
Résidu	585,	45	013,		
Total	6,527	49			

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficie nts standardisés	t	Sig .
	B	Erreur standard	Bêta		

1	(Const ante)	600,	139,		4,3 15	00, 0
	الوصول المالي	226,	036,	339,	6,2 32	00, 0
	الاستخدام	134,	035,	196,	3,8 29	00, 0
	التمكين المالي	269,	040,	404,	6,8 05	00, 0
	الجودة	216,	032,	372,	6,6 53	00, 0

a. Variable dépendante :

DESCRIPTIVES VARIABLES=y1 y2 y21 y22 y23 y24 y

/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Statistiques descriptives

	N	Mini mum	Maxi mum	Mo yenne	Ecar t type
المحور الأول	50	2,60	4,20	3,5 820	404, 41
المحور الثاني	50	2,26	4,00	3,3 653	405, 24
البعد الأول	50	1,80	4,20	3,2 200	546, 98
البعد الثاني	50	2,25	4,50	3,4 450	535, 21
البعد الثالث	50	2,00	4,40	3,3 560	548, 53
البعد الرابع	50	1,40	5,00	3,4 560	628, 62

N valide (liste)	50				
---------------------	----	--	--	--	--

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.365 ^a	.133	.118	.49030

a. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2.144	1	2.144	8.920	.004 ^b
	de Student	13.943	58	.240		
	Total	16.087	59			

a. Variable dépendante : الوصول

b. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés B	Erreur standard	Coefficients standardisés Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	1.553	.574		2.707	.009
	تطوير_المنتجات	.471	.158	.365	2.987	.004

a. Variable dépendante : الوصول

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.179 ^a	.032	.015	.51769

a. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	.514	1	.514	1.918	.171 ^b
	de Student	15.544	58	.268		
	Total	16.058	59			

a. Variable dépendante : الاستخدام

b. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2.549	.606		4.207	.000
	تطوير_المنتجات	.230	.166	.179	1.385	.171

a. Variable dépendante : الاستخدام

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.179 ^a	.032	.015	.51769

a. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	.514	1	.514	1.918	.171 ^b
	de Student	15.544	58	.268		
	Total	16.058	59			

a. Variable dépendante : الاستخدام

b. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2.549	.606		4.207	.000
	تطوير_المنتجات	.230	.166	.179	1.385	.171

a. Variable dépendante : الاستخدام

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.491 ^a	.241	.228	.46498

a. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	3.990	1	3.990	18.454	.000 ^b
	de Student	12.540	58	.216		
	Total	16.530	59			

a. Variable dépendante : التمكين

b. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1.026	.544		1.886	.044
	تطوير_المنتجات	.642	.149	.491	4.296	.000

a. Variable dépendante : التمكين

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.425 ^a	.180	.166	.53956

a. Prédictors : (Constante), تطوير_المنتجات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	3.714	1	3.714	12.759	.001 ^b
	de Student	16.885	58	.291		

Total	20.599	59			
-------	--------	----	--	--	--

a. Variable dépendante : الجودة

b. Prédicteurs : (Constante), تطوير_المنتجات

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1.221	.631		1.934	.048
	تطوير_المنتجات	.619	.173	.425	3.572	.001

a. Variable dépendante : الجودة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.425 ^a	.180	.166	.53956

a. Prédicteurs : (Constante), تطوير_المنتجات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	3.714	1	3.714	12.759	.001 ^b
	de Student	16.885	58	.291		
	Total	20.599	59			

a. Variable dépendante : الجودة

b. Prédicteurs : (Constante), تطوير_المنتجات

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1.221	.631		1.934	.058
	تطوير_المنتجات	.619	.173	.425	3.572	.001

a. Variable dépendante : الجودة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.530 ^a	.281	.268	.32980

a. Prédicteurs : (Constante), تطوير_المنتجات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2.462	1	2.462	22.637	.000 ^b
	de Student	6.308	58	.109		
	Total	8.771	59			

a. Variable dépendante : الشمول

b. Prédicteurs : (Constante), تطوير_المنتجات

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1.537	.386		3.982	.000
	تطوير_المنتجات	.504	.106	.530	4.758	.000

a. Variable dépendante : الشمول