

دراسة سوق حول اعتماد الخدمات المالية الرقمية

الشركة الأردنية لأنظمة الدفع والتقاص (جوباك)

كانون الأول 2021

3	نظرة عامة
4	العينة والمنهجية
5	الملخص
10	الخطوات المستقبلية
12	الفصل 1 - تصنيف المشاركين بالدراسة
17	الفصل 2 - الخدمات المالية الرقمية
20	2.1 - الخدمات البنكية الرقمية
34	2.2 - المحافظ الإلكترونية
41	2.3 - إي فواتيركم
43	الفصل 3 - تفضيلات الدفع الرقمي
46	الفصل 4 - التجارة الإلكترونية
50	الفصل 5 - أصحاب الأعمال الحرة والتجار
53	الفصل 6 - السلوك المالي
54	6.1 - الدخل
64	الفصل 7 - السلوكيات البنكية
66	7.1 - التعمق في فئة من لا يمتلكون حساباً بنكياً
69	7.2 - التعمق في فئة من يمتلكون حساباً بنكياً
73	7.3 - الخدمات المالية

قائمة المحتويات

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الرأي العام إزاء توظيف التكنولوجيا في تقديم الخدمات المالية اليومية بدلاً من استخدام الأساليب المعتادة، وذلك لقياس مستوى الوعي بمختلف الخدمات الرقمية التي تُقدّمها المؤسسات المالية حالياً، إلى جانب قياس الرغبة العامة في استخدام هذه التكنولوجيا مستقبلاً.

وسعيًا إلى تحقيق الهدف المنشود من هذه الدراسة، لا بُدَّ من بلورة فهم شامل للوضع الماليِّ الراهن للشريحة التي تملك حسابات مالية والشريحة التي لا تملك حسابات مالية، وفهم سلوكهم الماليِّ بشكلٍ عامٍ. حريٌّ بالذكر أنّ هذه الدراسة تُسلِّط الضوء على الفرص التي يُمكن من خلالها تجسير الفجوة بين أفراد المُجتمع المشمولين مالياً والأفراد غير المشمولين مالياً، فضلاً عن تحديد المُحفِّزات التي تشجع على الإقبال على الخدمات الرقمية مستقبلاً، والعقبات التي تقف عائقاً أمام ذلك.

العينة والمنهجية

كان نهجنا في جمع البيانات وأخذ العينات كما يلي:

1013 مقابلة شخصية
منهم 508 يمتلكون حساباً مالياً
و505 لا يمتلكون حساباً مالياً



مقابلات شخصية (وجهاً لوجه) بمساعدة
الكمبيوتر - CAPI



مدة المقابلة 30 دقيقة



عينة من الأردنيين وغير الأردنيين، أعمارهم 18 عاماً أو
أكثر



الملخص

يستطيع أفراد المجتمع الأردنيّ بالكاد تدبُّر أمور معيشتهم وتغطية نفقاتهم اليومية.

تظهر الفئات الضعيفة في المجتمع اعتمادًا ماليًا كبيرًا للغاية على غيرها

- يُعد غالبية سُكان الأردن من الشباب، حيث تُشكّل نسبة السُكان دون سن الثلاثين عامًا قُرابة (50%). وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن الأردن يواجه مُعدّلات بطالة مرتفعة؛ إذ يصل عدد العاطلين عن العمل حاليًا إلى 6 أفراد بين كل 10 أفراد، الأمر الذي يعني اعتماد أفراد هذه الفئة كثيرًا على المصروف الذي يحصلون عليه من غيرهم باعتباره مصدر دخل بالنسبة لهم، حيث تبلغ نسبة الأفراد الذي يحصلون على مصروف من غيرهم (31%) بينما بلغت نسبة الأفراد الذين ليس لديهم أيّ مصدر دخل (20%)، ما يجعلهم يعتمدون بشدّة على غيرهم عندما يتعلق الأمر بالحصول على المال، وغالبًا ما ينتشر ذلك بين الفئات العمريّة الأصغر والإناث. علاوةً على ذلك، يكون دخل هذه الفئة أو المصروف الذي تتقاضاه محدودًا نظرًا لأن الدخل الذي يكسبه (77%) من أفراد المجتمع لا يصل إلى (400) دينار أردنيّ شهريًا.
- عند الحديث عن طُرق الدفع التي يُفضّلها أفراد المجتمع الأردنيّ، فإن الغالبية العظمى ما زالت تعتمد على الدفع النقديّ، حيث شكّلت نسبة الدفع النقديّ من آخر عشر عمليات دفع تمّت مؤخرًا (88%). علاوةً على ذلك، لم يَكُن لجائحة كورونا تأثير كبير يُذكر على طرق الدفع التي يُفضلها أفراد المجتمع، حيث ما زال 4 من بين 5 أفراد يُفضّلون الدفع نقدًا في أحيان كثيرة.

يُشكّل الذكور الغالبية العظمى من فئات الأفراد الذين يملكون حسابات بنكية

- تنحصر الخدمات البنكية في الأردن غالبًا ضمن فئات مُحدّدة أبرزها الفئات العُمريّة الأساسيّة والذكور والموظفين نظرًا إلى قدرتهم عمومًا على استيفاء الحدّ الأدنى من المتطلبات الماليّة اللازمة لفتح حساب بنكيّ.
- وعلى هذا النحو، فقد تبيّن أن حسابات الرواتب تُعدّ أكثر أنواع الحسابات شيوعًا بين مالكي الحسابات البنكية (37%). علاوةً على ذلك، تنتشر البطاقات الائتمانية بشكلٍ كبيرٍ بين الأفراد الذين يملكون حسابات بنكيّة (91%)، بينما لا يتجاوز انتشار بطاقات الدفع المباشر بين هذه الفئة حازر (13%).
- يملك غالبية الأفراد حساباتهم البنكيّة منذ مُدّةٍ تزيد على 6 أعوام (45%)، وعندما سُئلوا عن الخيارات التي يُفضلونها على صعيد الخدمات البنكية، أبدى (77%) منهم تفضيلهم للخدمات الآليّة.

