

فاعلية القنوات الرقمية البريدية في تعزيز الشمول المالي المدرك لدى عينة من

مستخدمي تطبيق بريدي موب بولاية الطارف

The Effectiveness of Postal Digital Channels in Enhancing Perceived Financial Inclusion among a Sample of BaridiMob Application Users in El Tarf Province

قوادرية مريم*

(مخبر التنمية المحلية المستدامة) جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف، الجزائر

m.kouadria@univ-eltarf.dz

تاريخ القبول: 2026/06/05

تاريخ الاستلام: 2026/02/10

مستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل فاعلية القنوات الرقمية البريدية في تعزيز الشمول المالي في ولاية الطارف وذلك من خلال الوقوف على خدمات تطبيق بريدي موب ومدى تأثيره في تسهيل وصول المستخدمين إلى الخدمات المالية وتقليص الاعتماد على النقد، حيث تم استخدام برنامج SPSS في اختبار الاتساق العام لأداة الدراسة والتحليل الإحصائي واختبار فرضيات البحث، وبشكل عام أثبت التحليل المتعدد أن الأبعاد الأربعة للقناة البريدية الرقمية – بريدي موب- مجتمعة تُفسّر نسبة معتبرة من التغير في الشمول المالي، وهو ما يدل على أن تطبيق بريدي موب يعزز إدراك أفراد العينة لإمكانية الوصول والاستخدام المالي.

الكلمات المفتاحية: القنوات الرقمية البريدية؛ بريدي موب؛ الشمول المالي المدرك؛ التحول الرقمي؛ بريد الجزائر.

تصنيف JEL: O33؛ O16؛ G21

Abstract:

This study aims to analyze the effectiveness of postal digital channels in enhancing financial inclusion in El Tarf Province by examining the services offered through the BaridiMob application and assessing their role in facilitating access to financial services and reducing reliance on cash transactions. SPSS software was employed to evaluate the reliability of the research instrument, perform statistical analyses, and test the study hypotheses. The results of the multiple regression analysis revealed that the four dimensions of the digital postal channel (BaridiMob) collectively explain a substantial proportion of the variation in financial inclusion. These findings suggest that the BaridiMob application significantly enhances users' perceptions of financial access and usage.

* المؤلف المراسل: قوادرية مريم

Keywords: digital postal channels; Baridi Mob; Perceived financial inclusion; digital transformation; Algeria Post.

Jel Classification Codes : G21 ; O16 ; O33

مقدمة:

لعبت مكاتب البريد عبر الأزمنة دورًا بارزاً في تقديم التحويلات والخدمات المالية الأساسية للفئات ذات الدخل المنخفض، كما أدت التطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى إحداث تحولات جوهرية في طرق تقديم الخدمات المالية حيث أصبحت القنوات الرقمية أداة رئيسية لتعزيز الشمول المالي، هذا الأخير الذي يُعدّ من الركائز الأساسية لتعزيز الإدماج المالي والاقتصادي، خاصة في الدول النامية التي تواجه تحديات تتعلق بضعف وصول الأفراد إلى الخدمات المالية التقليدية.

وفي الجزائر يُشكّل البريد الجزائري بدوره أحد الأعمدة الأساسية في النظام المالي حيث شهد خلال السنوات الأخيرة توجهاً متزايداً نحو الرقمنة تجسّد بشكل جليّ في إطلاق المنصة المالية الرقمية " بريدي موب" والعمل على تحديثها وتطويرها، بما يسمح للمتعاملين من إجراء مجموعة من المعاملات المالية الالكترونية كالاطلاع على الرصيد الجاري، والتحويل من حساب إلى حساب آخر وتسديد الفواتير وغيرها من الخدمات المالية، إلّا أنّ فاعلية هذه القنوات الرقمية في تعزيز الشمول المالي لا تُقاس فقط بتوفرها التقني بل تبقى رهينة بعدّة عوامل من بينها: سهولة الاستخدام، الثقة والأمان، جودة الخدمة ورضا المستخدمين.

وانطلاقاً من ذلك تسعى هذه الدراسة إلى تقييم فاعلية القنوات الرقمية البريدية، ممثلة في تطبيق بريدي موب، في تحقيق الشمول المالي في الجزائر، اعتماداً على تحليل ميداني لآراء المستخدمين في ولاية الطارف في الشرق الجزائري، واستخدام أدوات إحصائية لقياس أثر أبعاد هذه القنوات على مستوى الشمول المالي.

الإشكالية: يُعتبر تطبيق " بريدي موب" أحد أهم وأبرز الحلول الرقمية التي أطلقها بريد الجزائر كآلية لتوسيع نشر الخدمات المالية وتقريبها للمواطن الجزائري وإدماجه في النظام المالي بما يساهم في تعزيز الشمول المالي، إلّا أنّ التطبيق بقيّ يواجه بعض الصعوبات في استخدامه من طرف بعض أفراد المجتمع الجزائري، خاصة في ظل ضعف الثقافة المالية والبُنى التحتية اللازمة لتبني الرقمنة على أكمل وجه، انطلاقاً من هذا تمحورت إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يُساهم استخدام القنوات الرقمية البريدية مُمثلةً في تطبيق بريدي موب في تعزيز

الشمول المالي المدرك لدى أفراد المجتمع بولاية الطارف؟

فرضيات الدراسة: بُغية الإجابة عن الإشكالية الرئيسية وكمطلق للدراسة تم وضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين القنوات الرقمية البريدية ممثلة في تطبيق بريدي موب بأبعادها الأربعة وبين مستوى الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة.

الفرضيات الفرعية: تنبثق عن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين سهولة استخدام تطبيق بريدي موب ومستوى الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى الثقة والأمان في تطبيق بريدي موب ومستوى الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين جودة الخدمات الرقمية المقدمة عبر تطبيق بريدي موب ومستوى الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين رضا المستخدمين عن تطبيق بريدي موب ومستوى الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة.

أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية متغيرات الموضوع، الذي تناول أحد أهم التحولات التي تسعى الجزائر إلى ترسيخها وتطويرها في قطاعها المالي، من خلال التوجه نحو رقمنة الخدمات المالية البريدية وذلك بالاعتماد على تطبيقات حديثة مثل "تطبيق بريدي موب"، هذا الأخير الذي أطلقه بريد الجزائر بُغية تبسيط المعاملات المالية على الأفراد، بحيث يمكن القيام بالتحويلات المالية والاستفادة من الخدمات المالية بكل سهولة ويُسر، وفي إطار التوجه الوطني نحو تعزيز الشمول المالي وتمكين أكبر عدد من الأفراد من الاستفادة من الخدمات المالية خاصة سكان الأرياف والقرى البعيدة، أصبح من المهم تقييم الدور الفعلي الذي تقوم به هذه القنوات الرقمية في تقليص الفجوة بين الفئات المختلفة وتسهيل قيامهم بمعاملات مالية آمنة ومنخفضة التكلفة.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تقييم وتحليل الدور الذي تؤديه القنوات الرقمية البريدية مجسدة في تطبيق بريدي موب، في تعزيز مستويات الشمول المالي، وذلك من خلال قياس مدى فاعلية استخدام تطبيق "بريدي موب" كونه أهم قناة رقمية بريدية في دفع وتيرة الشمول المالي لدى المستخدمين الحاليين بولاية الطارف، إضافة إلى تقديم مجموعة من التوصيات التي قد

تساعد بريد الجزائر والقائمين عليه على تحسين أداء التطبيق وتعزيز انتشاره والعمل به بين مختلف الفئات.

مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من مستخدمي "بريدي موب" في ولاية الطارف، وبالنظر لاتساع مجتمع الدراسة وصعوبة حصر جميع أفرادها، تم الاعتماد على عينة قَصْدِيَّة تَضَمَّنَتْ المُسْتَخْدِمِينَ الحاليين لتطبيق بريدي موب، إذ تم توزيع 450 استمارة، وتم استرجاع 279 استمارة، مع الأخذ بعين الاعتبار تَنَوُّع خصائص العينة من حيث الجنس والعمر والمستوى الدراسي والمهنة، للتمكن من الحصول على نتائج تعكس الواقع الحقيقي لاستخدام تطبيق بريدي موب في ولاية الطارف، وعليه تقييم مدى مساهمته في تعزيز الشمول المالي في نفس الولاية.

حدود الدراسة: يمكن تحديد حدود الدراسة وفق أربعة محاور أساسية كما يلي:

- الحدود المكانية: شملت الدراسة المستخدمين الحاليين لتطبيق " بريدي موب" في ولاية الطارف.

- الحدود الزمنية: تم القيام بهذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من 2025/05/15 إلى 2026/01/29.

- الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على تقييم فعالية القنوات الرقمية البريدية من خلال أربعة أبعاد رئيسية (سهولة الاستخدام، الثقة والأمان، جودة الخدمة، رضا المستخدم) بهدف قياس أثرها على الشمول المالي في حدود عينة الدراسة.

منهج وأدوات الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة في قسمها النظري على المنهج الوصفي لعرض المفاهيم النظرية المرتبطة بمتغيرات الدراسة، والمنهج التحليلي في قسمها التطبيقي وذلك للتمكن من تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار فرضيات الدراسة سواء الرئيسية أو الفرعية.

1. الإطار النظري للدراسة

1.1. ماهية القنوات البريدية الرقمية:

تُعرَّف القنوات البريدية الرقمية بأنها: مجموعة المنصات والخدمات الإلكترونية التي تعتمد عليها المؤسسات البريدية لتقديم خدماتها عن بُعد من خلال توظيف تكنولوجيات المعلومات والاتصال، بما يتيح للمستخدمين الوصول إلى الخدمات البريدية والمالية الرقمية بكفاءة وسهولة، ويسهم في تطوير النظام البريدي ليتوافق مع متطلبات الاقتصاد الرقمي. (Mikavica, Blagojević, & Kostic-

Ljubisavljevic, 2022)

2.1. تعريف الخدمات البريدية الرقمية:

تُعرّف الخدمة الرقمية البريدية بأنها: مجموعة من الخدمات التي توفرها مؤسسة بريد عبر منصاتها الإلكترونية وتطبيقاتها الرقمية، والتي تُمكن الزبائن من إنجاز معاملاتهم البريدية والمالية عن بُعد دون الحاجة إلى التنقل إلى المكاتب البريدية التقليدية. وتشمل هذه الخدمات مختلف العمليات مثل الدفع الإلكتروني، تحويل الأموال، متابعة الحسابات، وتسديد الفواتير، وذلك عبر واجهات رقمية آمنة وسهلة الاستخدام، بما يساهم في تحسين جودة الخدمة وتسهيل وصول المستخدمين إليها في أي وقت ومكان. (إيزيتي، 2025، صفحة 267، 268)

يمكن الإشارة إلى أنّ الخدمات البريدية الرقمية هي الخدمات التي تقدمها هيئات البريد لعملائها النهائيين (الأفراد، أو المؤسسات، أو الحكومات) من خلال القنوات الرقمية. ويُعدّ الإنترنت القناة الرئيسية لتقديم هذه الخدمات الرقمية، في حين تُعتبر قنوات الاتصالات الأخرى (مثل الهواتف المحمولة، الأجهزة اللوحية، مراكز النداء أو أجهزة التلفاز) جزءاً منها أيضاً. أمّا استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات بهدف وحيد يتمثل في أتمتة العمليات البريدية الداخلية، مثل استخدام آلات الفرز، فلا يدخل ضمن نطاق هذه الدراسة. (Universal postal union UPU, 2019, p. 16)

3.1. الأبعاد الثلاثة لقطاع المؤسسات البريدية:

غالبًا ما يُنظر إلى القطاع البريدي باعتباره مرتبطًا حصريًا بالبريد، لكن دراسة أجرتها شركة Accenture (2010) لصالح البريد الأمريكي (USPS) أظهرت أنّ الأنشطة غير البريدية مثلت في عام 2008 نسبة 63٪ من إجمالي إيرادات مجموعة من 24 مكتب بريد رئيسي من الدول الصناعية وتشمل الأنشطة غير البريدية خدمات الطرود واللوجستيات، التجارة الإلكترونية، الاتصالات، الخدمات الحكومية، الخدمات التجارية والخدمات المالية، وترتبط هذه الأنشطة المتنوعة بحقيقة أنّ الشبكة البريدية تمتلك ثلاثة أبعاد متكاملة، من المرجح أن تصبح أكثر اندماجًا في المستقبل القريب (Nils & José, 2011)

- **المواقع المادية:** يمتلك البريد أكبر شبكة مادية في العالم، تضم ما مجموعه 660,000 مكتب بريد. ووفقًا لدراسة للبنك الدولي، هناك ما يقرب من ضعف عدد مكاتب البريد مقارنة بالبنوك التجارية، ووفقًا لدراسة البنك الدولي (2006)، يوجد ما يقارب 500,000 مكتب بريد ووكالة بريدية مقارنة بـ 275,000 فرع بنك تجاري فقط في العالم النامي.

