

Factors affecting the adoption of electronic payment methods and their role in promoting digital financial inclusion: Jordan's experience

Diffallah K. Olaimat^{(1)*}

Abdulrahman Dalabih⁽²⁾

Ahmad S. Khazaleh⁽³⁾

(1) Assistant Professor - Department of Finance and Banking - College of Business - Al al-Bayt University - Jordan.

(2) Professor - Department of Accounting - College of Business - Al al-Bayt University – Jordan.

(3) Professor - Department of Finance and Banking - College of Business - Al al-Bayt University – Jordan.

Received: 20/02/2025

Accepted: 15/04/2025

Published: 30/06/2025

* **Corresponding Author:**

diffallah1976@aabu.edu.jo

DOI:<https://doi.org/10.59759/business.v4i2.1018>

Abstract

This study aimed to identify the factors affecting the intention of banking sector customers to adopt electronic payment methods and their role on promoting digital financial inclusion / a Jordanian experiment. The study population consisted of a random sample of Jordanian banking sector customers, as an electronic questionnaire designed by the researcher was distributed to community members in various regions of the Kingdom (North, Central and South), where (591) of banking sector customers were retrieved, and the number of questionnaires that were valid for analysis was (571), and in order to test the hypotheses, the structural equation model (PLS-SEM) was used. The study conducted by the researchers reached a set of results, the most important of which was that all factors affecting the desire of banking sector customers to adopt

electronic payment methods, namely ease of use, perceived usefulness, perceived security, perceived trust, social impact, flexibility and speed of response, and cost of service, positively significantly affect the customers' attitude towards using electronic payment methods provided by the banking sector, and thus it can be said that the adoption of electronic payment methods positively affects the activation of digital financial inclusion. Based on the findings of this study, the researchers recommend the management of banks to give more importance to electronic payment methods to increase the quality of electronic banking services in the Jordanian banking sector, as well as they recommend the management of banks to accelerate the adoption of innovations and innovations in new electronic payment methods to maintain their customers and ensure their continued use in light of the emergence of a new competitor in the market, namely financial technology companies that provide the same services. The study also recommends conducting comparative studies to know the behaviour of individuals using electronic payment methods between countries that apply electronic payment methods to reach to results that can be utilized in countries that still suffer from weaknesses in this area.

العوامل المؤثرة على تبني طرق الدفع الإلكتروني ودورها في تعزيز

الشمول المالي الرقمي: تجربة الأردن

ضيف الله خلف عليومات^(١) عبد الرحمن خالد الدلابيح^(٢) أحمد سالم الخزعلي^(٣)

(١) أستاذ مساعد - قسم التمويل والمصارف - كلية الاعمال - جامعة آل البيت - الأردن.

(٢) أستاذ - قسم المحاسبة - كلية الاعمال - جامعة آل البيت - الأردن.

(٣) أستاذ - قسم التمويل والمصارف - كلية الاعمال - جامعة آل البيت - الأردن

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على نية عملاء القطاع المصرفي بتبني طرق الدفع الإلكتروني ودورها في تعزيز الشمول المالي الرقمي تجربة الأردن، تكون مجتمع الدراسة من عينة عشوائية من عملاء القطاع المصرفي الأردني، إذ تم توزيع استبانة إلكترونية تم تصميمها من قبل الباحث على أفراد المجتمع في مختلف مناطق المملكة (الشمال، الوسط، والجنوب)، حيث تم استرداد (٥٩١) استبانة من عملاء القطاع المصرفي، وكان عدد الاستبانات الصالحة للتحليل تبلغ (٥٧١) استبانة، ولغاية اختبار الفرضيات تم استخدام نموذج المعادلة الهيكلية (PLS-SEM). توصلت الدراسة التي قام بها الباحثون إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أن جميع العوامل المؤثرة على رغبة عملاء القطاع المصرفي في تبني طرق الدفع الإلكتروني المتمثلة في سهولة الاستخدام، والفائدة المدركة، والأمن المدرك، والثقة المدركة، والأثر الاجتماعي، والمرونة وسرعة الاستجابة، وتكلفة الخدمة، تؤثر بشكل معنوي إيجابي على اتجاه العملاء نحو استخدام طرق الدفع الإلكتروني والمقدمة من قبل القطاع المصرفي ومن ثم يمكن القول بأن تبني طرق الدفع الإلكتروني يؤثر وبشكل إيجابي على تفعيل الشمول المالي الرقمي. بناء على النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة يوصي الباحثون إدارة بنوك بإيلاء طرق الدفع الإلكتروني فيها أهمية أكثر لزيادة جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في القطاع المصرفي الأردني، وكذلك يوصي الباحثون إدارة البنوك بالإسراع في تبني الابتكارات والإبداعات في طرق الدفع الإلكتروني الجديدة للحفاظ على عملائها وضمان استمرارهم في استخدامها في ظل ظهور منافس جديد في الأسواق وهي شركات التكنولوجيا المالية والتي تقدم نفس الخدمات كما وتوصي الدراسة بعمل دراسات مقارنة لمعرفة سلوك الأفراد مستخدمي طرق الدفع الإلكتروني بين الدول التي تطبق طرق الدفع الإلكتروني للوصول الى نتائج يمكن الاستفادة منها في الدول التي لا زالت تعاني من ضعف في هذا المجال.

أولاً: المقدمة:

زاد اهتمام المجتمع الدولي بعد الأزمة المالية العالمية الأخيرة بتفعيل مفهوم الشمول المالي والتحول الرقمي المبني على التكنولوجيا، حيث قامت مجموعة العشرين والبنك الدولي بتبني مبادرات عديدة لزيادة فعالية الشمول المالي في البلدان النامية لمساعدتها في الحد من الفقر والبطالة. واليوم، ومع زيادة إقبال الدول على عملية التحول الرقمي والتوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية، وسعي صانعي السياسات المالية والأكاديميين إلى زيادة الثقة بها، أصبح الوصول إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية أمراً قابلاً للتحقق.

ويمكن إرجاع سبب اهتمام صانعي السياسات المالية إلى إدراكهم أهمية معالجة القضايا المرتبطة بعملية التحول الرقمي والتوسع في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، والتي يُعتقد بأن معالجتها سوف تزيد من إقبال عملاء القطاع المصرفي عليها، سعياً منهم إلى تفعيل الشمول المالي (Ozili, P. K. 2018).

أصبح التوجه إلى التحول الرقمي وطرق الدفع الإلكتروني من قبل صانعي السياسات المالية في عدد كبير من الدول يُعد أولوية في ظل الوتيرة المتسارعة في عملية التحول من الاقتصاد التقليدي النقدي إلى الاقتصاد الرقمي، ورافق هذا التوجه اهتمام مماثل من قبل القطاع المصرفي من خلال مواكبته للتطورات الحاصلة في التكنولوجيا المالية وانعكاساتها على الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. وتظهر استجابة القطاع المصرفي لهذا الأمر في استحداث وتوفير خدمات مالية مبنية على التكنولوجيا وتفعيل طرق الدفع الإلكتروني، والتي تُعد من أهم المؤشرات التي تعكس عملية الاستجابة من قبل المؤسسات المالية والمصرفية لعملية التحول الرقمي داخل الاقتصاد.

وكان الأردن من الدول السبّاقة التي تبنت عملية التحول الرقمي ضمن الإمكانيات المتاحة لديها، ورافق هذا التّبنى إصدار تشريعات لتنظيم آلية الدفع الإلكتروني، وإبلاء مفهوم الشمول المالي مزيداً من الاهتمام، وخاصة بعد الأزمة المالية العالمية الأخيرة، من خلال سعي البنك المركزي والجهات الرقابية المسؤولة عن صناعة السياسات المالية والاقتصادية إلى تفعيل مفهوم الاشتمال المالي الرقمي، بالتركيز على رفع قدرة مختلف المؤسسات المالية على إيصال الخدمات المالية المختلفة والمبنية على التكنولوجيا لكافة شرائح المجتمع.

وكان التركيز الأكبر على الفئة المحرومة من هذه الخدمات.

وسعى البنك المركزي أيضاً، بعد صدور العديد من التقارير الدولية التي تفيد بأن نصف سكان العالم البالغين لا يتعاملون مع البنوك، وخلص، بعد عدة مشاورات مع الجهات الدولية ذات الخبرات الكبيرة في هذا المجال، إلى تضمين الأجندات الخاصة بالسياسات المالية بمفهوم الاشتغال المالي الرقمي، إيماناً منه بأهمية تعزيز هذا المفهوم لدى المؤسسات المالية في الاقتصاد الأردني، وكذلك لضمان وصول كافة الخدمات المالية إلى جميع فئات المجتمع من أفراد ومؤسسات ضمن شروط مناسبة وبكلفة معقولة، وصولاً إلى تعزيز الاستقرار المالي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وحماية المستهلكين، وتعزيز الثقافة المالية بين أفراد المجتمع، ودعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في الوصول إلى مصادر التمويل، وتطوير أنظمة الدفع الإلكتروني، وتمكين المرأة من الوصول إلى مصادر التمويل.

ويُعتبر تطبيق مفهوم الشمول المالي الرقمي مرتبطاً بشكل أساسي بطبيعة ونوعية وأسعار الخدمات والمنتجات المالية المختلفة المبنية على التكنولوجيا، ومدى ملائمتها للقدرات والرغبات لدى مستخدميها، إذ إن الفئة المستهدفة والمنوي توجيه الخدمات المالية إليها هم ممن سيستخدمون هذه الخدمات، لذا وجب على القائمين على استحداث الخدمات المالية المقدمة للعملاء تحري مدى ملائمة هذه الخدمات لحاجاتهم لضمان قبولها وعدم مقاومتها والثقة بها.

ولذلك، فقد قام البنك المركزي الأردني بتبني هذا الدور من خلال تضمين الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي هذا الموضوع، وتطوير التشريعات والأطر الرقابية التي تُسهم في تقبل وتحسين طبيعة ونوعية الخدمات المصرفية المبنية على التكنولوجيا، وإتاحتها إلى كافة فئات المجتمع ومؤسساته بأقل التكاليف.

وللاختلاف الكبير بين الدول في تطبيق الشمول المالي، قامت حكومة المملكة الأردنية الهاشمية، من خلال مساعيها لتفعيل وتعزيز مفهوم الشمول المالي الرقمي، بتبني وثيقة استراتيجية وطنية للشمول المالي للأعوام (٢٠٢٣-٢٠٢٨)، تضمنت مجموعة من المحاور، من أهمها محور الثقافة المالية، ومحور الدفع الإلكتروني، ومحور التمويل الأصغر، ومحور حماية المستهلك.

وفي هذه الدراسة، سوف يتم التركيز على محور الدفع الإلكتروني ومحور الثقافة المالية، وصولاً إلى معرفة مدى مساهمة هذا المحور في زيادة فعالية الاشتغال المالي الرقمي.

<https://www.cbj.gov.jo/Default/Ar>

ويسعى هذا البحث في مقامه الأول إلى معرفة مدى التزام الدول بتطبيق توجهات البنك الدولي في تفعيل الشمول المالي الرقمي، وخاصة البلدان التي تعاني من ارتفاع متزايد في الفقر والبطالة. ويمكن أن تقدم هذه الدراسة لصانعي السياسات المالية والاقتصادية على مستوى المملكة الأردنية الهاشمية والاقتصاديات المشابهة بعض التصورات التي يمكن الاستفادة منها في فهم بعض المواضيع المرتبطة بعملية تفعيل الشمول المالي وتطوير طرق الدفع الإلكتروني، وتقديم بعض المقترحات والحلول لتجاوز المعوقات التي يمكن أن تحول دون استخدام طرق الدفع الإلكتروني، وتقديم مقترحات حول تعزيز بعض المفاهيم المرتبطة بالشمول المالي الرقمي. كما يمكن أن تقدم هذه المقالة للأكاديميين والباحثين معلومات مهمة مرتبطة بموضوع الدراسة، وتدعو الأفكار الواردة في هذه المقالة إلى إعطاء هذا الموضوع المزيد من الاهتمام، في ظل عدم وجود دراسات كافية في هذا المجال.