تُعدّ فئة الأفراد الذين لا يملكون حساباتٍ بنكيّةٍ مُثقلّةً بالأعباء الماليّة

- أدى افتقار بعض الفئات إلى مصدر دخل مُنتظم إلى حرمانها من الاشتراك في النظام الماليّ الرسميّ، حيث لا يستوفي (60%) من الأفراد الذين شملتهم العينة الحدّ الأدنى من المتطلبات الماليّة اللازمة لفتح حساب بنكيّ، وبالأخصّ النساء المُتزوجات من الفئات العُمريّة الأقلّ سنًا.
- ومع ذلك، يعتزم ثلث أفراد المجتمع الذين لا يملكون حسابات بنكيّة فتح حسابات لهم في غضون الأشهر الستة القادمة، حيث تزداد هذه الرغبة غالبًا بين أوساط الذكور من الفئات العُمريّة الأصغر سنًا.

تُعد فئة الشباب مُحَرِّجًا أساسيًا للإقبال على الخدمات البنكية الرقمية

- تُمثّل الخدمات البنكية المقدمة عبر الهواتف النقالة من أكثر الخدمات البنكية الرقمية التي يعرفها الأفراد، حيث أن أكثر من نصف أفراد المُجتمع على درايةٍ واطلاعٍ بهذه الخدمات، تليها الخدمات البنكية المزودة عبر الإنترنت (37%). على النقيض من ذلك، تقلّ معرفة الأفراد ودرابتهم بالخدمات المصرفية الرقمية المُستحدثة مؤخرًا، مثل: خدمة تحويل الأموال الفوريّ " كليك"، وطريقة الدفع الإلكترونيّة باستخدام رمز الاستجابة السريعة. إضافة إلى ذلك، فإن النظر في استخدام هذه الخدمات يعتبر التحدي الرئيسي حيث أنّ معدلات الاستبقاء ممن هم فقط على دراية بالخدمات (ولم يجربوها) منخفضة بشكل عام. فبمجرد أن يأخذ الأفراد استخدام هذه الخدمات بعين الاعتبار، سيسهّل ذلك تجربتها ومن ثم استخدامها بشكل منتظم، لأنّ معدلات الاستبقاء لمن قاموا بتجربتها أعلى وأفضل.
- في ضوء ما تقدّم، سيسهم رفع الوعي بالخدمات في زيادة التفكير في الاستفادة من هذه الخدمات وجذب عدد أكبر لتجربتها، ما يؤدي في نهاية المطاف إلى أن يصبح هؤلاء الأفراد المجرّبين للخدمات مُستخدمين دائمين لها. وعلى هذا النحو، صرّح هؤلاء الأفراد الذين قاموا بتجربة هذه الخدمات عن رغبتهم الكبيرة في الاستمرار في استخدامها مستقبلاً.
- في الغالب يُشكّل الأفراد من الفئات العُمرية الأصغر سنًا الفئة التي تُفكر في اللجوء إلى استخدام الخدمات البنكية الرقمية أو الفئة التي من المُرجّح أن يُباشر باستخدامها مستقبلاً. أمّا الغالبية، فيعتقد الأفراد الذين لا يفكرون في استخدام هذه الخدمات بتأثّر أنهم ليسوا بحاجةٍ إليها أساسًا. علاوةً على ذلك، تُعدّ الثقة بهذه الخدمات عاملًا آخر، إذ يعتقد أولئك الأفراد أن هذه الخدمات تفتقر إلى مستوى كافٍ من الأمان.
- ستلجأ الغالبية العُظمى، عند تجربة هذه الخدمات لمرّة واحدة، إلى استخدامها مُجددًا دون طلب المساعدة أو المشورة، وينطبق ذلك تحديداً على الفئات العُمرية الأساسية.
- وعليه، يُمكن القول إنّ معرفة الأفراد بالخدمات البنكية الرقمية الجديدة يعتمد اعتمادًا كبيرًا على التواصل بين البنك وعملائه، حيث علم معظم العملاء بوجود هذه الخدمات من خلال الإعلانات المباشرة الخاصة بهذه الخدمات، مثل: الرسائل النصية القصيرة ورسائل البريد الإلكترونيّ ومراكز الاتصال في المؤسسات الماليّة.