- الشبكات الإلكترونية: ترتبط مكاتب البريد عبر شبكة تبادل البيانات الإلكترونية (EDI)، والتي تمكّنها من تقديم خدمات الحوالات البريدية الإلكترونية وتسهيل التجارة (إذ يمكن لشركات الطيران وهيئات الجمارك أيضاً الاتصال بشبكة البريد الإلكترونية).
 - الخدمات المالية: أكثر من ثلثي مكاتب البريد تُقدّم نوعاً من الخدمات المالية (مثل الحوالات، الادخار، دفع الفواتير، والمنافع الاجتماعية). ويمتلك الذراع المالي لبريد اليابان اليوم ما يقارب 1.9 تريليون دولار من المدخرات، مما يجعله أحد أكبر المؤسسات المالية في العالم.
- إنّ التكامل المتزايد لهذه الأبعاد الثلاثة سيُمكن مكاتب البريد من تقديم حزم خدمات في مجالات كالمدفوعات، التجارة، الخدمات الإلكترونية واللوجستيات.

4.1. ماهية الشمول المالي:

يمكن تعريف الشمول المالي على أنّه تقديم الخدمات المصرفية بتكلفة ميسورة للشرائح الكبيرة من الفئات المحرومة وذات الدخل المنخفض. في حالة الائتمان، فإنّ التعريف الصحيح للفئات المستبعدة ماليّاً يشمل الأسر التي تُحرم من الحصول على الائتمان رغم حاجتها له. وعلى الرغم من أنّ الائتمان هو المكون الأهم، يُغطي الشمول المالي أيضاً مجموعة من الخدمات المالية الأخرى مثل الادخار، التأمين، المدفوعات وتسهيلات التحويلات المالية من خلال النظام المالي الرسمي للأشخاص الذين تميل ظروفهم إلى الاستبعاد (S. Mahendra Dev, 2006).

5.1. القنوات البريدية الرقمية كآلية لتعزيز الشمول المالي

يُمكن لمكاتب البريد أن تلعب دوراً رائداً في تعزيز الشمول المالي نظراً لانتشارها الواسع في المناطق الريفية والفقيرة على عكس البنوك التجارية وفروعها التي تتمركز فقط في المدن الكبرى، (Klapper & Singer, 2017) إذ أنّ نقص الوصول إلى الخدمات المالية الأساسية مثل الائتمان أو حسابات التوفير يُشكّل آلية معروفة ومحورية في إنتاج عدم المساواة المستمرة في الدخل والفقير وكذلك إبطاء النمو، وقد أصبح الوصول إلى التمويل قضية سياسية رئيسية تُعرف بمصطلح الشمول المالي، وتجدر الإشارة هنا أنّه قد لعب المشغلين البريديين في العديد من البلدان دوراً مهماً في تعزيز الشمول المالي، وقد تم الاعتراف بهذا الدور من قبل جهات فاعلة رئيسية، بما في ذلك الإتحاد البريدي العالمي.

كما تجلب الرقمنة فوائد كبيرة لمستخدمي التحويلات المالية عبر البريد، من بينها: خفض تكاليف التحويلات، تحسين سرعتها، توفير قدر أكبر من اليقين بشأن المدفوعات، تعزيز الأمان

وإمكانية التتبع بالإضافة إلى زيادة الوصول إلى الخدمات، وفتح الباب أمام الشمول المالي وبناء القدرة المالية على الصمود. وغالباً ما تكون التحويلات هي أول خدمة مالية يستخدمها المهاجرون وأسراهم من خلال مقدمي الخدمات المنظمين، وهو ما يشكل فرصة لإدماجهم مالياً. وعلاوة على ذلك، فإنَّ مُرسلي أو مستلمي التحويلات هم في كثير من الحالات من النساء، ممّا يوفر فرصة فريدة لتصميم منتجات مالية خاصة تتناسب مع احتياجات النساء بما يعزز الشمول المالي للمرأة ويزيد من تمكينها اقتصادياً.

وبينما يمكن أن تسهم رقمنة التحويلات في تحسين تجربة التحويل بشكل مباشر للمرسلين والمستلمين وتعزيز الشمول المالي، فإنَّ الوظائف التشغيلية لمقدمي خدمات التحويلات (RSPs) يمكن أن تستفيد أيضاً من الرقمنة في مجالات مثل: تجميع المنتجات، والامتثال لمتطلبات مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب (AML/CFT)، وتداول عملات التسوية. كما يمكن لرقمنة التحويلات أن تساعد في تحسين نزاهة وشفافية القطاع المالي وتعزيز الجهود المبذولة لمكافحة التدفقات المالية غير المشروعة من خلال إدماج مزيد من الأفراد في القطاع المالي المنظم.

وبشكل عام، يمكن أن تكون رقمنة التحويلات مفيدة للطرفين معاً – العملاء ومقدمي خدمات التحويل – إذ تتيح إنشاء سجل للمعاملات المالية يفتح المجال أمام علاقة أوسع وأكثر إستدامة على المدى الطويل. (IFAD, 2024, p. 07)

2. الإطار التطبيقي للدراسة:

1.2. الطريقة والأدوات:

1.1.2. مجتمع وعينة الدراسة: انطلاقاً من مشكلة وفرضيات الدراسة فإنَّ المجتمع المستهدف يتمثل في جميع المستخدمين الحاليين لتطبيق بريدي موب في ولاية الطارف، حيث تم اختيار عينة قصدية مكوّنة من 450 فرد من المستخدمين الحاليين لـ "تطبيق بريدي موب"، وقد تم استرجاع 279 استبيان إلكتروني وتحليله باستخدام برنامج SPSS V20.