وبالنظر إلى أهمية طرق الدفع الإلكتروني في قطاع المصارف، والدور الذي تلعبه في تعزيز الشمول المالي، هدفت هذه الدراسة بشكل عام إلى تسليط الضوء على سلوك عملاء القطاع المصرفي الأردني نحو تبني استخدام طرق الدفع الإلكتروني، وانسجامها مع توجهات البنك المركزي لتوسيع منظومة الشمول المالي الرقمي، وعصرنة المنظومة المصرفية في الاقتصاد الأردني، ومعالجة الثغرات في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والتي يمكن توضيحها من خلال النقاط التالية:

- التعرف على أهم العوامل التي يمكن أن تؤثر على نية عملاء القطاع المصرفي نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني والتي ما زالت حديثة في الاقتصاد الأردني.
- إبراز أهمية دور تبني طرق الدفع الإلكتروني في تحقيق الشمول المالي الرقمي في الاقتصاد الأردني.
- تحديد المشاكل التي تمنع وصول خدمات طرق الدفع الإلكتروني الى عملاء القطاع المصرفي الأردني.
- المساهمة في زيادة الوعي لدى عملاء القطاع المصرفي بأهمية طرق الدفع الإلكتروني وصولاً الى رفع مستوى الثقافة المالية المبنية على التكنولوجيا لدى عملاء القطاع المصرفي الأردني.

ثانيا: عرض الأدب

٢.١: تبني طرق الدفع الإلكتروني والشمول المالي الرقمي:

تعد الحاجة للاستخدام والنابعة من الرغبة الداخلية للأفراد من اهم العوامل التي تؤثر على سلوك المستخدمين والتي يمكن ان تؤثر على نية المستخدمين الفعلية (Jaklič, et al., 2018)، لذا اصبح من الضروري في ظل الانتشار الواسع والمتسارع في الابتكارات المالية الرقمية مسايرة حاجات ورغبات عملاء القطاع المصرفي بنوعية الخدمات المصرفية المقدمة لهم وصولا الى تقديمها بطريقة تتناسب مع رغباتهم وحاجاتهم (Caseiro & Coelho, 2019)، وتوصلت مجموعة من الدراسات الى وجود مجموعة من العوامل يمكن ان تؤثر على نية ورغبة العملاء في تبني طرق الدفع الإلكترونية، يمكن اجمالها في سهولة الاستخدام، والفائدة المدركة، والتأثير الاجتماعي، وسهولة الوصول الى الخدمات، وإكساب عملاء القطاع المصرفي مجموعة من المهارات المتعلقة بكيفية الاستخدام، الأمر الذي يضمن وصول هذه الخدمات لأكبر شريحة من المستخدمين وتوسيعها سعيا منها للوصول الى تفعيل الشمول المالي الرقمي (Zhao Wu, & Guo, J. 2022)، (Briggs, A., & Brooks, L.2011)

وضمن هذا الإطار تسعى مختلف المؤسسات المالية الى تمكين المستبعدين من الوصول الى هذه الخدمات لتعزيز مفهوم الشمول المالي، حيث بينت الدراسات ان جزء كبير من الأشخاص البالغين في الدول العربية لا يملكون حسابات مصرفية ومستبعدين من الحصول على الخدمات المالية المختلفة، وبين تقرير صادر عن صندوق النقد العربي ان الأفراد في الدول العربية هم من اكثر الأفراد حرمانا من الخدمات والمنتجات المالية على مستوى العالم مستثنى منها دول مجلس التعاون الخليجي العربي، ويمكن إرجاء السبب في ذلك الى مجموعة كبيرة من العوامل يعتبر الفقر من أبرزها، والجهل المالي وخاصة فيما يتعلق بالتكنولوجيا المالية، وصعوبة وصول الخدمات للمناطق الريفية البعيدة عن مراكز المدن، وينتظر من خلال زيادة الوعي لدى الأفراد بطرق الدفع الإلكتروني ان يقلل من الفجوة بين المستخدمين و المستبعدين لهذه التكنولوجيا (Barhoom, F. 2018)، وعرف (Tay, et, al, 2022) الشمول المالي الرقمي بانه تمكين العملاء المحرومين من الوصول الى الخدمات المالية الرئيسية من خلال منصة العملات الرقمية، ووكلاء التجزئة واستخدامها من

قبل العملاء المحرومين على ان تكون هذه الخدمات تتناسب مع احتياجاتهم، وان تقدم لهم بصورة ميسرة وبتكلفة مقبولة ومستدامة، وتعتبر أجهزة الهاتف المحمول الأكثر استخداما لإجراء المعاملات من خلال المنصات الرقمية التي تسمح بأجراء واستلام المدفوعات من خلال البنوك يقوم الشمول المالي الرقمي على استخدام طرق الدفع الإلكتروني الموفرة للتكاليف، ولضمان وصول هذه الخدمات إلى الأفراد المستبعدين ماليا من المجتمع، يجب توفير مجموعة من الخدمات المالية الرسمية التي تتناسب مع احتياجاتهم وبتكلفة مقبولة ومستدامة من مقدمي الخدمات. وفي ظل الإقبال المتزايد على استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة أصبحت الخدمات المالية الرقمية متوفرة بشكل كبير على الهواتف النقالة وأجهزة نقاط البيع، الأمر الذي أدى الى توسيع نطاق الشمول المالي بسبب إتاحة الخدمات المالية الى الأشخاص الذين لم يسبق لهم استخدامها او لا يحصلوا عليها بشكل كافي لبعدهم عن الأماكن التي يتوفر فيها فروع للبنوك. وتعتبر الأردن منطقة ناشطة نسبيا لإنتشار الخدمات الرقمية.

في المنتصف الأول من عام ٢٠١٤، توصل صانعي السياسات المالية الى تغيير قواعد لعبة الشمول المالي بعد تبني ٨٠ دولة على الأقل خدمات مالية مبنية على التكنولوجيا تعتمد فيها على استخدام الأجهزة المحمولة، ويهدف هذا التحول الى زيادة ثقة عملاء القطاع المصرفي بالخدمات المالية الرقمية وتعزيز استخدامها بدلا من استخدام المعاملات القائمة على النقد، ويمكن ان يساهم تخصيص برنامج الشمول المالي الرقمي في تنوع الخدمات المالية المقدمة الى العملاء مقارنة بالخدمات المالية التقليدية، ويسعى الشمول المالي الرقمي الى زيادة قدرة العملاء من الوصول الى الخدمات الرقمية واستخدامها من قبل الأفراد غير المشمولين بالخدمات المالية الرقمية من خلال تقديمها لهم بطريقة سهلة وكفاءة عالية وبتكلفة مقبولة ضمن اطار تشريعي ملائم (Tay, Tai, & Tan, 2022).

لقد سعت الأردن ومنذ بدء ظهور مفهوم الشمول المالي الرقمي من خلال مؤسساتها المالية الى الاهتمام بالموضوع، ورافق هذا الاهتمام تطوير للخدمات المالية الإلكترونية بما فيها وسائل الدفع الإلكتروني، وتبني حملات توعوية للتعريف بالمزايا التي تتمتع بها طرق الدفع الإلكتروني وإصدار تشريعات تتناسب مع هذه الخدمات لضمان زيادة الثقة بها ووصولها الى أكبر شريحة من المجتمع (Tahtamouni, A. 2022).

العوامل المؤثرة على تبني طرق الدفع ضيف الله عليّات وعبد الرحمن الدلابيح وأحمد الخزعلي

أوضحت التقارير الصادرة عن البنك المركزي الأردني في عام ٢٠٢٢ وجود مؤشرات نمو ملحوظة في استخدام طرق وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الأردني والتي تعكس واقع المدفوعات الرقمية في الأردن، وتدل هذه المؤشرات على ارتفاع مستوى التطور الحاصل في طرق الدفع الإلكتروني وبما يتوافق مع الإستراتيجيات الوطنية المتعلقة بهذا الموضوع، حيث بلغ إجمالي العمليات المالية التي تم تنفيذها من خلال حركات الدفع الإلكتروني ١٨ مليون حركة بقيمة إجمالية تقدر ٢.٧ مليار دينار أردني. ويوضح الشكل التالي التطور الحاصل في حركات وقنوات الدفع في الأردن خلال عام ٢٠٢٢

(<https://www.cbj.gov.jo/Pages/viewpage.aspx?pageID=39>)



المصدر: التقرير السنوي السابع لنظام المدفوعات في الأردن ٢٠٢٣ والصادر عن البنك المركزي الأردني

٢.٢: تطوير الفرضيات

٢.٢.١: طرق وقنوات الدفع الإلكتروني في القطاع المصرفي

شهد عالم الاعمال المصرفية في العقود الأخيرة تغيرا نوعيا اثر بشكل مباشر على اهداف واستراتيجيات البنوك وكان ذلك استجابة للثورة التكنولوجية الحديثة التي بدأت تؤثر على كل مفردات الحياة، مما دفع البنوك الى تبني فكرة التحول في تقديم الخدمات المصرفية الى خدمات مبنية على التكنولوجيا الحديثة، وقد بدأ تبني طرق الدفع الإلكتروني في البنوك بعد ظهور النقود الإلكترونية حيث امتزج النقد الإلكتروني بتقنية المعلومات (Al-Sabaawi, & Alsalem 2023)، ويقصد بمفهوم الدفع الإلكتروني استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في اجهزة الحواسيب وكافة أدوات الاتصالات والهواتف النقالة والبطاقات الإلكترونية الائتمانية في تنفيذ عمليات الدفع، (Dimitrova & Yazdanfar. 2022)، والدراسات التي تطرقت الى وسائل الدفع الإلكتروني كثيرة وللاستفادة يمكن النظر الى دراسة (Alzoubi, H and others. 2022)، ودراسة (DAUD, Ibrahim, et al. (2022) التي تطرقت الى تأثير التسوق الرقمي والتمويل الرقمي والدفع الرقمي على الأداء المالي.