يشهد استخدام المحافظ الإلكترونية ازديادًا مُتّردًا

- يعلم عدد كبير من الأفراد بوجود خدمة المحفظة الإلكترونية على الهاتف النقال بنسبة تصل إلى قرابة (60%)، لا سيما الفئات العمرية الأصغر سنًا.
- يستخدم (14%) من أفراد المجتمع المحفظة الإلكترونية، لا سيما أن استخدامها ينتشر أكثر بين الذكور والفئات العمرية الأساسية، والأفراد الذين يعملون لحسابهم الخاص، والأفراد الذين يملكون حسابات بنكية. ويكمن السبب الرئيسي وراء استخدام المحفظة الإلكترونية على الهاتف النقال في تلقي المعونات المالية، وتأتي ثانيًا حاجة الأفراد إلى تحويل الأموال فيما بينهم.
- عمد أكثر من نصف مُستخدمي المحافظ الإلكترونية على الهواتف النقال إلى إنشائها منذ مُدّة تزيد على عام، ويملك (27%) من مُستخدمي هذه المحافظ بطاقات دفع مربوطة بمحافظهم الإلكترونية.
- يُبرر الاستخدام المُتكرّر للمحافظ الإلكترونية على الهواتف النقال انخفاض معدّلات استخدام البطاقات، حيث صرّح (47%) من الأفراد أنهم يستخدمون هذه المحافظ فقط لغايات السحب النقدي من خلال الوكلاء تحديدًا (59%). وعلى غرار ذلك، يُمثل الإيداع عبر وكلاء المحافظ الإلكترونية الخيار الأكثر شيوعًا لإيداع الأموال في المحفظة.
- يعتزم 3 من بين 10 أفراد إنشاء محافظ إلكترونية لهم على الهواتف النقال مستقبلاً، لا سيما الإناث والفئات العمرية الأقل سنًا والأفراد الذي يعملون حاليًا. علاوةً على ذلك، تتمثل الأسباب الكامنة وراء رغبة الأفراد في إنشاء محفظة إلكترونية على الهاتف النقال في الحاجة إلى إجراء تحويلاتٍ ماليةٍ رقميةٍ (44%).

الخطوات المستقبلية

تعريف الأفراد بالخدمات المالية الرقمية وزيادة وعيهم بها

ما زال مستوى وعي المجتمع ومعرفة أفرادهِ ودرايته بالخدمات الرقمية قليلًا بعض الشيء. ولمواجهة أولى العقبات في هذا الصدد، لا بُدَّ من تعريف أفراد المجتمع بهذه الخدمات بشكلٍ أكبر، وأفضل وسيلة يُمكن اتباعها للتعريف بهذه الخدمات هي أن تعتمد المؤسسات المالية ذات الصلة إلى نشر إعلانات عنها.

التعريف بالمزايا ومستوى الأمان الذي تنطوي عليها الخدمات الرقمية للتشجيع على تجربتها

يُكمن السبب الرئيسي في عدم التفكير باستخدام أي من الخدمات الرقمية في عدم الحاجة إليها. على الرغم من ذلك، تفضل نسبة تزيد على المعدل المتوسط طرق الدفع الرقمية في الحالات التي يجب فيها إتمام الدفع بوسائل رقمية (مثل: المدفوعات الحكومية) أو في الحالات التي تكون طرق الدفع الرقمية هذه مُتاحة على نطاقٍ واسعٍ، مثل: المدفوعات المرتبطة بخدمات الاتصالات. وعليه، يُسهم التعريف بالمزايا التي تنطوي عليها كل خدمة من هذه الخدمات والتعريف بمدى سهولة استخدامها وسرعتها في جذب عدد أكبر من الأفراد لاستخدامها.

سيؤدي فرض رسوم على استخدام خدمة تحويل الأموال الفوريّ "كليك" إلى تقليل عدد مُستخدميها إلى النصف

تُستخدم خدمة "تحويل الأموال الفوريّ" "كليك" أساسًا لتحويل الأموال بين الحسابات البنكية في مختلف البنوك، وتنفيذ المعاملات البسيطة، مثل: دفع الفواتير المشتركة. وحرى بالذكر في هذا السياق أن 52% من مستخدمي خدمة "كليك" قالوا إنهم سيتوقفون عن استخدامها إذا ما فُرضت رسوم عليها.

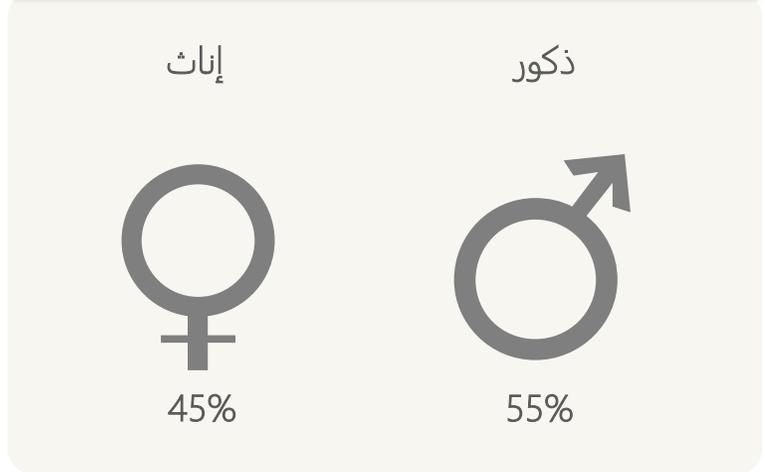
عقد شركات مع تجار التجزئة بشأن تقديم الخدمات المالية الرقمية

تشهد الخدمات المالية الرقمية معدل تفضيل أكبر من المتوسط في الأماكن التي تفرض الدفع باستخدام الوسائل الرقمية، أي عند دفع الفواتير مثلًا. وتجدر الإشارة إلى أن الإقبال على الخدمات المالية الرقمية ما زال منخفضًا في متاجر التجزئة، حيث سيسهم التعاون مع هذه المتاجر من خلال منحها بعض المزايا والحوافز لقاء ذلك في زيادة معدل الإقبال على هذه الخدمات بين أوساط أرباب الأعمال التجارية، ما يعمل بدوره على زيادة مُعدّل استخدام الخدمات المالية الرقمية.