2.1.2. أداة الدراسة: لقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، والذي صُمم كما يلي:

- الجزء الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة؛

- الجزء الثاني: تضمن المحاور المتعلقة بموضوع الدراسة وقد ضم 28 عبارة تم إعدادها من طرف الباحثة وتحكيمها من طرف الخبراء، إذ تم تقسيم الاستبيان وفقاً لمتغيرات الدراسة، حيث تضمن محور القنوات الرقمية البريدية 16 عبارة، وتضمن محور الشمول المالي المدرك 12 عبارة ولقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، حيث تم إعطاء الأوزان الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): مقياس ليكارت الخماسي

المستوى	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المتوسط الحسابي	1.79-1	2.59-1.8	3.39-2.6	4.19-3.4	5-4.20
درجة الموافقة الكلية	منخفضة	متوسطة	مرتفعة		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي

3.1.2. ثبات وصدق أداة الدراسة: لقد بلغ معامل ألفا كرونباخ لمحور فاعلية القنوات الرقمية البريدية (بريدي موب) 0.910 ومعامل محور الشمول المالي 0.890، وأما المعامل الكلي فقد بلغ 0.930، إذ نلاحظ أنّ معامل ألفا كرونباخ لجميع الأبعاد تجاوز 60%، وهذا يدلّ على ثبات أداة الدراسة، كما تم التحقق من صدق المحتوى من خلال عرض الاستبيان للتحكيم من طرف الخبراء.

4.1.2. اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (Normality Test)

تم التحقق من شرط التوزيع الطبيعي باستخدام اختباري Kolmogorov-Smirnov و-Shapiro Wilk، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (02): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (Normality Test)

المتغير	حجم العينة (N)	Kolmogorov-Smirnov Statistic	Sig.	Shapiro-Wilk Statistic	Sig.
المتغير المستقل	279	0.071	0.087	0.986	0.063
المتغير التابع	279	0.068	0.094	0.988	0.078
البواقي المعيارية	279	0.052	0.200	0.992	0.184

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات Spss V20

يتضح من الجدول أعلاه أن جميع قيم مستوى الدلالة (Sig.) لاختباري Kolmogorov-Smirnov و Shapiro-Wilk للمتغير المستقل والمتغير التابع وبواقي نموذج الانحدار أكبر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05). فقد بلغت بالنسبة للمتغير المستقل (0.087) و (0.063)، وبالنسبة للمتغير التابع (0.094) و (0.078)، أما بالنسبة للبواقي المعيارية فقد بلغت (0.200) و (0.184) على التوالي. وعليه يمكن الاستنتاج أن البيانات الأصلية وكذلك بواقي نموذج الانحدار تتبع التوزيع الطبيعي، مما يؤكد تحقق افتراض التوزيع الطبيعي اللازم لإجراء تحليل الانحدار المتعدد والاعتماد على نتائجه في اختبار فرضيات الدراسة.

5.1.2. اختبار التداخل الخطي (Multicollinearity Test)

تم استخدام مؤشري Tolerance و Variance Inflation Factor (VIF) للتحقق من عدم وجود تداخل خطي بين أبعاد القنوات الرقمية البريدية، وفقاً للجدول التالي:
الجدول رقم (03): اختبار التداخل الخطي

المتغير المستقل	Tolerance	VIF
سهولة الاستخدام	0.684	1.462
الثقة والأمان	0.731	1.368
جودة الخدمة	0.617	1.621
رضا المستخدم	0.658	1.520

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات Spss V20

تشير النتائج إلى أن جميع قيم VIF أقل من 5 وجميع قيم Tolerance أكبر من 0.20، وهو ما يدل على عدم وجود مشكلة تداخل خطي بين المتغيرات المستقلة، وبالتالي يمكن الاعتماد على نموذج الانحدار المتعدد في اختبار الفرضيات، وعليه لا توجد مشكلة "Multicollinearity".

6.1.2. اختبار تجانس التباين (Homoscedasticity)

تم التحقق من تجانس التباين باستخدام اختبار Levene's Test والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): اختبار تجانس التباين

المتغير	قيمة Levene	Sig
الشمول المالي	1.843	0.174

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات Spss V20

نلاحظ من الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05، وعليه فإنه يتم قبول الفرضية الصفرية التي تنص على تساوي التباينات بين المشاهدات وبذلك فإن البيانات تحقق شرط تجانس التباين، ولا توجد مشكلة Heteroscedasticity.

2.2. النتائج ومناقشتها:

1.2.2. وصف خصائص عينة الدراسة: يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية%	التكرار	المتغير	
64.5	180	ذكر	الجنس
35.5	99	أنثى	
18.0	50	25-18	العمر
23.8	66	35-26	
21.5	60	35-36	
18.8	52	55-46	
13.5	38	65-56	
4.5	13	أكثر من 65 سنة	
0	0	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
38.75	108	جامعي	
61.25	171	دراسات عليا	
17.0	47	أقل من 30000 دج	الدخل الشهري
35.0	98	30000 دج - 60000 دج	
28.8	80	60001 دج - 100000 دج	
19.2	54	أكثر من 100000 دج	
70.0	195	حضري	مكان الإقامة
30.0	84	ريفي	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.v.20

من خلال الجدول رقم (05) يتضح أنه تم توزيع استمارات الدراسة بشكل بين الجنسين الذكور والإناث حيث تميل العينة إلى غلبة الذكور ، كما نلاحظ بالنسبة للفئة العمرية أنّ العينة يغلب عليها الأفراد في سن العمل النشط (26 سنة – 45 سنة) وهي الفئة الأكثر استخداماً للتطبيقات البريدية الرقمية، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فنجد أنّ 61.25 % من المدروسين من أصحاب الدراسات العليا (حاملي شهادتي الماجستير والدكتوراه) و 38.75 % الباقين يمثلون الفئة الجامعية (ليسانس، ماستر) وعليه فإن النتائج المتوصل إليها تعكس بدرجة أكبر تصورات وسلوكيات فئة تتمتع بمستوى تعليمي مرتفع وقدرة أكبر على التعامل مع التقنيات الرقمية والخدمات المالية الإلكترونية، وهو ما قد يحدّ من إمكانية تعميم النتائج على جميع فئات المجتمع، خاصة الأفراد ذوي المستويات التعليمية المنخفضة أو الذين يواجهون صعوبات في استخدام

التطبيقات الرقمية، كما تُظهر النتائج أن 70٪ من المستجيبين يقيمون في المناطق الحضرية، مما يعكس تفاوت الوصول إلى الخدمات الرقمية بين المدن والأرياف.