٢.٢.٢: أنواع ووسائل طرق الدفع الإلكتروني:

يمكن حصر طرق الدفع المصرفية المبنية على التكنولوجيا بمجموعة من الطرق منها البطاقة الائتمانية التي يمكن من خلالها تنفيذ المشتريات عبر الشبكة العنكبوتية او أجهزة الدفع الإلكترونية في المحلات والمواقع التي تستخدم طرق الدفع الإلكترونية دون الحاجة الى استخدام طرق الدفع التقليدية (العملات النقدية)، وتعرف البطاقة الائتمانية بانها بطاقة بلاستيكية تصدر من المؤسسات المالية والبنوك ويمكن لحاملها تنفيذ مشترياته والحصول على تمويل قصير الأجل من خلالها (Surekha & Dhinakaran, D. P. 2022)، البطاقة المصرفية وعرفها (Venter, et al. 2023) بانها وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني تشبه البطاقات الائتمانية تكون على شكل بطاقة بلاستيكية صغيرة لها رقم سري ومرتبطة بحساب بنكي ولا يمكن الحصول عليها من قبل العملاء الا بعد فتح حساب بنكي، البطاقة الذكية والتي عرفت من قبل العديد من الباحثين بانها بطاقة بلاستيكية تمتلك خاصية

الترددات لاسلكية مزودة بمعالجات ذكية يمكن من خلالها تحديد هوية حاملها وتخزين بياناته فضلا عن استطاعة هذه البطاقة معالجة أنواع مختلفة من التطبيقات المتوافقة للعمل معها دون الحاجة لعمل تلامس مع أجهزة الدفع لإتمام العمليات المصرفية (Murugun, D. 2023)، المحفظة الإلكترونية وتم تعريفها من قبل العديد من الباحثين بأنها تطبيق الكتروني يتم تنزيله من قبل المستخدم على أجهزة الهاتف المحمول الخاص بهم على ان يقوم العميل من خلال هذا التطبيق بتسديد جميع عمليات الدفع الإلكتروني وعلى مدار الساعة وبأي وقت وبشكل سهل، (Senali, M, et al. 2023)، التحويل الإلكتروني للأموال وقد عرفها (EHIEDU, et al. 2023) بدراسته المعنونة بـ نظام الدفع الإلكتروني (EPS) وكفاءة البنوك في نيجيريا بأنها إحدى طرق الدفع الإلكتروني المصرفي والتي بموجبها يستطيع العميل تحويل المبالغ النقدية بين حسابات البنك والبنوك الأخرى دون الحاجة الى مراجعة العميل للبنك ودون استخدام للنقود الورقية، الشيكات الإلكترونية تعتبر هذه الطريقة والتي تقوم على مبدأ عمل الشيكات التقليدية ولكن بطريقة مبنية على التكنولوجيا المالية من أهم طرق الدفع الإلكتروني في وقتنا الحاضر، اذا تستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات التجارة الإلكترونية وقد طورت هذه الخدمة استجابة لمعاملات التجارة الإلكترونية وتعتبر كلفة الحصول على الشيكات الإلكترونية اقل من تكلفة اصدار دفتر شيكات الورقي (Sertkaya,& Kalkar, 2022).

٢.٢.٣. أهمية طرق الدفع الإلكتروني: تتجلى أهمية طرق الدفع الإلكتروني في تسهيل العمليات التجارية الإلكترونية، ويمكن توضيح أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في عدة نقاط أساسية منها:
أولاً: تقديم خيارات دفع مختلفة: اذ توفر طرق الدفع الإلكتروني خيارات متعددة امام مستخدميها للحصول على الخدمة وتشمل هذه الخيارات طرق الدفع التي أشرنا اليها سابقا مما يساهم ويساعد في ازدهار التجارة ورفع نسبة المبيعات مقارنة بطرق الدفع التقليدية، وزيادة عدد الزبائن وتسهيل اجراء المعاملات المالية للزبائن كدفع الفواتير وتسديد المشتريات عبر الانترنت وغيرها.
ثانياً: المساعدة بتخفيض الكلف المالية: ويكون هذا التخفيض لطرفي العملية والمتمثلة في منتج الخدمة مثل الشركات المالية والقطاع المصرفي والمستخدم للخدمة من الشركات أو الأفراد عن طريق تخفيض التكاليف التشغيلية والنققات الإدارية والنققات الورقية، ناهيك عن عملية الدفع الإلكتروني أكثر امانا للتاجر والمستخدم من مخاطر طمع او اعتداء المجرمين.

ثالثاً: **الدقة في المواعيد والمصادقية:** توفر طرق الدفع الإلكتروني للمستخدمين إنجاز معاملاتهم المالية بدرجة عالية من الدقة والسرعة دون الحاجة الى الانتظار لوقت طويل لإنجازها بسبب استخدام أدوات التكنولوجيا التي لا تتطلب من العميل الذهاب الى الموقع من أجل تسديد مشترياتهم ومعاملاتهم المالية. رابعاً: **توفير السرية والحماية للعميل:** يسعى القائمين على تطوير وترويج طرق الدفع الإلكترونية على زيادة نسبة الأمان والموثوقية والسرية بها مما يحافظ على هذه المعلومات وضمان عدم وقوعها في ايدي غير آمنة يمكن ان تتلاعب بها أو تسبب استخدامها (Anouze, A., & Alamro, A 2019).

٢.٢.٤ العوامل التي تؤثر على استخدام طرق الدفع الإلكتروني:

انقسمت الدراسات التي تبحث في التحول الرقمي وطرق الدفع الإلكتروني الى اتجاهين، الأول ركز على مدى رضى عملاء القطاع المصرفي عن الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة ومستوى جودتها والعوامل التي تؤثر على الاستمرار في استخدامها، وهي تشكل الجانب الأكبر من الدراسات والجانب الآخر من الدراسات ركز على النية السلوكية للعملاء المحتملين والمستخدمين لطرق الدفع الإلكتروني وذلك بدراسة العوامل التي تؤثر على نية الاستخدام، ولاحظ الباحثون ان القسم الثاني من الدراسات قليل في الدول النامية والتي لا زالت في بداية طريقها للتحول الى طرق الدفع الإلكتروني في ظل سعي حكومات هذه الدول الى تعزيز مفهوم الشمول المالي الرقمي لزيادة شريحة الأفراد المستخدمين لطرق الدفع الإلكتروني لذا جاءت هذه الدراسة للوقوف على اهم العوامل التي تؤثر على تبني طرق الدفع الإلكتروني ومعرفة مدى تأثيرها على فاعلية الشمول المالي الرقمي في الاقتصاد الأردني.

واقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية

H1: يوجد تأثير معنوي إيجابي للعوامل المؤثرة على طرق الدفع الإلكتروني في اتجاه عملاء القطاع

المصرفي نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكترونية

ويمكن حصر هذه العوامل في:

أولاً: **سهولة الاستخدام:** يمكن تعريف سهولة الاستخدام بانها درجة اعتقاد المستخدمين بان استخدامهم للخدمة المقدمة او نظام معين لن يتطلب منهم مزيداً من الجهد عند استخدامها،

(Baicu, et, al. 2020)، ويعتبر هذا العامل من اهم العوامل التي تؤثر على رغبات عملاء القطاع المصرفي في تبني طرق الدفع الإلكتروني والمقدم من قبل القطاع المصرفي، حيث اكدت العديد من الدراسات ان من العوامل الأساسية التي تؤثر على نية ورغبة العملاء في استخدام طرق الدفع الإلكتروني هي سهولة الاستخدام منها دراسة (Mukerjee, K. 2020) ودراسة (Ooi, K.-B. 2022)، ودراسة (Ramesh, V.,et al. 2020)، حيث اتفقت معظم هذه الدراسات على ان معظم عملاء القطاع المصرفي يميلون الى استخدام طرق الدفع الإلكتروني التي تتسم بسهولة الاستخدام والوضوح والبساطة، وأشارت هذه الدراسات الى انه كلما زاد التعقيد في استخدام تطبيقات طرق الدفع الإلكتروني سيؤدي ذلك الى رفض العملاء تقبل هذه الخدمة او عدم الاستمرار في استخدامها، كما وأكدت الدراسات ان كفاءة المستخدمين في استخدام طرق الدفع الإلكترونية سيؤثر على درجة سهولة الاستخدام، فكلما تمتع العملاء بقدر أكبر من الكفاءة الذاتية، أدى ذلك الى استخدام طرق الدفع الإلكتروني بسهولة أكبر.

واقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية

Ha1: يوجد تأثير معنوي إيجابي لسهولة الاستخدام على نية العميل نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني

ثانيًا: الفائدة المدركة: يمكن تعريف الفائدة المدركة بانها مدى اعتقاد متلقي الخدمة بان النظام سيعزز من أداء عمله (Wang et al., 2019) وتم تعريفها أيضا من قبل (Nguyen, O. T. 2020) بانها المنفعة المتوقعة من قبل المستخدمين للخدمة المقدمة لهم من قبل منتجها على أساس المقارنة بين الفائدة المتوقعة والتضحيات المتوقعة، وتشير الفائدة المدركة الى مدى الوعي بان استخدام الخدمة سوف يزيد من ثقة العملاء بالخدمة المقدمة واتفقت مجموعة من الدراسات بوجود علاقة إيجابية بين الفائدة المدركة ورغبة عملاء القطاع المصرفي في تبني طرق الدفع الإلكتروني، حيث انه كلما زاد الايمان بالفائدة المتوقعة من الخدمة ومن دورها في تحسين تسديد المعاملات المالية مقارنة بالطرق التقليدية فان ذلك سيؤدي الى تبني هذه الطرق في الدفع، وأشارت العديد من الدراسات ايضا مثل دراسة (Chaurasia,, & Singh, V. 2019) ودراسة (Tiong, W. N. 2020) ان الفائدة المدركة تعتبر من اكثر العوامل التي تؤثر على نية عملاء القطاع المصرفي في استخدام

الخدمات الإلكترونية المقدمة، وتشير الفائدة المدركة الى المستوى الذي يتوقع فيه العميل ان استخدام طرق الدفع الإلكتروني سيمنحه مزيدا من التحسين في استخدامه للخدمة، وبالتالي ترتبط الفائدة المدركة بنتائج تجربة استخدامه لطرق الدفع الإلكتروني (Cho, . & Sagynov. 2015).

واقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية:

H1b: يوجد تأثير معنوي إيجابي للفائدة المدركة على نية العميل نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني

ثالثاً: المرونة وسرعة الاستجابة في الوصول للخدمة: تعتبر سرعة الاستجابة وقابلية الوصول الى الخدمات الإلكترونية مقياس أساسي لمعرفة رغبة تبني المستخدمين لهذه الخدمات، واستعمالها بفعالية وكفاءة عالية والاستفادة من مميزاتها واستخدامها بشكل مباشر دون الحاجة الى المساعدة، حيث تلعب مقدرة مقدمي خدمات الدفع الإلكتروني على تلبية متطلبات عملاء القطاع المصرفي بسرعة وبالوقت المناسب، وتقليل الوقت الذي يحتاجه العملاء لاستخدام هذه الخدمة امرا حاسما في التأثير على رغبة العملاء في تبني هذه الخدمة او الاحجام عنها، علاوة على ذلك فان سرعة الاستجابة تعزز من رضا العملاء عن الخدمة، الأمر الذي ينتج عنه استعمال افضل من جانب المستخدمين، وأشارت العديد من الدراسات من ضمنها دراسة (Inegbedion.,et al., 2020)، ودراسة (Ramesh, et, al 2020) الى ان إمكانية الوصول الى الخدمات المصرفية الرقمية بسرعة سيؤدي الى زيادة وعي عملاء القطاع المصرفي بهذه الخدمات وبالتالي ستؤثر بشكل إيجابي على الرغبة في الاستخدام، الأمر الذي يتطلب من البنوك تضمين سياساتها تعزيز تجربة استخدام العملاء لتحفيزهم على استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية .

وبالاعتماد على الدراسات السابقة اقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية:

H1c: يوجد تأثير معنوي إيجابي للمرونة وسرعة الاستجابة في الوصول الى الخدمات على نية عملاء القطاع المصرفي نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني

رابعاً: تكلفة الخدمة: تعتبر تكلفة الخدمة المتوقعة والمتمثلة في المبلغ الذي سوف يتم دفعة لقاء استخدام الخدمة من العوامل الرئيسية التي قد تؤثر على رغبة العملاء في تبني هذه الخدمة، وعلى

الرغم من انخفاض تكلفة الخدمات الإلكترونية بالمقارنة مع تكلفة الخدمات التقليدية إلا أنه يعتقد بأنه يمكن أن تكون هذه التكلفة عائقا أمام تبني العملاء لهذه الخدمات، ولكن وبالرغم من انخفاض تكلفة الخدمات الإلكترونية مقارنة مع تكلفة الخدمات التقليدية إلا أن بعض الدراسات التي أجريت في دول نامية توصلت إلى وجود أثر إيجابي على نية العملاء لتبني هذه الخدمات، منها دراسة (Alagheband, P. 2006) والتي أجريت في إيران والتي توصلت إلى وجود أثر لتكلفة الخدمة على رغبة العملاء في استخدامها، لهذا السبب تم إدراجها ضمن المتغيرات المستقلة لهذه الدراسة لمعرفة أثرها على نية عملاء القطاع المصرفي الأردني في تبني خدمات الدفع الإلكتروني.

واقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية:

H1d: يوجد تأثير معنوي إيجابي لتكلفة الخدمة على نية عملاء القطاع المصرفي نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني

خامساً: الامن المدرك: عرف (Tsiakis, T., & Sthephanides, G. 2005) الامن المدرك بأنها العمليات التي يتم من خلالها التأكد من المعلومات ودقتها وخصوصيتها باستخدام أدوات مختلفة مخطط لها مسبقاً، وصنفت الدراسات الامن المدرك المتعلق بالدفع الإلكتروني إلى ثلاثة أجزاء، وهي أمن المعاملة، وأمن الأنظمة، وأمن الحماية، ويعتبر الامن المدرك في خدمات الدفع الإلكتروني من المحددات الأساسية التي قد تؤثر على رغبة عملاء القطاع المصرفي في استخدام طرق الدفع الإلكتروني، واتفقت مجموعة كبيرة من الدراسات منها دراسة (Al-Ajam, et, al, 2015)، ودراسة (Jariyapan, et, al, 2022) على أن الامن المدرك يعتبر من المعوقات التي يمكن أن تحول دون تبني عملاء القطاع المصرفي للخدمات المالية الرقمية، كما وبينت بأن الأمان والخصوصية يمكن أن تكون معيق حقيقي أمام تحول عملاء القطاع المصرفي إلى طرق الدفع الإلكتروني بسبب الطبيعة الحساسة للمعاملات المصرفية الإلكترونية والتي تتصف بالغموض وعدم الوضوح لطبيعتها الغير ملموسة، مما يؤدي إلى تدني في استخدام طرق الدفع الإلكتروني من قبل عملاء القطاع المصرفي بسبب تخوفهم من الاحتيال وخسارة أموالهم في ظل زيادة حالات ومعدلات الجرائم الإلكترونية.

وبالاعتماد على الدراسات السابقة اقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية

H1e: يوجد تأثير معنوي إيجابي للأمن المدرك في طرق الدفع الإلكتروني على نية عملاء القطاع المصرفي نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني

سادسا: **الثقة بالخدمة:** اختلف الباحثون في تعريف الثقة للمعنى الواسع التي تتضمنها فكل باحث نظر اليها من الزاوية التي يتناولها. فقد عرفها ((Hunt and Morgan (1994) بأنها المنفعة التي يمكن الاعتماد عليها عندما تعتقد الأطراف الأخرى بوجود مشكلة في نزاهة هذه الخدمة. وعرفها أيضا (Rousseau.al et 1998) بأنها الحالة النفسية التي تبني النوايا والسلوكيات الإيجابية المتوقعة بالمقارنة مع نوايا وسلوكيات الآخرين، وكذلك عرفها ((Mao. al et (2020) بأنها اعتقاد شخصي من قبل المستخدم بأن منصة الخدمة تمتلك المعايير اللازمة والهيكل المناسب لتحقيق الصفقات ونجاح ضمن قواعد وإجراءات تعود بالمنفعة على جميع الأطراف.

يعتمد الدارسين في تفسير عملية بناء الثقة في الخدمات على نظرية Zucker (1986) والتي قدمها لتفسير آلية بناء الثقة عند المستخدمين في دراسته المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، حيث يشير Zucker في دراسته إلى وجود محورين رئيسيين يساهمان في بناء الثقة في الخدمة المقدمة، المحور الأول يركز على المؤسسات مقدمة الخدمة من خلال سعيها الى تحديد قواعد قانونية توفر ضمان تنظيم العلاقة التبادلية بينها وبين العملاء ضمن وجود نصوص مكتوبة تضمن حق الطرفين. ويشير (Guo et al 2021) إلى أن الثقة بين مقدم الخدمة والعميل في الاقتصاد تنشأ لوجود نظام واضح لطريقة التعامل بين العميل ومقدم الخدمة ولا تنشأ فقط عن طريق التعامل المباشر مع الخدمة من قبل المستخدم. المحور الثاني يركز على متلقي الخدمة عن طريق التأثير عليه بقبول هذه الخدمة من خلال تقديم تجربة إيجابية للتعامل معها والتي يمكن الحصول عليها بطريقة غير مباشرة عن طريق السمعة التي تتمتع بها الشركة مقدمة الخدمة، وتشير دراسة (shao. Et,al 2020) الى أن سمعة الشركات مقدمة الخدمات والمستتبطة من تجربة المستخدمين السابقين تؤثر وبشكل مباشر على رغبة العملاء الجدد على تبني واستخدام الخدمات المقدمة. كما وبينت الدراسة أهمية متوسطة للخصائص الشخصية للعميل المتمثلة بالمستوى التعليمي والجنس في الرغبة بالاستخدام والثقة بالخدمة المقدمة الأمر الذي ينعكس عنه رغبة لدى العملاء في التبني او

الاستمرار في التعامل معها، وأشارت دراسة (Zhou et,al 2016) الى أن الكفاءة الذاتية مرتبطة بشكل مباشر بالخصائص الشخصية للمستخدم وتؤثر بشكل مباشر على الثقة بين متلقي الخدمة والخدمة المقدمة.

وبالاعتماد على الدراسات السابقة اقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية:

H1f: يوجد تأثير معنوي إيجابي للثقة المدركة في طرق الدفع الإلكتروني على نية عملاء القطاع المصرفي نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني

سابعا: التأثير الاجتماعي: يشير مفهوم التأثير الاجتماعي إلى قدرة بعض الأشخاص ممن لديهم سيطرة ك (الوالدين، والقادة، والأصدقاء) على التأثير على سلوك شخص معين بشكل مباشر أو غير مباشر .

وأشارت معظم الدراسات التي تناولت العوامل التي تؤثر على نية العملاء في تبني أدوات التكنولوجيا المالية في القطاع المصرفي إلى وجود أثر للقوى الاجتماعية في تبني التكنولوجيا أو الابتكار. ويلعب التأثير الاجتماعي دوراً أساسياً، إيجابياً أو سلبياً، في اعتماد واستخدام الدفع الإلكتروني (Kafley, G. S., & Chandrasekaran, M. 2021).

وقد أولت معظم الدراسات والأدبيات المتعلقة بدراسة العوامل التي تؤثر على رغبة العملاء في استخدام الخدمات، عامل التأثير الاجتماعي اهتماماً متزايداً، لاعتقادهم بأن قرارات العملاء حول تقبل هذه الخدمات مرتبط بشكل مباشر بتجربة المستخدمين السابقين للخدمة، من خلال معرفة آرائهم بجودة الخدمة.

وبيّنت الدراسات أن للتأثير الاجتماعي دوراً مهماً في نية تقبل العملاء للخدمات، بسبب تفاوت الفروقات الفردية المبنية على الخبرات والمهارات المتعلقة بالتكنولوجيا. كما أشارت بعض الدراسات إلى أن التجربة السابقة للخدمات المتشابهة تؤثر وبشكل إيجابي على تقبل العملاء للخدمة.

وقد أوضح (Wei et al., 2021) في دراسته المعنونة بـ "سلوك اعتماد الدفع عبر الهاتف المحمول لحيل الشباب: تحليل يعتمد على نموذج UTAUT الموسّع" أن للتأثير الاجتماعي دوراً كبيراً في تحوّل وتبني الشباب لطرق الدفع عبر الهاتف النقال.

واقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية:

H1g: يوجد تأثير معنوي إيجابي للتأثير الاجتماعي في طرق الدفع الإلكتروني على نية عملاء القطاع المصرفي نحو تبني واستخدام طرق الدفع الإلكتروني
الشمول المالي الرقمي: ٢٠٢٥

في السنوات الماضية بات الاهتمام بتوسيع نطاق وصول الخدمات المالية الرقمية من قبل صانعي السياسات الاقتصادية والمالية وعلى رأسها المؤسسات المالية الدولية وفي مقدمتها دول العشرين (G20) يلقي اهتمام متزايد ، لضمان وصول ميسور لهذه الخدمات الى أكبر شريحة من المجتمع، للأيمان المطلق من قبل هذه المؤسسات بأهمية الدور الذي تلعبه هذه الخدمات في تضيق فجوة الدخل والحد من الفقر والبطالة زيادة فرص العمل وتعزيز النمو وتحسين فرص المعيشة في المجتمعات، ومساهمتها في توجيه الأفراد على الادخار والاستثمار، وتعزيز المساواة بين جميع أفراد المجتمع من كلا الجنسين، ولقد أدى التوسع الكبير في استخدام التكنولوجيا المالية في الخدمات المصرفية الى زيادة الشمول المالي، الأمر الذي أدى إلى ظهور مفهوم الشمول المالي الرقمي (Mukalayi, & Inglesi-Lotz, 2023).

يعتبر الشمول المالي الرقمي هو نتاج الثورة المالية الرابعة بعد الشمول المالي والذي تم اقتراحه رسمياً في قمة مجموعة العشرين والتي عقدت في Hangzhou عام ٢٠١٦، وأشارت هذه القمة إلى ضرورة تعزيز الطرق والإجراءات الرامية إلى التحول إلى الشمول المالي المبني على التكنولوجيا الرقمية والصناعة المالية، وتعزيزه من خلال تحديد الإيجابيات لهذا التحول بالمقارنة مع الشمول المالي بمفهومه التقليدي والتمويل الأصغر، والاقراض الأصغر، ويلاحظ ان الشمول المالي الرقمي يعتمد ودرجة مرتفعة على التكنولوجيا التي تضمن زيادة إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية المختلفة إلى أكبر شريحة من العملاء، (Wang, X., & He, G. 2020)، (Peng, P., & Mao, H. 2023)، وللشمول المالي الرقمي مجموعة من الفوائد من أهمها منح المستعدين والمحرومين مالياً فرصة الوصول الاستخدام إلى الخدمات المالية المعدة وفقاً لطبيعة احتياجات العملاء وظروفهم المالية، وزيادة قدرتهم على فتح حسابات رقمية، والحد من مخاطر الجرائم المالية والسرقة التي تسببها المعاملات القائمة على النقد.

وعرفت مؤسسة التحالف العالمي للشمول المالي الشمول المالي الرقمي بأنه التطور الحاصل في نشر ثقافة استخدام وسائل وطرق التكنولوجيا المالية لدى أفراد المجتمع لتوسيع شريحة المتعاملين مع الخدمات المالية الرقمية سعياً منها إلى الوصول إلى المحرومين والمستبعدين من هذه الخدمات (<https://www.afi-global.org/>)، وعرف (Tay, Tai, & Tan, 2022) الشمول المالي الرقمي بأنه تبني الخدمات المالية المبنية على التكنولوجيا مثل الخدمات عبر الهاتف المحمول، والخدمات التي تقدم عبر الشبكة العنكبوتية، وغيرها من الخدمات المالية المبنية على التكنولوجيا والتي يمكن أن تسهل على الأفراد من ذوي الدخل المحدود الوصول إلى الخدمات المالية وتكلفة معقولة، وعرفها أيضاً (Ozili, P. (2022) بأنها القدرة على الوصول إلى كافة الخدمات المالية المبنية على التكنولوجيا من قبل أكبر شريحة من المجتمع وبما يتناسب مع احتياجاتهم وتكلفة معقولة ومستدامة وأشارت دراسة (Asif, M, et, al, 2023) التي أجريت في الهند إلى وجود تحسن ملحوظ في عدد الأفراد الذين يمتلكون حسابات بنكية وتم ارجاع السبب في ذلك إلى زيادة اهتمام الدولة الهندية بمفهوم الشمول المالي الرقمي، وتوسيع عمل شركات التكنولوجيا المالية من خلال التوسع في منح التراخيص اللازمة لذلك، وذلك من أجل ضمان وصول الخدمات المالية إلى أكبر شريحة من المجتمع وخاصة في المناطق التي تفتقر إلى وجود فروع للبنوك فيها، وتوصلت الدراسة إلى أن شركات التكنولوجيا المالية ساعدت بشكل ملحوظ أفراد المجتمع في الاندماج المالي، وخاصة أفراد الطبقة المتوسطة.