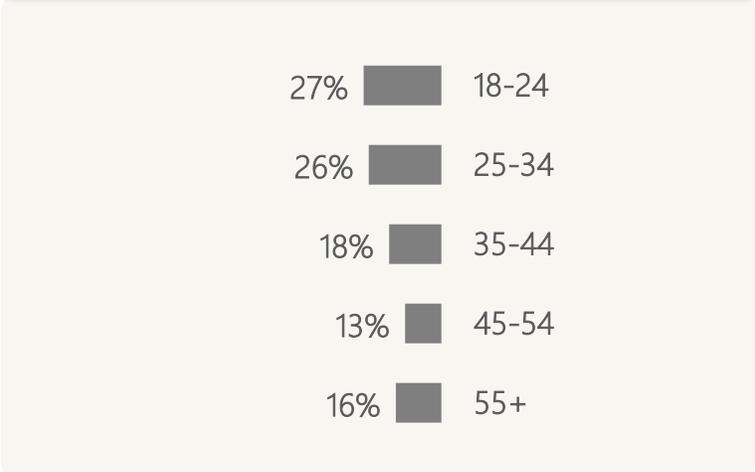
الفصل 1 تصنيف المشاركين في الدراسة

الديموغرافيا

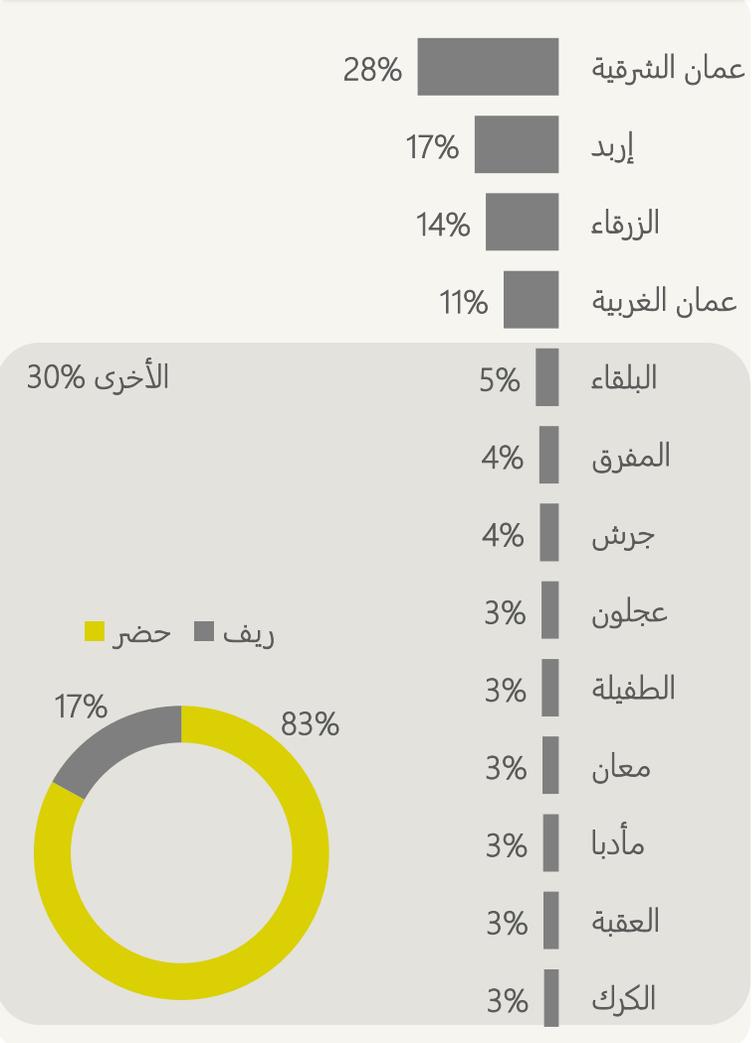
الجنس



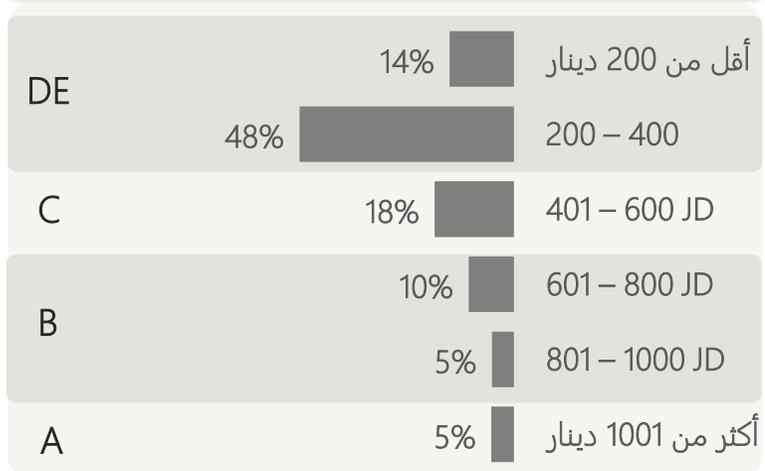
العمر



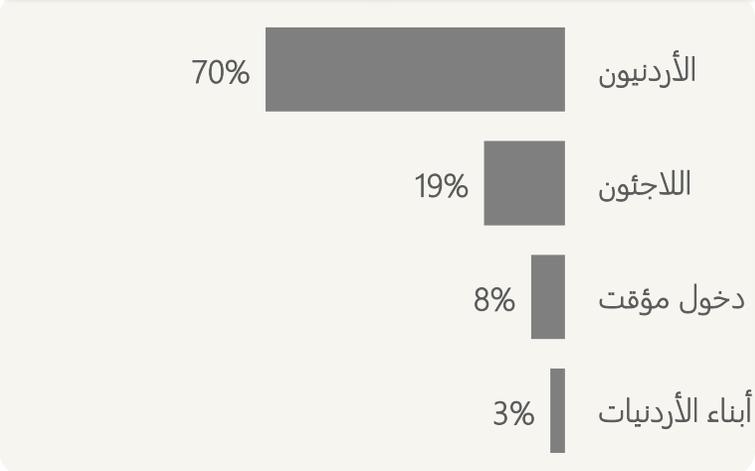
المدينة



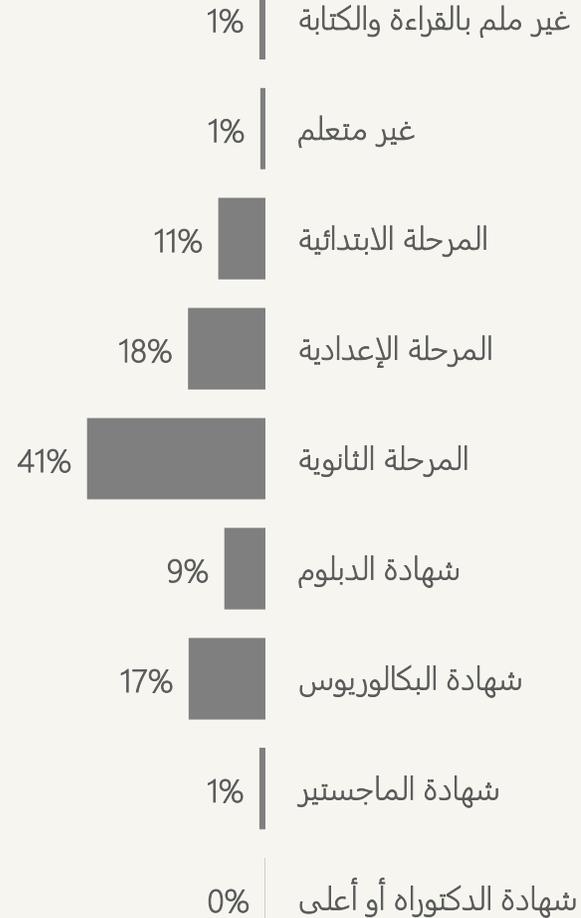
دخل الأسرة الشهري



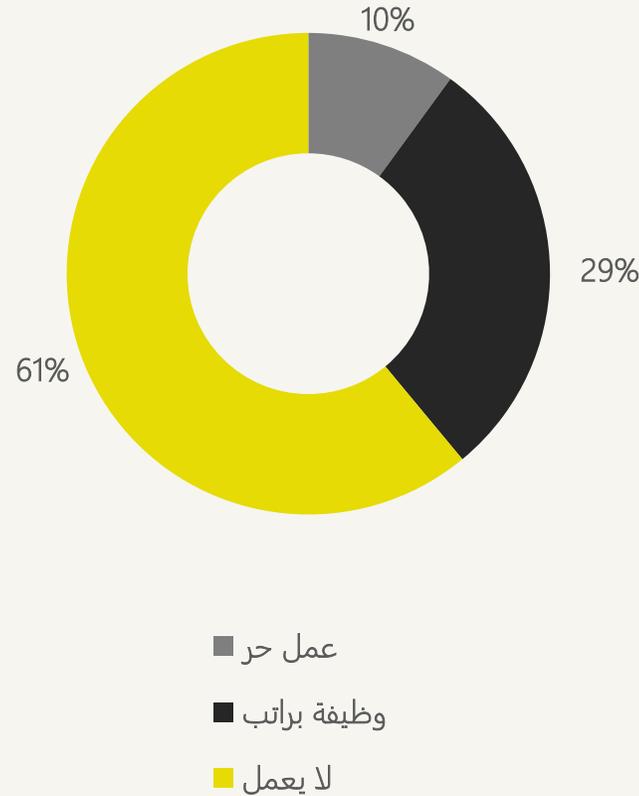
الجنسية كوتا