2.2.2. التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة: يمكن توضيح التحليل الإحصائي الخاص بمتغيرات الدراسة كما يلي:

الجدول رقم (06): تحليل اتجاهات أفراد العينة نحو محور القنوات الرقمية البريدية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الموافقة
01	التطبيق سهل التصفح والاستخدام	3.92	0.60	مرتفعة
02	يمكنني تنفيذ المعاملات بسهولة دون مساعدة الآخرين	3.88	0.61	مرتفعة
03	واجهة بريدي موب واضحة ومفهومة	3.93	0.57	مرتفعة
04	استخدام بريدي موب لا يحتاج إلى خبرة تقنية كبيرة	3.87	0.62	مرتفعة
	بعد سهولة الاستخدام	3.90	0.60	مرتفعة
05	أشعر بالأمان عند إجراء العمليات المالية عبر بريدي موب	3.58	0.70	متوسطة
06	أثق في حماية بياناتي الشخصية داخل التطبيق	3.62	0.67	متوسطة
07	عمليات التحويل تتم بدقة وبدون أخطاء	3.65	0.72	متوسطة
08	إجراءات التحقق والأمان كافية لحماية الحساب	3.57	0.71	متوسطة
	بُعد الثقة والأمان	3.60	0.70	متوسطة
09	الخدمة متاحة طوال الوقت دون انقطاع	3.72	0.65	مرتفعة
10	تنفيذ العمليات يتم بسرعة وسلاسة	3.78	0.63	مرتفعة
11	التطبيق يوفر جميع الخدمات التي أحتاجها	3.80	0.68	مرتفعة
12	خدمة الزبائن عبر بريدي موب فعالة وسريعة الاستجابة	3.70	0.66	مرتفعة
	بُعد جودة الخدمة	3.75	0.65	مرتفعة
13	أنا راضٍ عن أدائي المالي بفضل بريدي موب	3.82	0.61	مرتفعة
14	التجربة العامة مع بريدي موب إيجابية	3.89	0.58	مرتفعة
15	أوصي الآخرين باستخدام بريدي موب	3.86	0.59	مرتفعة

16	بريدي موب جعل معاملاتي المالية أسهل من قبل	3.84	0.61	مرتفعة
	بُعد رضا الزبون	3.85	0.60	مرتفعة
	الخدمات الرقمية البريدية (بريدي موب)	3.77	0.16	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v.20

تُظهر نتائج التحليل أنّ أفراد العينة لديهم اتجاهات إيجابية متوسطة إلى مرتفعة نحو بريدي موب، حيث تبين أنّ محور الخدمات الرقمية البريدية عبر تطبيق بريدي موب قد حقق بشكل إجمالي متوسط حسابي قدره: 3.77 وانحراف معياري قدره 0.16 خاصة في أبعاد سهولة الاستخدام والرضا العام، بينما تبقى الثقة والأمان المجال الأكثر حاجة للتحسين لزيادة الاعتماد على الخدمات المالية الرقمية وتحقيق الشمول المالي المنشود، وقد جاءت أبعاد محور الخدمات الرقمية البريدية (بريدي موب) مرتبة كما يلي:

- **بُعد سهولة الاستخدام:** جاء هذا البعد في المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية المُعطاة له من قبل المبحوثين بمتوسط حسابي قدره: 3.90 وانحراف معياري يساوي: 0.60، وهذا يدلّ على درجة موافقة مرتفعة، حيث احتلت العبارة رقم 03 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره: 3.93 وانحراف معياري 0.57 مما يدلّ على أنّ تصميم الواجهة الخاصة بتطبيق (بريدي موب) يُسهم في سهولة التجربة الرقمية، كما يساهم في تسهيل المعاملات المالية الرقمية على العملاء، كما كانت العبارة رقم 04 أقل قبول من طرف المبحوثين بمتوسط حسابي قدره: 3.87 وانحراف معياري قدره: 0.62 وهذا يدلّ على أنّ التطبيق محل الدراسة يُعدّ معقداً في الاستخدام بالنسبة لعينة من المبحوثين خاصة الذين لا يتقنون اللغة الفرنسية منهم.
- **بُعد رضا الزبون:** جاء هذا البعد في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من طرف المبحوثين، بمتوسط حسابي قدره: 3.85، وانحراف معياري قدره: 0.60، وهو الأمر الذي يعكس درجة موافقة مرتفعة، ما يعني أنّ تطبيق بريدي موب يُلبي التوقعات ويُعزّز من ولاء المستخدمين، حيث احتلت العبارة رقم 14 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.89 وانحراف معياري قدره: 0.58 ما يدلّ على أنّ أغلب مستعملي تطبيق بريدي موب لديهم تجربة مُرضية اتجاه التطبيق، كما جاءت العبارة رقم 13 في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره: 3.82 وانحراف معياري قدره: 0.61 ما يدلّ على أنّ هناك عينة من المبحوثين غير راضين عن أدائهم المالي في ظل استخدام تطبيق بريدي موب.

- **بُعد جودة الخدمة:** احتل هذا البعد المرتبة الثالثة من حيث الأهمية النسبية المُعطاة له من طرف أفراد العينة المدروسة بمتوسط حسابي قدره: 3.75، وانحراف معياري قدره: 0.65 أي أنّ النتائج قد أظهرت مستوى جودة مقبول إلى مرتفع، بمعنى أنّ جودة الخدمة تمثل عاملاً قوياً في نجاح تطبيق بريدي موب، وقد احتلت فيه العبارة رقم 11 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره: 3.80 وانحراف معياري 0.68 ما يعكس رضا جيّد لأفراد العينة من مستخدمي التطبيق عن شمولية الخدمات التي يقدّمها هذا الأخير، إلّا أنّ العبارة رقم 12 قد تحسّلت على أقل متوسط حسابي قدره: 3.70 بانحراف معياري قدره: 0.66 وهي نتيجة يمكن تفسيرها أنّ التطبيق يحتاج إلى تحسين أكثر ودعم فني أكبر.
- **بُعد الثقة والأمان:** جاء هذا البُعد في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره: 3.60 وانحراف معياري قدره 0.70 هو ما يظهر أنّ الثقة والأمان في تطبيق بريدي موب لا يزال يُشكل تحدياً متوسطاً، وذلك بالرغم من وجود رضا نسبي وهو عنصر حساس في التحوّل الرقمي المالي، حيث احتلت العبارة رقم 05 المرتبة الأولى في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره 3.58 وانحراف معياري قدره: 0.70 ما يعكس اتجاه معتدل نحو التطبيق يميل إلى الإيجابية، كما يحتاج إلى تعزيز الثقة التقنية فيه، وجاءت العبارة رقم 06 في أدنى الترتيب بمتوسط حسابي قدره: 3.62 وانحراف معياري 0.67 حيث نستنتج أنّ هناك مستوى ثقة جيّد اتجاه بريدي موب لكن ليس كاملاً، وهو الأمر الذي يستوجب مزيداً من التوعية.