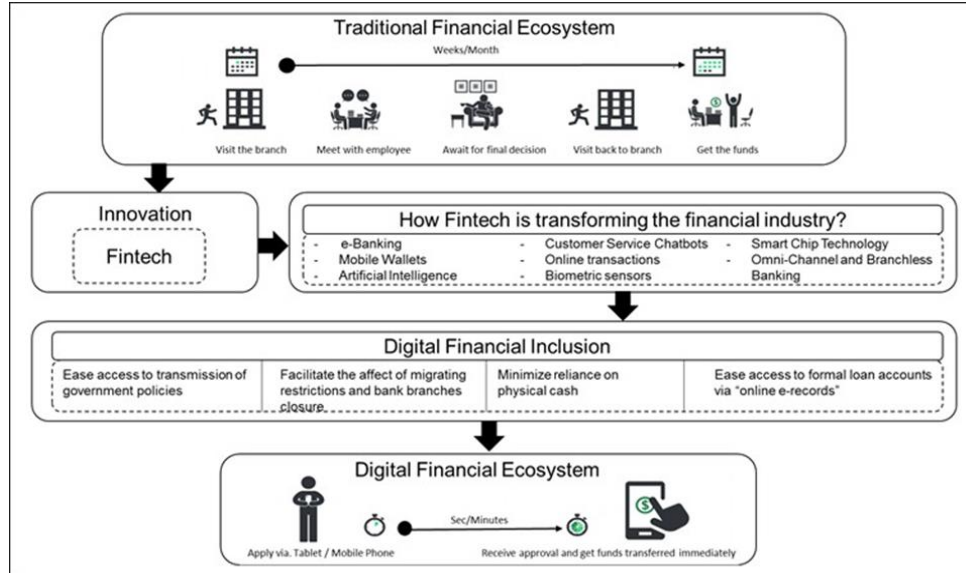
كما وأشارت دراسة (Telukdarie, A., & Mungar, A. 2023) والتي كانت بعنوان "تأثير التكنولوجيا المالية الرقمية على تسريع الشمول المالي في الاقتصادات النامية " والتي طبقت في الدول الأفريقية، أنه وعلى الرغم من النمو المتسارع في الاقتصاد الأفريقي إلا أنه لا يزال عدد كبير من السكان يعانون من الفقر والبطالة وعدم المساواة مما يؤثر على النمو العام في الاقتصاد في القارة الأفريقية، كما وأشارت الدراسة إلى أنه لا تزال معدلات الشمول المالي محل اهتمام الدارسين بسبب تيقنهم بالدور الذي يمكن أن يلعبه الشمول المالي في تحسين طرق معيشة أصحاب الدخل المنخفضة، وقامت الدراسة بتبني أدوات التكنولوجيا المالية لمعرفة أثرها على تحسين الشمول المالي في الدول الأفريقية، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام وتطبيق أدوات الذكاء الصناعي بما فيها التكنولوجيا المالية يمكن أن يكون له أثر إيجابي على الشمول المالي بشكل خاص والاقتصاد بشكل عام

وأشارت دراسة (Liu, P., Zhang, Y., & Zhou, S. 2023) الى وجود علاقة إيجابية بين الشمول المالي الرقمي واختلاف دخل الأفراد قاطني المناطق الريفية والحضرية، كما وبينت الدراسة ان للشمول المالي الرقمي تأثير إيجابي ترويجي كبير يؤثر بشكل خاص على تقليص الفجوة بين الدخل بين المناطق الريفية والمدنية، واقترحت الدراسة مجموعة من السياسات التي يمكن تطبيقها في بلد الدراسة او في البلدان المماثلة التي تعمل على تقليص الفجوات في الدخل بين سكان المناطق المتحضرة والنائية من خلال تفعيل الشمول المالي الرقمي.

٢.٢.٦ دور التكنولوجيا المالية في تفعيل الشمول المالي الرقمي:

بات من المعروف لدى شريحة كبيرة من الاقتصاديين والماليين في الدول المختلفة معرفة الدور الذي تلعبه التكنولوجيا المالية في تقليص الفجوة بين المستخدمين للخدمات المالية من خلال الإضافات والتغيرات التي أحدثتها التكنولوجيا والتي أسهمت بشكل واضح الى رفع مستوى استخدام الدفع الرقمي وتسريع انجاز المعاملات، بل تعدت ذلك الى مختلف القطاعات المالية كالاستثمار والتحويلات المالية، ويمكن القول بانها ساهمت في تحسين الدخل في مختلف القطاعات من خلال تبسيط الإجراءات وتنظيمها وتوفير كافة المستلزمات الضرورية لتطويرها

وفي هذا الإطار تتوجه الدول ذات الدخل المحدود والمنخفض الى ادخال الخدمات المالية المبنية على التكنولوجيا مثل استخدام الهواتف المحمولة والبطاقات المالية لإدارة أموالها المختلفة وخصوصا في المناطق النائية والمحرومة من الخدمات المالية لتمكين الأفراد فيها من فتح حسابات مصرفية بسهولة والاستفادة من ميزة هذه الحسابات على أكبر قدر، وتسعى الدول العربية ومن ضمنها الأردن الى استخدام التكنولوجيا المالية في تقديم الخدمات المالية سعيا منها الى تنويع مصادر الدخل وتلبية رغبات العملاء من مواقعهم دون الحاجة الى مراجعة البنوك مما يحقق تفعيل الشمول المالي الرقمي . والشكل التالي يوضح كيف يغير تبني التكنولوجيا المالية في تفعيل الشمول المالي الرقمي.



• **Source:** study "Kandpal, V., & Mehrotra, R. (2019). Financial inclusion: The role of fintech and digital financial services in India"

٢.٢.٧ مكونات الشمول المالي الرقمي:

تناولت مجموعة من الدراسات المكونات الأساسية للشمول المالي الرقمي، والتي يمكن اجمالها في منصات المعاملات الرقمية والتي تشير إلى الصفحات الإلكترونية التي تربط العميل بالمؤسسة المالية التي تقوم على تقديم الخدمات المالية المختلفة من خلال الإنترنت، ومواقع المؤسسات المالية والمصرفية الإلكترونية التي تتيح للعملاء إجراء أو تلقي المدفوعات والتحويلات وتخزين قيمتها إلكترونياً، والأجهزة الرقمية المتمثلة في أجهزة الحاسوب المختلفة والهواتف النقالة والتي تسمح بنقل المعلومات عبر الفضاء الإلكتروني، والخوادم الرقمية والمتمثلة في البنية التحتية للخدمات الرقمية التي تستخدم لتخزين البيانات والتحقق من صحتها والسماح بأجرائها دون مخاطر، والبائعون أو تجار التجزئة الذين يمتلكون أجهزة رقمية متصلة بالإنترنت والتي من خلالها يمكن تنفيذ المعاملات المالية الرقمية، والخدمات المالية الإضافية والمتمثلة في الخدمات التي تطرح إلى جميع العملاء الطبيعيين والاعتباريين وعلى مختلف مستوياتهم وقدراتهم المالية من قبل شركات التكنولوجيا المالية والبنوك وتشمل

منتجات الادخار والتأمين والاستثمار والرهن وإدارة المخاطر وغيرها. (Ozili, P. 2022)

٢.٢.٨ أبعاد الشمول المالي الرقمي:

تطرقت مجموعة من الدراسات الى الفرص والتحديات التي تواجه التحول الى الشمول المالي الرقمي من خلال دراسة أبعاد الشمول المالي الرقمي، فقد تضمنت دراسة (Gallego, et, al. 2023) ودراسة (Parvin, S. R., & Panakaje, N. 2022) المعوقات التي تحول دون اتاحة واستخدام الخدمات المالية الرقمية، وبالاعتماد على الدراسات السابقة يمكن تحديد أبعاد الشمول المالي الرقمي بما يلي:

أولاً: اتاحة الخدمات المالية الرقمية: ويتمثل هذا البعد بتحديد مستويات الوصول الى الخدمات المالية الرقمية، والإجراءات المتبعة لضمان الاستمرار باستخدامها، وتوسيع شريحة المستخدمين بالوصول الى المحرومين من هذه الخدمات وبأقل التكاليف، ويعنى هذا البعد أيضا بزيادة فرص الاتاحة والذي يمثل جانب العرض للخدمات المالية الرقمية والذي يقع على عاتق مقدمي هذه الخدمات.

ثانياً: استخدام الخدمات المالية الرقمية: ويتمثل هذا البعد بالطرق التي يتم فيها جمع البيانات خلال فترات زمنية محددة لمعرفة مدى استخدام العملاء لهذه الخدمات وبشكل منتظم، ويمثل هذا البعد جانب العرض للخدمات المالية الرقمية.

ثالثاً: جودة الخدمات المالية الرقمية: ويعمل هذا البعد على تحسين الخدمات المالية الرقمية المقدمة للعملاء من خلال التحكم بمجموعه من العوامل والتي تختلف باختلاف المناطق المقدمة فيها.

واقترحت هذه الدراسة الفرضية التالية

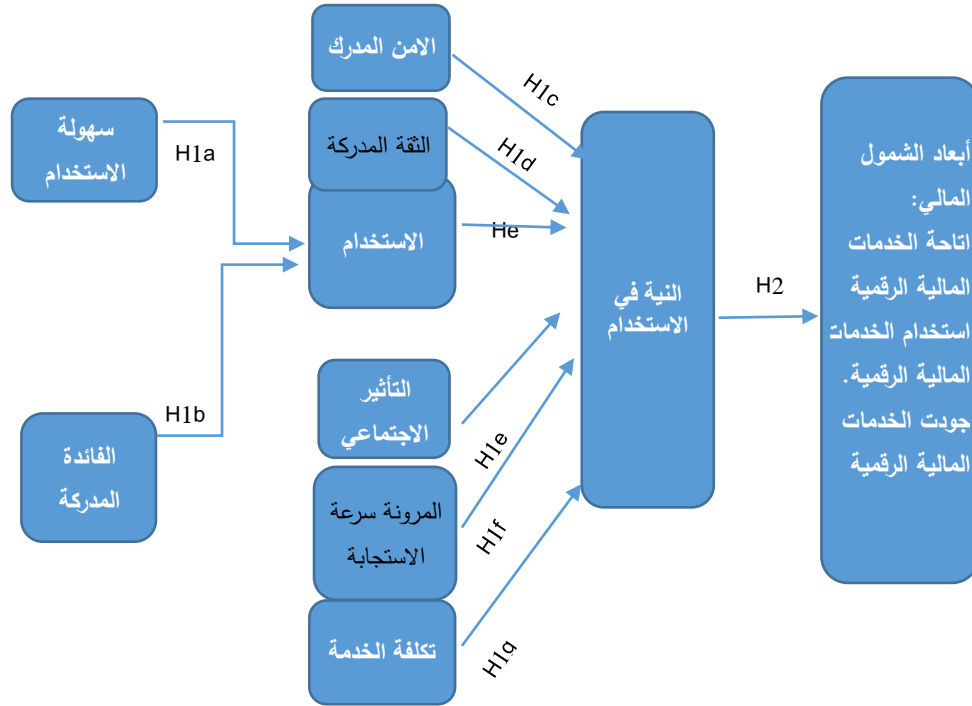
H2: يوجد تأثير معنوي إيجابي للنية في استخدام طرق الدفع الإلكتروني على فعالية الشمول المالي الرقمي في الأردن