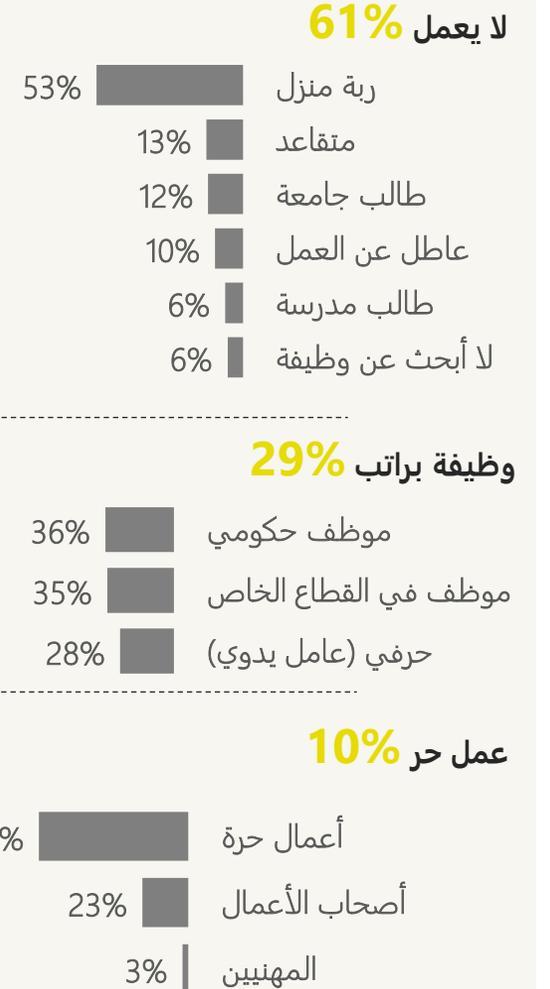
المستوى التعليمي



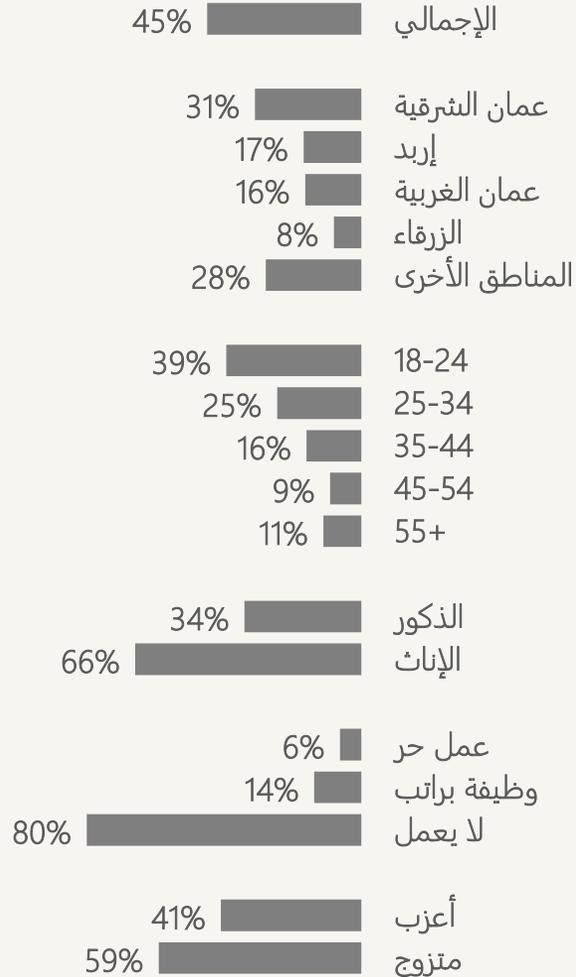
الحالة الوظيفية



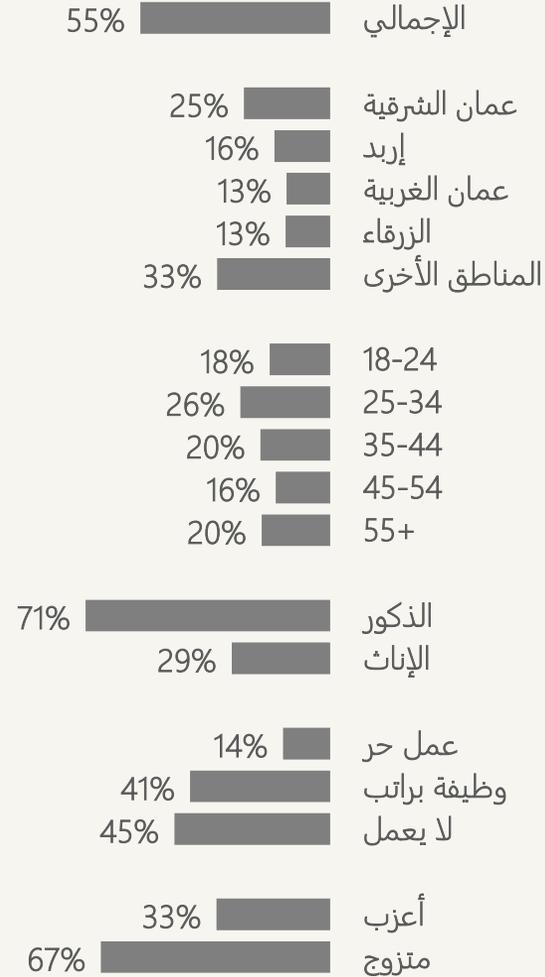
المهنة



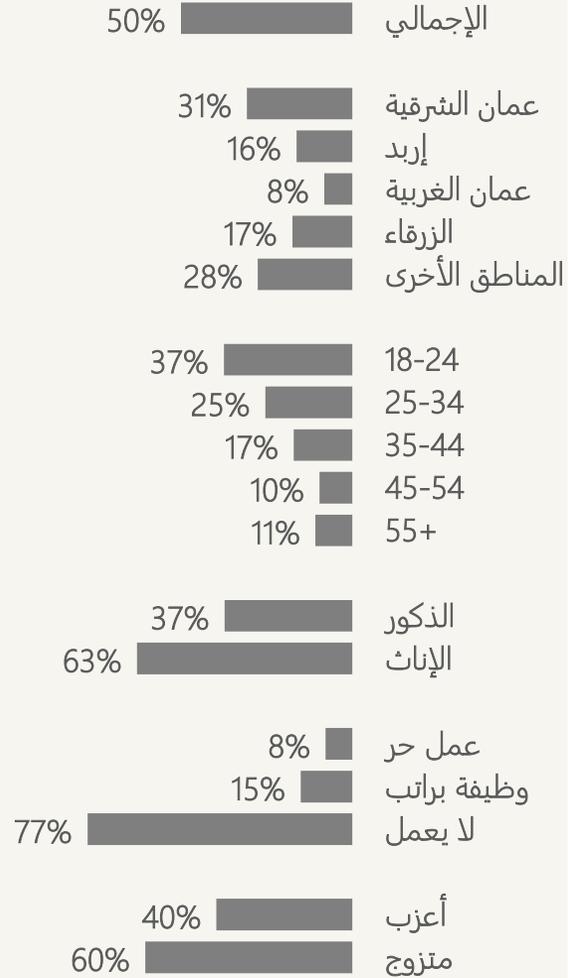
غير المشمولين مالياً* كوتا



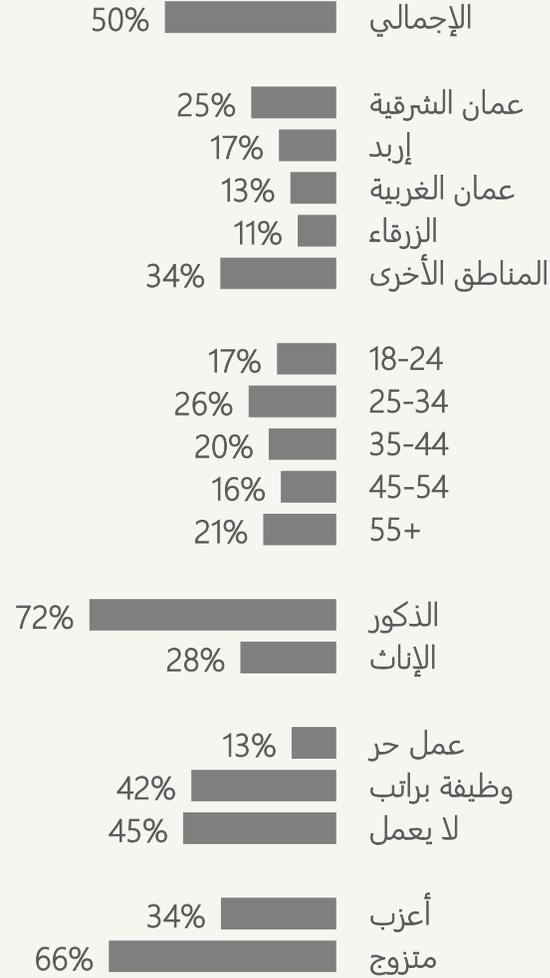
المشمولون مالياً* كوتا



من لا يملكون حسابات بنكية كوتا



مالكو الحسابات البنكية كوتا