3.2.2. تحليل اتجاهات أفراد العينة نحو محور الشمول المالي المدرك:

الجدول رقم (07): استجابات أفراد الدراسة لعبارات محور الشمول المالي المدرك

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الموافقة
17	أستطيع فتح حساب بسهولة عبر القنوات الرقمية	3.84	0.63	مرتفعة
18	بريدي موب مكّنني من الوصول للخدمات المالية التي لم أكن أستخدمها سابقاً	3.79	0.64	مرتفعة
19	التعاملات المالية أصبحت أكثر توافراً بالنسبة لي	3.83	0.62	مرتفعة
20	توفر عدّة قنوات للوصول إلى الخدمات المالية عبر الهاتف	3.81	0.65	مرتفعة

	الوصول الى الخدمات المالية	3.82	0.63	مرتفعة
21	بريدي موب ساعدني على إجراء العمليات اليومية بسهولة	3.78	0.67	مرتفعة
22	أقوم بالتحويلات المالية بصفة منتظمة عبر التطبيق	3.73	0.66	مرتفعة
23	أصبحت أستخدم بريدي موب أكثر من الطرق التطبيقية	3.80	0.64	مرتفعة
24	إرتفع حجم معاملاتي الرقمية مؤخراً	3.72	0.68	مرتفعة
	بُعد الاستخدام الفعّال للخدمات المالية	3.76	0.66	مرتفعة
25	ساعدتني الخدمات الرقمية على إدارة أموالى بكفاءة	3.87	0.59	مرتفعة
26	بريدي موب اختصر لي الوقت والجهد	3.92	0.57	مرتفعة
27	أستطيع تتبع معاملاتي بدقة عبر التطبيق	3.86	0.61	مرتفعة
28	زادت درجة اعتمادي على الحلول المالية الرقمية	3.89	0.60	مرتفعة
	بُعد جودة الاستخدام وفعاليته	3.88	0.60	مرتفعة
	محور الشمول المالي	3.82	0.14	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.v.20

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (07) أنّ محور الشمول المالي المدرك قد حقق بشكل إجمالي متوسط حسابي قدره: 3.82 وهو يشير إلى اتجاه إيجابي مرتفع نحو الشمول المالي، وانحراف معياري قدره: 0.14 وهو يدلّ على تجانس كبير بين آراء أفراد العينة حول العبارات المكوّنة للمحور. وهذا يعني أنّ العينة متفقة بدرجة عالية على أنّ القنوات الرقمية مثل "تطبيق بريدي موب" تُعزز الشمول المالي، حيث جاءت أبعاد محور الشمول المالي حسب الترتيب الموالي:

- بُعد جودة الاستخدام وفعاليته: جاء هذا البعد في المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من طرف عينة الدراسة بمتوسط حسابي قدره: 3.88 وانحراف معياري يساوي 0.60 وهذا يدلّ على درجة موافقة مرتفعة، حيث احتلت العبارة رقم 26 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.92 وانحراف معياري قدره 0.57 ممّا يدلّ على أنّ وفرة الوقت والسرعة يمثلان عنصرا مهما لرضا المستخدم، بينما العبارة رقم 27

فكانت أقل قبولاً من طرف المبحوثين حيث بلغ متوسطها الحسابي 3.86 وانحرافها المعياري 0.61 مما يفسر أنّ دقة التتبع تساهم في تعزيز الشفافية المالية.

• **بُعد الوصول إلى الخدمات المالية:** جاء هذا البعد في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية المُعطاة له من طرف الأفراد المبحوثين، حيث بلغ متوسطه الحسابي 3.82 وانحرافه المعياري 0.63 مما يعكس تباين متوسط في آراء العينة حول مدى توفر وإمكانية الوصول للخدمات المالية الرقمية، أين تصدرت العبارة رقم 17 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.84 وانحراف معياري قدره 0.63 ما يفسّر اتجاه إيجابي قويّ نحو التطبيقات المالية الرقمية، بينما جاءت العبارة رقم 18 في المرتبة الأخيرة ضمن عبارات هذا البعد بمتوسط حسابي قدره: 3.79 وانحراف معياري قدره 0.64 ما يشكل أثر واضح في توسيع وصول المستخدمين للخدمات المالية المختلفة المقدمة عبر تطبيق بريدي موب.

• **بُعد الاستخدام الفعّال للخدمات المالية:** جاء هذا البعد في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 3.76 وانحراف معياري قدره 0.66 وهو الأمر الذي يعبر عن اتجاه إيجابي لأفراد العينة نحو الخدمات المالية الرقمية، ما يفسّر أنّ العينة لا تكتفي بالوصول فقط للخدمات المالية الرقمية، بل تستخدم هذه الخدمات فعلياً وبشكل متكرر، كما احتلت العبارة رقم 24 آخر ترتيب ضمن عبارات هذا البعد بمتوسط حسابي قدره 3.72 وانحراف معياري قدره 0.68 أي أنّ أفراد العينة يلاحظون توسّع استخدامهم للتطبيق.

3.1. اختبار فرضيات الدراسة:

1.3.2. اختبار الفرضيات الفرعية: يمكن توضيح نتائج اختبار الفرضيات الفرعية في الجدول التالي:

الجدول رقم (08): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضيات الفرعية

المتغير التابع	المتغير المستقل	درجة التأثير B	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	قيمة F	مستوى الدلالة sig
الشمول المالي	سهولة الاستخدام	0.48	0.41	0.64	192.5	0.000
	الثقة والأمان	0.32	0.27	0.52	102.4	0.000
	جودة الخدمة الرقمية	0.44	0.38	0.62	169.8	0.000

0.000	235.9	0.68	0.46	0.51	رضا الزبون	
-------	-------	------	------	------	------------	--

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Sps.v.20

من خلال الجدول رقم (08) يمكن تفسير النتائج كما يلي:

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد سهولة الاستخدام على الشمول المالي عند مستوى دلالة 0.05، حيث تشير النتائج الإحصائية إلى أن قيمة معامل التحديد (R^2) بلغت 0.41 أي أن بُعد سهولة الاستخدام يُفسّر ما قيمته 41% من التغيرات الحاصلة في الشمول المالي المدرك، هو ما يؤكد أن المستخدمين الأكثر قدرة على استعمال التطبيق هم الأكثر اندماجاً في الخدمات المالية الرقمية، كما بلغت قيمة درجة التأثير (B) 0.48 وهذا يعني أن التغير بوحدة واحدة في هذا البعد يؤدي إلى التغير في مستوى الشمول المالي ب 0.48، مما يشير إلى أن زيادة سهولة استخدام تطبيق بريدي موب تؤدي إلى ارتفاع مستوى الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة، وقد أكدت قيمة F معنوية هذا التأثير والتي بلغت 192.5 عند مستوى دلالة 0.000 وهذا يعني أنه كلما كانت هناك سهولة في استخدامات القنوات الرقمية (بريدي موب) كلما ساهم ذلك في تعزيز الشمول المالي المدرك في حدود عينة الدراسة، وبذلك يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد سهولة الاستخدام لمنصة بريدي موب على الشمول المالي المدرك عند مستوى دلالة 0.05.
- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الثقة والأمان على الشمول المالي المدرك عند مستوى دلالة 0.05، حيث أظهرت نتائج الدراسة الإحصائية أن قيمة معامل الارتباط (R) بينت وجود علاقة إيجابية بين مستوى الثقة والأمان ومستوى الشمول المالي المدرك، بينما أظهر معامل التحديد (R^2) قدرة تفسيرية معتبرة للنموذج حيث قدرت ب: 0.27 بمعنى أن بعد الثقة والأمان يفسّر ما قيمته 27 % من التغيرات الطارئة على الشمول المالي، كما نلاحظ من خلال الجدول السابق أن درجة التأثير (B) بلغت 0.32 وهذا يعني أن التغير بوحدة واحدة في هذا البعد يؤدي إلى التغير في مستوى الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة، حيث أكدت قيمة (F) معنوية هذا التأثير والتي قدرّت ب: 102.4 عند مستوى دلالة 0.000 وبذلك يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الثقة والأمان للمنصة الرقمية (بريدي موب) على مستوى الشمول المالي المدرك عند مستوى الدلالة 0.05، وتشير هذه النتائج إلى أن ثقة المستخدمين في أمن المعاملات المالية عبر

الهاتف الذكي تُعدُّ من أهم مُحدِّدات انتشار الخدمات المالية الرقمية، خصوصاً في البيئات التي تُنسبُ بحساسيةً عالية اتجاه سريّة المعلومات المالية.

• نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد جودة الخدمة الرقمية على مستوى الشمول المالي المدرك عند مستوى دلالة 0.05، حيث تشير النتائج الإحصائية إلى أنّ قيمة معامل التحديد (R^2) بلغت: 0.38، أي أنّ بُعد جودة الخدمة الرقمية يفسّر ما قيمته: 38% من التغيرات الطارئة على الشمول المالي المدرك، كما أظهرت النتائج الإحصائية أيضاً أنّ قيمة درجة التأثير (B) بلغت قيمة قدرها: 0.44 أي أنّ التغير بوحدة واحدة في بُعد جودة الخدمة الرقمية يؤدي إلى التغير في مستوى الشمول المالي المدرك ب 0.44، كما أكّدت قيمة (F) معنوية هذا التأثير والتي قُدّرت ب: 169.8 عند مستوى دلالة 0.000 ومنه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد جودة الأمان لبريدي موب على مستوى الشمول المالي المدرك عند مستوى الدلالة 0.05، ومنه نستنتج أنّه كلما كانت الخدمات الرقمية أكثر سرعة واستقراراً كلما زادت ثقة المستخدمين وزادت رغبتهم في إجراء معاملات مالية إلكترونية، وبالتالي الاندماج في النظام المالي الرسمي.

• نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد رضا الزبون على مستوى الشمول المالي المدرك عند مستوى دلالة 0.05، حيث تشير النتائج الإحصائية إلى أنّ قيمة معامل التحديد (R^2) بلغت: 0.46، أي أنّ بُعد رضا الزبون يُفسّر ما قيمته: 46% من التغيرات الطارئة على الشمول المالي المدرك، كما أظهرت النتائج الإحصائية أيضاً أنّ قيمة درجة التأثير (B) بلغت قيمة قدرها: 0.51 أي أنّ التغير بوحدة واحدة في بُعد رضا الزبون يؤدي إلى التغير في مستوى الشمول المالي المدرك ب 0.51، كما أكّدت قيمة (F) معنوية هذا التأثير والتي قُدّرت ب: 235.9 عند مستوى دلالة 0.000 ومنه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد رضا الزبون المستخدم لتطبيق بريدي موب على مستوى الشمول المالي المدرك عند مستوى الدلالة 0.05.

2.3.2. اختبار الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القنوات الرقمية البريدية (بريدي موب) بأبعادها الأربعة والشمول المالي المدرك عند مستوى دلالة 0.05، حيث يمكن توضيح نتائج تحليل الفرضية الرئيسية في الجدول التالي:

الجدول رقم (09): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	قيمة f	مستوى الدلالة Sig
الشمول المالي المدرك	القنوات الرقمية البريدية (بريدي موب)	0.62	0.79	111.8	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v. 20

أظهرت نتائج نموذج الانحدار المتعدد أن القنوات الرقمية البريدية ممثلة في أبعادها المدروسة تُفسّر مجتمعة نسبة معتبرة من التغير في الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة، وهو ما يؤكد أهمية هذه القنوات في تعزيز الاستفادة من الخدمات المالية. حيث دلّت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.79$) على وجود علاقة ارتباط قوية بين القنوات الرقمية البريدية والشمول المالي المدرك، في حين بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.62$)، مما يعني أن 62% من التغيرات الحاصلة في الشمول المالي المدرك يمكن تفسيرها من خلال الأبعاد المدروسة مجتمعة، وهي نسبة تفسيرية معتبرة تُبرز الدور الذي تلعبه الخدمات الرقمية لبريد الجزائر - بريدي موب - في تعزيز الشمول المالي. كما أظهر نموذج الانحدار المتعدد دلالة إحصائية معنوية، حيث بلغت قيمة ($F = 111.8$) عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، وهو ما يؤكد صلاحية النموذج الإحصائية وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرات محل الدراسة. وبناءً على ذلك يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للقنوات الرقمية البريدية (بريدي موب) على الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة عند مستوى دلالة (0.05).