تناولت الدراسة الحالية العوامل المؤثرة على نية استخدام طرق الدفع الإلكتروني بين عملاء القطاع المصرفي الأردني ودورها في تفعيل الشمول المالي الرقمي. كما هو مبين في الأدبيات، لم

يتم استكشاف دور طرق الدفع الإلكتروني في تفعيل الشمول المالي الرقمي في الأردن بشكل كاف، مما أدى إلى وجود فجوة في الأدبيات. واستناداً إلى النتائج السابقة، حاولت هذه الدراسة تحديد العوامل التي تؤثر على نية تبني عملاء القطاع المصرفي لطرق الدفع الإلكتروني وصولاً إلى معرفة أثرها على كفاءة الشمول المالي الرقمي. تم تحديد العوامل التي تؤثر على نية استخدام طرق الدفع الإلكتروني من خلال نتائج تحليل محتوى الدراسات السابقة، وقد تبين من خلال الدراسات السابقة وجود مجموعة من العوامل تؤثر على نية تبني طرق الدفع الإلكتروني مثل سهولة الاستخدام والفائدة المدركة، تكلفة الخدمة والمرونة وسرعة الاستجابة في الوصول للخدمة والأمن المدرك والثقة بالخدمة والتأثير الاجتماعي على اعتماد طرق الدفع الإلكتروني، وفي هذه الدراسة سوف يتم الاعتماد على هذه العوامل لمعرفة أثرها على رغبة عملاء القطاع المصرفي الأردني في استخدام طرق الدفع الإلكتروني وقبولها. إن العوامل المؤثرة على تبني الخدمات المصرفية المبنية على التكنولوجيا قابلة للتغيير بحسب المنطقة التي يتم دراستها وهي مرتبطة بنظرية قبول الابتكار. تم اقتراح عدة عوامل يعتقد بان لها تأثير مباشر على رغبة عملاء القطاع المصرفي الأردني في تبني طرق الدفع الإلكتروني. (Guo et al 2021)، (Wei et al. (2021) وبالتالي يمكن أن يساعد الباحث في تحديد العوامل الرئيسية التي يمكن ان تؤثر على نية العملاء في استخدام طرق الدفع الإلكتروني تمهيدا لمعرفة اثرها على فعالية الشمول المالي الرقمي.

نموذج الدراسة المقترح:

أكدت الدراسات السلوكية على وجود أثر للعوامل المؤثرة على استخدام طرق الدفع الإلكتروني على النية السلوكية لعملاء القطاع المصرفي في تبني طرق الدفع الإلكتروني، كما وأكدت دراسات على وجود أثر لتبني طرق الدفع الإلكتروني على تفعيل الشمول المالي الرقمي، والتالي نموذج الدراسة الذي يمثل. فرضيات الدراسة. وقد تم الاعتماد على دراسة (Bajunaied,., & Kamarudin, 20223) في تحديد العوامل المؤثرة النية السلوكية لعملاء القطاع المصرفي في تبني طرق الدفع الإلكتروني.



منهجية الدراسة:

تتمثل منهجية الدراسة في عدة عناصر متمثلة في مجتمع الدراسة، وأنواع البيانات وكيفية الحصول عليها، وإداة الدراسة التي تم الاعتماد عليها في جمع البيانات حاجة الدراسة، والأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها في الدراسة. وسوف يتم استعراضها على النحو التالي:

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من عينة عشوائية من عملاء القطاع المصرفي الأردني، إذ تم توزيع استبانة إلكترونية تم تصميمها من قبل الباحث على أفراد المجتمع في مختلف مناطق المملكة (الشمال، والوسط، والجنوب)، حيث تم استرداد (٥٩١) على عملاء القطاع المصرفي، وكان عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل تبلغ (٥٧١)

أداة الدراسة: قام الباحث بتطوير استبانة بالاعتماد على الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، حيث تضمنت الاستبانة مجموعة من العبارات والبنود التي لها ارتباط مباشر مع متغيرات

الدراسة، كما وتم استخدام عبارات تقويمية لتحديد إجابات مجتمع الدراسة بناءً على مقياس ليكرت الخماسي ذي المستويات الخمسة وتكونت الاستبانة من ثلاثة محاور رئيسية:

المحور الأول: تضمن المتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة

المحور الثاني: أبعاد المتغير المستقل المتمثل بالعوامل التي تؤثر على نية عملاء القطاع المصرفي الأردني بتبني طرق الدفع الإلكتروني، وتضمن هذا المحور سبع فقرات تم قياسها بالاعتماد على دراسة (Baicu, et, al. 2020).

المحور الثالث: تضمن الأبعاد التي تؤثر على النية السلوكية لدى عملاء القطاع المصرفي في استخدام طرق الدفع الإلكتروني

المحور الرابع: تضمن أبعاد المتغير التابع فاعلية الشمول المالي الرقمي، وتضمن ثلاثة فقرات تم قياسها بالاعتماد على دراسة (Parvin, ., & Panakaje. 2022).

أساليب التحليل الإحصائي: قامت هذه الدراسة على أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية Structural Equation Modeling لاختبار فرضيات الدراسة، علماً بأن هذا الأسلوب يسمح بدراسة العلاقة المباشرة والغير مباشرة، كما ويسمح هذا الأسلوب باختيار مجموعة من العلاقات بين متغير واحد أو أكثر من المتغيرات المستقلة وواحد وأكثر من المتغيرات التابعة في نفس الوقت. ومن ثم قام الباحث بتحليل بيانات الدراسة التي تم جمعها من خلال أداة الدراسة (الاستبيان) من عينة الدراسة بالاعتماد على أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية بالمربعات الصغرى (PLS – SEM)، وذلك بسبب قدرتها العالية على اختبار النماذج المعقدة التي تحتوي على عدد كبير من المتغيرات بشكل كبير، كما وأنا هذا الأسلوب يتجنب التعددية الخطية ومشاكل التوزيع الطبيعي، بالمقارنة بمنهج المعادلة الهيكلية بالتقارير المشترك (Hair Jr, J. F., & Sarstedt, M. (2021).

نتائج الدراسة:

تم التحليل الأولي للبيانات من خلال تقييم المعلومات الديموغرافية للمستجيبين عينة الدراسة، باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS (الإصدار ٢٦)، وتم اختيار التباين المحتمل بالطرق الشائعة. بعد ذلك قمنا باختبار الارتباطات المقترحة باستخدام أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية باستخدام

(PLS-SEM) لقدرتة على فحص المقاييس او التركيبات والنموذج الهيكلي الأساسي في وقت واحد، وتم تقييم لنماذج المقترحة بخطوتين رئيسيتين.

الخطوة الاولى: تم فيها تقييم نموذج القياس Measurement Model Assessment والمستخدم في تقييم صدق اداة الدراسة والذي يستخدم لمعرفة مدى صدق العبارات المستخدمة في الاستبيان لقياس ما اعدت لأجله، من صدق المحتوى او الصدق التقاربي والذي يشير الى تقارب العبارات المستخدمة في الاستبيان والمستخدم في قياس المتغيرات او احد أبعاده، ويتم قياسه باستخدام متوسط التباين المستخرج/ المفسر والذي يجب ان تزيد قيمته عن ٠.٥٠ لكل بعد او متغير، وهو أسلوب تنبؤ استكشافي يتناسب بشكل جيد مع اهداف دراستنا، وقد أظهرت النتائج في الجدول رقم (١) انا جميع قيم متوسط التباين مقبولة (Hair., & Sarstedt., 2021).

وتم قياس الصدق التمييزي والذي يشير الى المدى الذي يكون فيه المتغيرات او الأبعاد مختلفة فيما بينها، وقد تم قياسه من خلال استخراج قيمة الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE). وقد أظهرت نتائج الدراسة في الجدول رقم (٢) ان جميع قيم معاملات الارتباط مقبولة حيث ان كل قيم معاملات الارتباط الأبعاد أكبر من قيمة ارتباطها بباقي متغيرات الدراسة مما يعني ان المقاييس المستخدمة تتمتع بدرجة مرتفعة من الصدق. وثبات مقاييس الدراسة وصلاحياتها.

وتم التحقق من اختبار الثبات من خلال قياس ثبات المؤشر/ المقياس عن طريق معاملات التحميل المعيارية لكل عبارة من العبارات المستخدمة لكل متغير من متغيرات الدراسة، وتشير النتائج التي تم التوصل اليها والموضحة في الجدول رقم (١) الى ان معاملات التحميل لكل عبارة على حدى أكبر من ٠.٥٠ وهي مقبولة في الدراسات المشابهة لدراستنا. كما وانه تم التحقق من ثبات الاتساق الداخلي للدراسة من خلال اجراء اختبار الثبات المركب (CR)، وقد أظهرت نتائج الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (١) مقبولة حيث ان جميع معاملات الفا كرونباخ أكبر من ٠.٧٠ الأمر الذي يشير الى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة.

وبالنظر الى مشكلتي التوزيع الطبيعي والتعددية للبيانات، فتشير نتائج الدراسة الى عدم وجود مشكلة في التوزيع الطبيعي، حيث بينت نتائج الدراسة أن قيم معامل الالتواء والتفرطح كانت تتراوح بين +١ و -١، مما يعني ان العبارات المستخدمة تميل الى التوزيع الطبيعي ولا تعاني من مشكلة التعددية الخطية.

العوامل المؤثرة على تبني طرق الدفع ضيف الله عليهم وعبد الرحمن الدلابيح وأحمد الخزعلي

الجدول رقم (١) معاملات التحميل المعيارية ومعاملات الثبات والصدق التقريبي.

Construct Reliability and Validity

المتغير (Variable)	كود العبارة Code	معاملات التحميل المعيارية Loadings	VIF	معامل الفا A	الثبات المركب CR	صدق التقارب AVE
سهولة الاستعمال	EU-1	0.720	1.645	0.785	0.802	0.614
	EU-2	0.796	1.532			
	EI-3	0.736	1.467			
الفائدة المدركة	PB-1	0.775	2.504	0.798	0.814	0.604
	PB-2	0.763	1.578			
الأمن المدرك	PS-1	0.794	1.548	0.821	0.938	0.658
	PS-2	0.711	1.631			
	PS-3	0.844	1.477			
الثقة المدركة	PT-1	0.811	2.285	0.796	0.815	0.701
	PT-2	0.768	1.584			
	PT-3	0.885	1.510			
تأثير اجتماعي	SI-1	0.825	1.461	0.841	0.853	0.658
	SI-2	0.870	1.402			
المرونة والاستجابة السريعة	FR-1	0.900	1.452	0.849	0.868	0.697
	FR-2	0.947	1.769			
	FR-3	0.942	2.329			
تكلفة الخدمة	SC-1	0.871	1.711	0.826	0.837	0.711
	SC-2	0.820	2.112			
	SC-3	0.752	2.330			
	SC-4	0.801	2.299			
نية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية	IUEP-1	0.819	1.642	0.878	0.895	0.639
	IUEP-2	0.874	1.862			
	IUEP-3	0.864	1.850			
	IUEP-4	0.773	1.766			
	EDFI-1	0.930	2.212	0.914	0.919	0.742
	EDFI-2	0.902	1.765			

العوامل المؤثرة على تبني طرق الدفع ضيف الله عليّات وعبد الرحمن الدلابيح وأحمد الخزعلي

المتغير (Variable)	كود العبارة Code	معاملات التحميل المعيارية Loadings	VIF	معامل الفا A	الثبات المركب CR	صدق التقارب AVE
فعالية الشمول المالي الرقمي	EDFI-3	0.859	1.756			
	EDFI-4	0.912	1.829			
	EDFI-5	0.926	1.795			
	EDFI-6	0.741	2.344			
	EDFI-7	0.830	2.381			
	EDFI-8	0.835	1.379			
	EDFI-9	0.855	1.336			
	EDFI-10	0.792	1.352			
	EDFI-11	0.753	2.171			
	EDFI-12	0.922	1.468			
	EDFI-13	0.755	2.161			
	EDFI-14	0.723	1.336			

الجدول رق (٢) الصدق التمييزي باستخدام الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE).