الفصل 2 الخدمات المالية الرقمية

95%

يستخدمون الإنترنت
بشكل يومي

*من بين مستخدمي الإنترنت

96%

يستخدمون الإنترنت

61%

يعتقدون أنّ الإنترنت
وسيلة رائعة لشراء
المنتجات

86%

يعتقدون أنّ الإنترنت
وسيلة جيّدة للتعرف
على الأشياء الجديدة

51%

قد يشعرون بأنهم
معزولون عمّا حولهم
بدون وجود الإنترنت

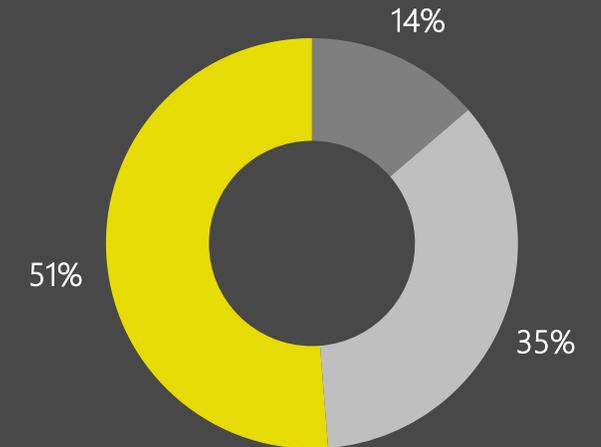
70%

يستخدمون الإنترنت
كمصدرًا رئيسيًا للترفيه

س. يرجى الاختيار من بين العبارات التالية ما ينطبق عليك بشكل أكبر.

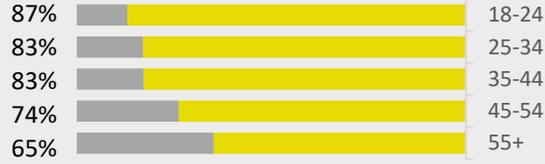
سلوكيات استخدام الإنترنت

■ كلاهما معا ■ حزم إنترنت الهاتف المحمول ■ إنترنت منزلي



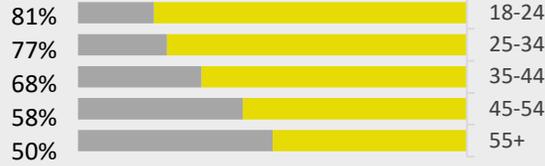
س. ما تكرار استخدامك للإنترنت (من أي مكان) ومن خلال أي وسيلة (إنترنت لاسلكي، إنترنت متنقل،...)?