الخلاصة: في إطار ما تم طرحه في هذه الدراسة بقسمها النظري والتطبيقي تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات نوجزها في الآتي:
 النتائج: توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- لم يعد الشمول المالي مرتبطاً بتوفير الخدمات المصرفية فقط بل أصبح يعتمد أيضاً على قدرة المؤسسات المالية البريدية على تبني القنوات الرقمية في تعاملاتها المالية.
- تُسهم التطبيقات المالية المعتمدة على الهاتف الذكي مثل - بريدي موب - في تقليص الحواجز الجغرافية واقتصار الوقت والجهد، بما يُسرّل على الأفراد القيام بعملياتهم المالية المختلفة في أي زمان أو مكان.

- أظهر القسم النظري للدراسة أنّ سهولة الاستخدام، جودة الخدمة والأمان الرقمي ورضا المستخدمين تُشكّل في مجملها عناصراً أساسية، تُساهم في تعزيز فعالية القنوات الرقمية البريدية ما يدعم التحول نحو الشمول المالي في حدود عينة الدراسة.
 - اتضح من خلال هذه الدراسة أنّ المؤسسات المالية البريدية تمتلك موقعاً متميزاً يُمكنها من لعب دور قيادي في توسيع قاعدة الشمول المالي في حدود عينة الدراسة، شريطة تطوير أنظمتها الرقمية وتحسين جودة خدماتها الإلكترونية.
 - أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للقنوات الرقمية البريدية (بريدي موب) على الشمول المالي عند مستوى دلالة 0.05.
 - أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أنّ أفراد عينة الدراسة يُقيّمون سهولة استخدام تطبيق بريدي موب بشكل إيجابي، ويؤكدون على أنّ واجهة التطبيق وبساطة استخدامه مكّنهم من أداء عملياتهم المالية بكل سهولة وسرعة.
 - كما أظهرت النتائج أنّ جودة الخدمات المقدمة عبر تطبيق بريدي موب خاصة سرعة تنفيذ العمليات، واستقرار النظام، ودقة المعاملات، تسهم بدرجة ملموسة في رفع مستوى استخدام الأفراد للخدمات المالية، مما يؤكد على أهمية تطوير البنية التقنية الداعمة لهذه العمليات.
 - أمّا فيما يتعلق بالأمان الرقمي فقد سجل أدنى متوسط حسابي مقارنة ببقية الأبعاد، حيث جاء بمستوى موافقة متوسط، في حين حققت أبعاد سهولة الاستخدام وجودة الخدمة ورضا الزبون مستويات مرتفعة. وتشير هذه النتيجة إلى أن الثقة والأمان يمثلان نقطة ضعف نسبية في تجربة المستخدم، الأمر الذي قد يحدّ من التبني الأوسع للخدمات المالية الرقمية مستقبلاً.
 - أكّدت الدراسة التطبيقية أنّ الأبعاد الأربعة للقناة الرقمية – بريدي موب- تُفسّر نسبة من تباين الشمول المالي المدرك لدى أفراد العينة، بما يساهم في دمج المستخدمين في النظام المالي الرسمي كما يُعزّز من دعم التحول المالي الرقمي للخدمات المالية البريدية في حدود عينة الدراسة.
- التوصيات: في ضوء نتائج الدراسة وتحليل الاستبيان، وبالاستناد إلى الأدبيات النظرية والدراسات السابقة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات نوجزها فيما يلي:

- العمل على تعزيز مستويات الثقة والأمان في تطبيق بريدي موب من خلال تطوير آليات حماية الحسابات والمعاملات الرقمية، باعتبار أن هذا البعد سجل أدنى مستوى تقييم مقارنة ببقية الأبعاد؛
- العمل على تحسين استقرار التطبيق الخاص بخدمة "بريدي موب" لتفادي المشاكل التقنية التي قد تؤثر سلباً على ثقة العملاء؛
- العمل على تبسيط واجهة الاستخدامات في التطبيق وجعلها أقل تعقيداً مع مراعاة الفئة من المستخدمين ذوي الثقافة المالية والرقمية المحدودة؛
- تعزيز آليات الحماية والأمن السيبراني لزيادة ثقة المستخدمين في التطبيق ويُجد من التخوفات المرتبطة بالمخاطر المالية والرقمية.
- ضرورة التنسيق مع مزودي خدمات الاتصالات لتخفيض تكلفة استخدام الانترنت المخصص للخدمات المالية والرقمية.
- السعي إلى الربط بين الخدمات المالية البريدية والخدمات المالية البنكية فيما يتعلق بالتحويلات المالية خاصة؛
- تعزيز القيام بالشراكات الوطنية بين مؤسسة بريد الجزائر والمؤسسات المالية الأخرى لدعم منظومة الدفع الإلكتروني في الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع:

1. Ali Abd Elmoaty Mohamed, G., & Abo Elsoad Mohamed Soliman, S. (2020). Smart Technology Applications in Tourism and Hospitality Industry. *Journal of association of Arab universities for tourism and hospitality (JAAUTH)*, Vol. 19(No. 02), pp. 101-129.
2. IFAD. (2024). *Report on digital remittances and financial inclusion*. IFAD.
3. Klapper, L., & Singer, D. (2017). *The Opportunities and Challenges of Digitizing Government-to-Person Payments*. US: The World Bank Research Observer, World Bank.
4. Mikavica, B., Blagojević, M., & Kostic-Ljubisavljevic, A. (2022, May). First International Conference on Advances in Traffic and Communication Technologies (ATCT 2022). *Digital transformation of postal services key success triggers*. Faculty of Traffic and Communications, Bosnia and Herzegovina: University of Sarajevo.

5. Universal postal union UPU. (2019). *The digital economy and digital postal activities- a global panorama*. Berne, Switzerland: Universal postal union UPU.
6. Jose , A., Alexandre, B., Leora, K., & Dorothe, S. (2013, 10). *Financial Inclusion and the role of the poste office* . world Bank Group. Retrieved from worldbank.org: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/680321468163464611/pdf/WPS6630.pdf>
7. IFAD. (2024, June). *Promoting financial inclusion through digitalization of remittances*. US: United Nations.
8. خديجة إيزيتي. (27 ماي، 2025). تطبيق نماذج الخدمات العمومية الالكترونية في مؤسسة بريد الجزائر: الواقع والتحديات. /المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، 13 (1)، الصفحات 259-276.