Discriminant validity based on HTMT ratio

Construct	1	2	3	4	5	6	7	8	9
سهولة الاستعمال									
فعالية الشمول المالي الرقمي	0.553								
المرونة والاستجابة السريعة	0.467	0.791							
نية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية	0.140	0.185	0.241						
الفائدة المدركة	0.460	0.496	0.270	0.251					
الأمن المدرك	0.654	0.688	0.719	0.270	0.592				
الثقة المدركة	0.603	0.732	0.684	0.127	0.638	0.508			
تكلفة الخدمة	0.738	0.726	0.793	0.135	0.128	0.732	0.682		
التأثير اجتماعي	0.758	0.616	0.744	0.534	0.301	0.433	0.501	0.655	

الخطوة الثانية: قمنا فيها بتقييم النموذج الهيكلي Structural Model Assessment والذي من خلاله يتم تقييم مدى ملائمة نموذج الدراسة المقترح واختبار الفرضيات التي قامت عليها الدراسة، ويمكن استعراضها على النحو التالي:

تم تقييم النموذج الهيكلي المقترح وجودته من خلال استخدام مقاييس الصناعة القياسية، مثل معامل R^2 ، وحجم التأثير (f^2)، ودرجات Q^2 ، ودرجة الجذر المعياري لمتوسط التربيع المتبقي (SRMR)، لتقييم القوة التنبؤية والتفسيرية للنموذج.

تم تحليل التباين الإجمالي المتوقع باستخدام قيمة R^2 للمتغيرات الداخلية في النموذج (Hair et al., 2019). يصنف نهج تصنيف Hair و Ringle و Sarstedt (٢٠١٩) للمتغيرات الداخلية على أنها ضعيفة أو متوسطة أو كبيرة، بناءً على قيمة R^2 البالغة ٠.٢٥ أو ٠.٥٠ أو ٠.٧٥. وكما هو موضح في الجدول ٣، تُظهر قيمة R^2 أهمية تنبؤية متوسطة وهامة لفعالية الشمول المالي الرقمي ($R^2 = 0.514$) وأهمية تنبؤية قوية لنية استخدام طرق الدفع الإلكترونية ($R^2 = 0.781$). الانتقال إلى f^2 ، وهي قيمة R^2 المحدثة التي تم الحصول عليها عن طريق إزالة بنية معينة من النموذج. إذا كانت قيمة f^2 هي ٠.٠٢، فإن حجم التأثير له تأثير صغير؛ وإذا كان ٠.١٥، فالتأثير متوسط؛ وإذا كان ٠.٣٥، فإن التأثير كبير. يعرض الجدول ٣ قيم f^2 . علاوة على ذلك، تم استخدام عصب العينين في تقييم النموذج النظري/الهيكلية للأهمية التنبؤية، باتباع توصيات هير (٢٠١٩)، واستخدام مقياس التكرار المتحقق منه (Q^2) للمتغيرات الداخلية. لاحظ Tenenhaus (١٩٩٩) أن الفعالية التنبؤية للنموذج تتم الإشارة إليها بقيم Q^2 أكبر من الصفر. لقد تبين في هذه الدراسة أن النموذج الهيكلي يمكنه التنبؤ بكل مكون داخلي بدقة كافية. تشير قيمة SRMR البالغة ٠.٠٥٤، والتي تقل عن قيمة العتبة البالغة ٠.٠٨، إلى أن ملائمة النموذج كانت مقبولة في هذه الحالة المحددة، وفقاً لمبادئ Hair et al. (٢٠٢١)، على الرغم من عدم استخدام مقياس ملائمة النموذج القياسي لمتوسط الجذر المتبقي بشكل متكرر في PLS-SEM. وتظهر النتائج في الجدول رقم (٣).

Table 3. Model predictive capabilities

SRMR	Q2	f2	Adj.R2	R2	Constructs
–	–	0.095	–	–	سهولة الاستعمال
–	–	0.087	–	–	الفائدة المدركة
–	–	0.088	–	–	الأمن المدرك
–	–	0.103	–	–	الثقة المدركة
–	–	0.079	–	–	تأثير اجتماع
–	–	0.093	–	–	المرونة والاستجابة السريعة
–	–	0.153	–	–	تكلفة الخدمة
–	0.288	0.268	0.776	0.781	نية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية
0.054	0.305	–	0.509	0.514	فعالية الشمول المالي الرقمي

نتائج اختبار فرضيات الدراسة باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية SEM.

يقوم 4 Smart-PLS بإنشاء إحصائيات t عبر استراتيجية التمهيد لتقييم النماذج الداخلية والخارجية للمستوى الهام (Hair et al., 2021). وباستخدام ١٠٠٠٠ عينة فرعية من حجم العينة الأولي البالغ ٥٧١، تم استخدام عملية التمهيد لاختبار معامل الانحدار. يوفر Bootstrapping ثلاثة أرقام (على سبيل المثال، معامل المسار، وقيم t ، وقيم p) لرفض فرضية الدراسة وقبولها (Hair et al., 2019). يجب أن تتجاوز قيم T 1.65 عندما تكون p أقل من ٠.١٠، و١.٩٦ عندما تكون p أقل من ٠.٠٥، و٢.٥٧ عندما تكون p أقل من ٠.٠١، وفقاً لـ Sarstedt et al., 2017، (2019). يجب أن تكون قيم T أكبر من ١.٩٦ مع ($p < 0.05$) نظراً لأن قيم T هي قياسات مهمة تحدد ما إذا كانت الفرضية مهمة أم لا. استخدمت هذه الدراسة معياراً معنوياً قدره ٥٪ (٠.٠٥) لفحص الفرضيات المقدمة (Hair, Ringle, Sarstedt, 2021).

تشير نتائج الدراسة إلى قبول جميع فرضيات الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم ٤. حيث تشير النتائج التي تم التوصل إليها إلى وجود أثر معنوي للعوامل المؤثرة على استخدام طرق الدفع الإلكتروني مثل سهولة الاستخدام، والمنفعة الملموسة، والأمن المدرك، والثقة الملموسة،

والأثر الاجتماعي، والمرونة والاستجابة السريعة، وتكلفة الخدمة على نية الاستخدام بشكل كبير. وتدعم هذه النتائج الفرضيات H1a و H1b و H1c و H1d و H1e و H1f و H1g. إن الفرضية الثانية للدراسة، وهي أن النية لاستخدام طرق الدفع الإلكترونية لها ارتباط كبير بفعالية الشمول المالي الرقمي، تدعمها هذه النتيجة أيضًا.

Table 4. PLS–SEM analysis of research model

نتيجة اختبار الفرضية	Bias–corrected 95% CI		β and t– values	Structural path
	Upper	Lower		
قبول الفرضية	[0.057, 0.314]		0.183 (2.336)	H1a: سهولة الاستخدام –> نية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية
قبول الفرضية	[0.048, 0.342]		0.151 (2.102)	H1b: الفائدة المدركة –> النية لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية
قبول الفرضية	[0.051, 0.298]		0.162 (2.266)	H1c: الأمان المدرك –> نية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية
قبول الفرضية	[0.039, 0.188]		0.187 (2.508)	H1d: الثقة المدركة –> النية لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية
قبول الفرضية	[0.041, 0.227]		0.140 (2.004)	H1e: الأثر الاجتماعي –> النية لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية
قبول الفرضية	[0.068, 0.323]		0.143 (2.192)	H1g: المرونة وسرعة الاستجابة –> نية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية
قبول الفرضية	[0.125, 0.437]		0.317 (4.522)	H1f: تكلفة الخدمة –> نية استخدام طرق الدفع الإلكترونية
قبول الفرضية	[0.153, 0.489]		0.426 (5.345)	H2: النية لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية –> فعالية الشمول المالي الرقمي



المناقشات والمساهمات والتوصيات للدراسة:

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة:

يمكن تلخيص النتائج التي توصلت إليها الدراسة استناداً إلى التحليل الإحصائي كما يلي:
من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن التحول إلى طرق الدفع الإلكتروني لم يعد اختياراً أمام البنوك، بل أصبح ضرورة حتمية يتوجب على البنوك تبنيها من أجل المساهمة في تطور الاقتصاد وتلبية رغبات العملاء في ظل الانفتاح الكبير على أدوات التكنولوجيا في مختلف نواحي الحياة.

بالإضافة إلى أن الشمول المالي الرقمي يُعد من أهم الأهداف الاستراتيجية التي يسعى البنك المركزي إلى تحقيقها داخل الاقتصاد الأردني، لضمان وصول كافة الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى أكبر شريحة من المجتمع، من خلال دعم تطوير خدمات الدفع الإلكتروني في البنوك التجارية الأردنية. كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين النية السلوكية لتبني طرق الدفع الإلكتروني من قبل عملاء القطاع المصرفي والعوامل المؤثرة على استخدام طرق الدفع الإلكتروني.

فتشير نتائج الدراسة إلى أن جميع العوامل المؤثرة على رغبة عملاء القطاع المصرفي في تبني طرق الدفع الإلكتروني، والمتمثلة في: سهولة الاستخدام، والفائدة المدركة، والأمن المدرك، والثقة المدركة، والأثر الاجتماعي، والمرونة وسرعة الاستجابة، وتكلفة الخدمة، تؤثر بشكل معنوي إيجابي على اتجاه العملاء نحو استخدام طرق الدفع الإلكتروني المقدمة من قبل القطاع المصرفي.

وتتفق هذه الدراسة مع كل من دراسة (Mukerjee, K., 2020) ودراسة (Ooi, K.-B., 2022) ودراسة (Ramesh, V., et al., 2020).

ومن ثم يمكن القول بأن تبني طرق الدفع الإلكتروني يؤثر وبشكل إيجابي على تفعيل الشمول المالي الرقمي.

ثانياً: المساهمات:

سعت هذه الدراسة إلى محاولة المساهمة في الإضافة إلى المعرفة وسد النقص والفجوات البحثية المتعلقة بالعوامل المؤثرة على نية استخدام طرق الدفع الإلكتروني لدى عملاء القطاع المصرفي، ودورها في تعزيز الشمول المالي الرقمي.

بالإضافة إلى بحث دور العوامل المؤثرة في طرق الدفع الإلكتروني على النية السلوكية لعملاء القطاع المصرفي، وصولاً إلى نتائج يمكن من خلالها تعميمها. كما حاولت هذه الدراسة إضافة مساهمة علمية من خلال فحص دور النية في الاستخدام على تفعيل الشمول المالي الرقمي.

التوصيات:

بناءً على ما سبق، يوصي الباحثون إدارة البنوك بإيلاء طرق الدفع الإلكتروني أهمية أكبر لزيادة جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في القطاع المصرفي الأردني، من خلال زيادة وسائل التعريف بطرق الدفع الإلكتروني المستحدثة والترويج لها، باستخدام وسائل الإعلام المختلفة، وشبكات التواصل الاجتماعي، ليتم توسيع دائرة الاستخدام.

ويوصي الباحثون إدارة البنوك بالإسراع في تبني الابتكارات والإبداعات في طرق الدفع الإلكتروني الجديدة للحفاظ على عملائها وضمان استمرارهم في استخدامها، في ظل ظهور منافس جديد في الأسواق، وهي شركات التكنولوجيا المالية التي تقدم نفس الخدمات.

كما يوصي الباحثون **البنك المركزي** باستخدام أدواته الرقابية في التأثير على القطاع المصرفي لتبني كل ما هو جديد ومبتكر في طرق الدفع الإلكتروني، لضمان إتاحة الخدمات المالية الرقمية لأكبر شريحة من المجتمع، وتقديمها بجودة عالية، للوصول إلى تفعيل الشمول المالي الرقمي.

ويوصي الباحثون بإجراء المزيد من الدراسات حول هذا الموضوع، لمعرفة مدى قدرة القطاع المصرفي على تلبية رغبات عملائه في توفير خدمات مالية رقمية تتناسب مع التطورات الحاصلة في التكنولوجيا المالية، ودراسة مدى قدرة المصارف التجارية على التأثير في عملائها للاستمرار في استخدام طرق الدفع الإلكتروني المقدمة، ومقدرتها على استدراج عملاء جدد.

كما توصي الدراسة الباحثين بالتوسع في إجراء المقارنات بين الدول ذات الظروف الاقتصادية المتشابهة، لمعرفة التفاوت فيما بينها في عملية تبني تكنولوجيا الدفع عند دراسة طرق الدفع الإلكتروني ودورها في تعزيز الشمول المالي الرقمي.

الخاتمة:

بعد نهاية عرضنا لمشكلة الدراسة، والمتمثلة في معرفة العوامل التي تؤثر على نية عملاء القطاع المصرفي في تبني طرق الدفع الإلكتروني، وهي إشكالية جديرة بالدراسة، حاولنا تفصيل الأسباب التي أدت إلى نشوء تلك الإشكالية، كبدائية للوصول إلى الاستنتاجات، التي أشارت إلى وجود أثر لغالبية العوامل المؤثرة على تبني طرق الدفع. ومن ثم، تم وضع توصيات تُعبر عن وجهة النظر الخاصة، وفي مقدمتها توصية إدارة البنوك بإيلاء طرق الدفع الإلكتروني أهمية أكبر لزيادة جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في القطاع المصرفي الأردني.

المراجع:

- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329-340.
- Jaklič, J., Grublješić, T., & Popović, A. (2018). The role of compatibility in predicting business intelligence and analytics use intentions. *International Journal of Information Management*, 43, 305-318.
- Briggs, A., & Brooks, L. (2011). Electronic payment systems development in a developing country: The role of institutional arrangements. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 49(1), 1-16.
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2019). The influence of Business Intelligence capacity, network learning and innovativeness on startups performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 139-145.
- Zhao, C., Wu, Y., & Guo, J. (2022). Mobile payment and Chinese rural household consumption. *China Economic Review*, 71, 101719.
- Barhoom, F. (2018). Regional financial institutions: an evidence from the Arab world. *Köztes-Európa*, 10(1), 31-41.
- Tahtamouni, A. (2022). E-banking services and the satisfaction of customers in the Jordanian banks. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Dimitrova, I., Öhman, P., & Yazdanfar, D. (2022). Barriers to bank customers' intention to fully adopt digital payment methods. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(5), 16-36.

- Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. A., Alhyasat, K., & Ghazal, T. (2022). The effect of e-payment and online shopping on sales growth: Evidence from banking industry. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1369-1380.
- Al-Sabaawi, M. Y. M., Alshafer, A. A., & Alsalem, M. A. (2023). User trends of electronic payment systems adoption in developing countries: an empirical analysis. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(2), 246-270.
- Daud, I., Nurjannahe, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. E., ... & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of indonesian smes. *International Journal of Data and Network Science*, 6, 37-44.
- Surekha, M., Umesh, U., & Dhinakaran, D. P. (2022). A study on utilization and convenient of credit card. *Journal of Positive School Psychology*, 5635-5645.
- Venter, G., Peteri, A., Galcsik, M., Aganencei, M. A., & Sirbulescu, E. C. (2023). STUDY REGARDING THE EVOLUTION OF BANK CARDS'IN ROMANIA. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 24(3), 447.
- Murugun, D. (2023). Technology Adoption in Indian Banking Sectors–2023. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(2), 569-580.
- Senali, M. G., Iranmanesh, M., Ismail, F. N., Rahim, N. F. A., Khoshkam, M., & Mirzaei, M. (2023). Determinants of intention to use e-Wallet: Personal innovativeness and propensity to trust as moderators. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 39(12), 2361-2373.
- EHIEDU, V. C., ONUORAH, A. C. C., & Josephine Ofure, C. H. I. E. J. I. N. A. (2023). E-payment system (EPS) and efficiency of banks in Nigeria. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 5(1), 1-13.
- Sertkaya, I., & Kalkar, O. (2022). A Privacy Enhanced Transferable Electronic Checkbook Scheme. *Wireless Personal Communications*, 123(3), 2895-2921.
- Anouze, A. L. M., & Alamro, A. S. (2019). Factors affecting intention to use e-banking in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 86-112.
- Tew, H.-T., Tan, G. W.-H., Loh, X.-M., Lee, V.-H., Lim, W.-L., & Ooi, K.-B. (2022). Tapping the Next Purchase: Embracing the Wave of Mobile Payment. *Journal of Computer Information Systems*, 62(3), 527–535. <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1858731>

- Ramesh, V., Jaunky, V. C., Roopchand, R., & Oodit, H. S. (2020). 'Customer Satisfaction', Loyalty and 'Adoption' of E-Banking Technology in Mauritius. In *Embedded Systems and Artificial Intelligence* (pp. 861-873). Springer, Singapore
- Chaurasia, S. S., Verma, S., & Singh, V. (2019). Exploring the intention to use M-payment in India: Role of extrinsic motivation, intrinsic motivation and perceived demonetization regulation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 13(3/4), 276-305.
- Y., Gu, J., Wang, S., & Wang, J. (2019). Understanding consumers' willingness to use ride-sharing services: The roles of perceived value and perceived risk. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 105, 504-519
- Mukerjee, K. (2020), "Impact of self-service technologies in retail banking on cross-buying and word-of-mouth", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 48 No. 5, pp. 485-500. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2019-0261>, Download as .RIS
- Inegbedion, H., Inegbedion, E.E., Osifo, S.J., Eze, S.C., Ayeni, A. and Akintimehin, O. (2020), "Exposure to and usage of e-banking channels: Implications for bank customers' awareness and attitude to e-banking in Nigeria", *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 11 No. 2, pp. 133-148. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-02-2019-0024>
- Cho, Y.C. & Sagynov, E. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems*; 19(1): 21-3
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of marketing*, 58(3), 20-38
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of management review*, 23(3), 393-404.
- Mao, Z. E., Jones, M. F., Li, M., Wei, W., & Lyu, J. (2020). Sleeping in a stranger's home: A trust formation model for Airbnb. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 67-76
- Zucker, L. G. (1986). Production of trust: Institutional sources of economic structure, 1840–1920. *Research in organizational behavior*, 8(2), 53-111

- Guo, J., Lin, J., & Li, L. (2021). Building users' intention to participate in a sharing economy with institutional and calculative mechanisms: An empirical investigation of DiDi in China. *Information Technology for Development*, 27(4), 645-669.
- Shao, Z., Guo, Y., Li, X., & Barnes, S. (2020). Sources of influences on customers' trust in ride-sharing: why use experience matters? *Industrial Management & Data Systems*, 120(8), 1459-1482.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2016). Examining online consumers' initial trust building from an elaboration likelihood model perspective. *Information Systems Frontiers*, 18(2), 265-275.
- Wei MF, Luh YH, Huang YH, Chang YC (2021) Young generation's mobile payment adoption behavior: analysis based on an extended UTAUT model. *J Theor Appl Electron Commer Res* 16:618–637
- Baicu, C. G., Gârdan, I. P., Gârdan, D. A., & Epuran, G. (2020). The impact of COVID-19 on consumer behavior in retail banking. Evidence from Romania. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15(s1), 534-556.
- Nguyen, O. T. (2020). Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 303-310.
- Tiong, W. N. (2020). Factors influencing behavioural intention towards adoption of digital banking services in Malaysia. *International Journal of Asian Social Science*, 10(8), 450-457.
- Tay, L. Y., Tai, H. T., & Tan, G. S. (2022). Digital financial inclusion: A gateway to sustainable development. *Heliyon*.
- Alagheband, P. (2006). Adoption of electronic banking services by Iranian customers.
- Ramesh, V., Jaunky, V. C., Roopchand, R., & Oodit, H. S. (2020). 'Customer Satisfaction', Loyalty and 'Adoption' of E-Banking Technology in Mauritius. In *Embedded Systems and Artificial Intelligence* (pp. 861-873). Springer, Singapore.
- 2 Al-Ajam, A.S. and Md Nor, K. (2015), "Challenges of adoption of internet banking service in Yemen", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 No. 2, pp. 178-194. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2013-0001>

- Jariyapan, P., Mattayaphutorn, S., Gillani, S. N., & Shafique, O. (2022). Factors influencing the behavioural intention to use cryptocurrency in emerging economies during the COVID-19 pandemic: Based on technology acceptance model 3, perceived risk, and financial literacy. *Frontiers in Psychology*, 12, 814087.
- Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). The concept of security and trust in electronic payments. *Computers & Security*, 24(1), 10-15. (الامن المدرك)
- Kafley, G. S., & Chandrasekaran, M. (2021). A Study on Users' Adoption of Electronic Payment System in India. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(6), 2642-2649.
- Mukalayi, N. M., & Inglesi-Lotz, R. (2023). Digital financial inclusion and energy and environment: global positioning of sub-Saharan African countries. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 173, 113069.
- Wang, X., & He, G. (2020). Digital financial inclusion and farmers' vulnerability to poverty: Evidence from rural China. *Sustainability*, 12(4), 1668.
- Peng, P., & Mao, H. (2023). The effect of digital financial inclusion on relative poverty among urban households: a case study on China. *Social Indicators Research*, 165(2), 377-407.
- Kandpal, V., & Mehrotra, R. (2019). Financial inclusion: The role of fintech and digital financial services in India. *Indian Journal of Economics & Business*, 19(1), 85-93.
- Asif, M., Khan, M. N., Tiwari, S., Wani, S. K., & Alam, F. (2023). The impact of fintech and digital financial services on financial inclusion in india. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(2), 122.
- Telukdarie, A., & Mungar, A. (2023). The Impact of Digital Financial Technology on Accelerating Financial Inclusion in Developing Economies. *Procedia Computer Science*, 217, 670-678.
- Liu, P., Zhang, Y., & Zhou, S. (2023). Has digital financial inclusion narrowed the urban-rural income gap? A study of the spatial influence mechanism based on data from China. *Sustainability*, 15(4), 3548.
- Ozili, P. K. (2022). Digital financial inclusion. In *Big Data: A game changer for insurance industry* (pp. 229-238). Emerald Publishing Limited.

- Gallego-Losada, M. J., Montero-Navarro, A., García-Abajo, E., & Gallego-Losada, R. (2023). Digital financial inclusion. Visualizing the academic literature. *Research in International Business and Finance*, 64, 101862.
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100010.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.