س. أي من الوسائل التالية تستخدم للدخول للإنترنت؟



80%

يعد الإنترنت وسيلة رائعة لجمع المعلومات حول المنتجات / الخدمات التي أفكر في شرائها



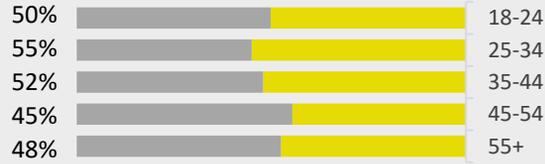
70%

يعد الإنترنت مصدرًا رئيسيًا للترفيه بالنسبة لي



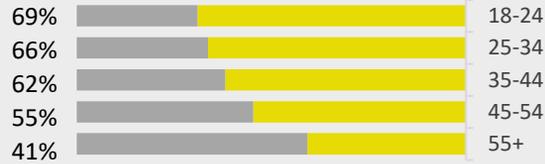
86%

لقد اكتسبت من خلال الإنترنت معرفة أمور ربما لم أكن لأتعلمها بخلاف ذلك



51%

قد أشعر بأنني معزول عما حولي بدون وجود الإنترنت



61%

يعد الإنترنت في الحقيقة وسيلة رائعة لشراء المنتجات

سلوكيات استخدام الإنترنت

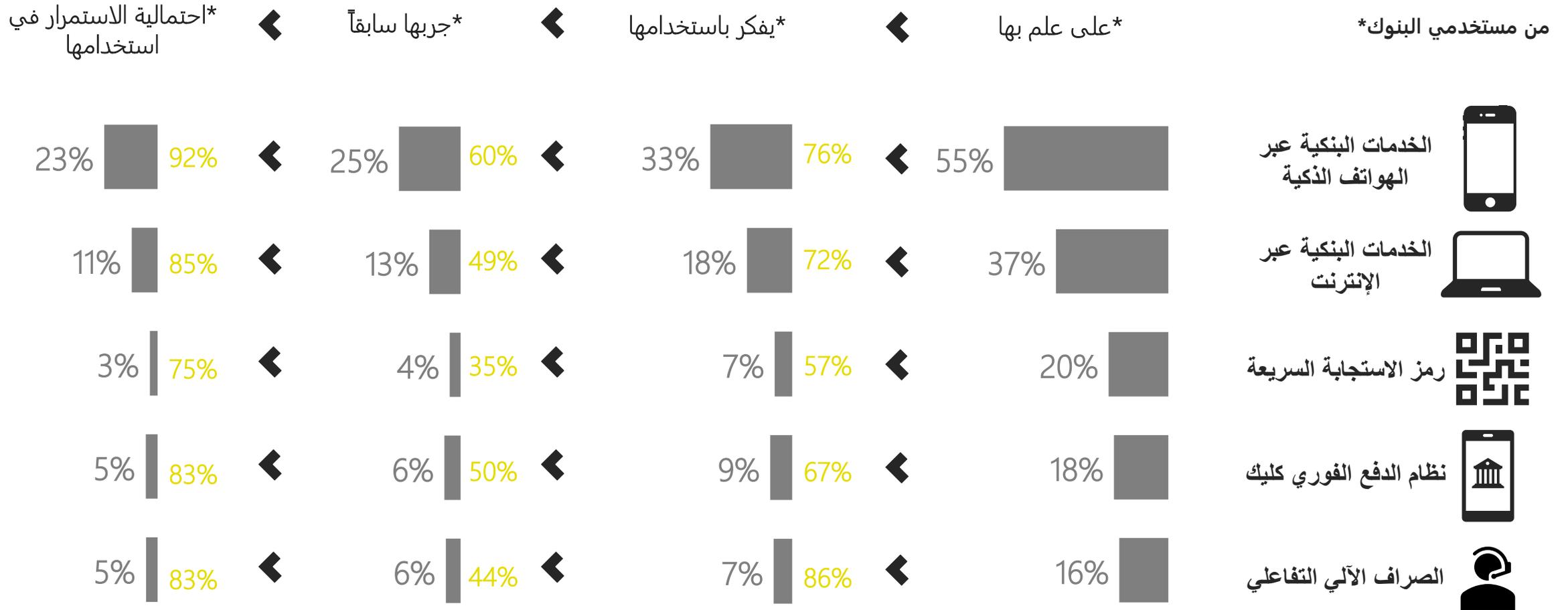


الفصل 2.1

الخدمات البنكية الرقمية

ممن يمتلكون حساباً بنكياً (عدد = 508)

تبيّن أن الأردنيين على معرفةٍ ودرايةٍ أكثر بالخدمات البنكية المزودة عبر الهواتف النقالة مقارنةً ببقية الخدمات الأخرى، يتبدّ أنّ التحديّ الأساسيّ المائل أمام مُقدمي هذه الخدمات يكمن في جذب الأفراد وتشجيعهم على تجربتها. وهنا يُمكن زيادة معدل الاحتفاظ بمُستخدمي هذه الخدمات فقط عندما يعمد العملاء إلى تجربتها لأول مرةٍ مما يزيد من فرص تكرار استخدامها مستقبلاً.



*يشير الرمز ◀ إلى نسبة التحويل

س. أي من الخدمات المالية الرقمية المصرفية التالية التي تعرفها؟
 س. هل سبق لك أن فكرت باستخدام أي من هذه الخدمات؟
 س. هل سبق لك استخدام أي من هذه الخدمات؟
 س. ما مدى احتمالية استمرارك في استخدام هذه الخدمات المالية الرقمية المصرفية؟

نظرًا لأن الفئات العمرية الأصغر سنًا تميل أكثر إلى توظيف التكنولوجيا في نمط حياتها اليومي، ترتفع نسبة معرفة هذه الفئة بالخدمات الجديدة بمستوى يفوق المتوسط العام، لا سيما فيما يتعلق بالخدمات المُستحدثة مؤخرًا، مثل: طريقة الدفع الإلكتروني باستخدام رمز الاستجابة السريعة وخدمة تحويل الأموال الفوري "كليك"

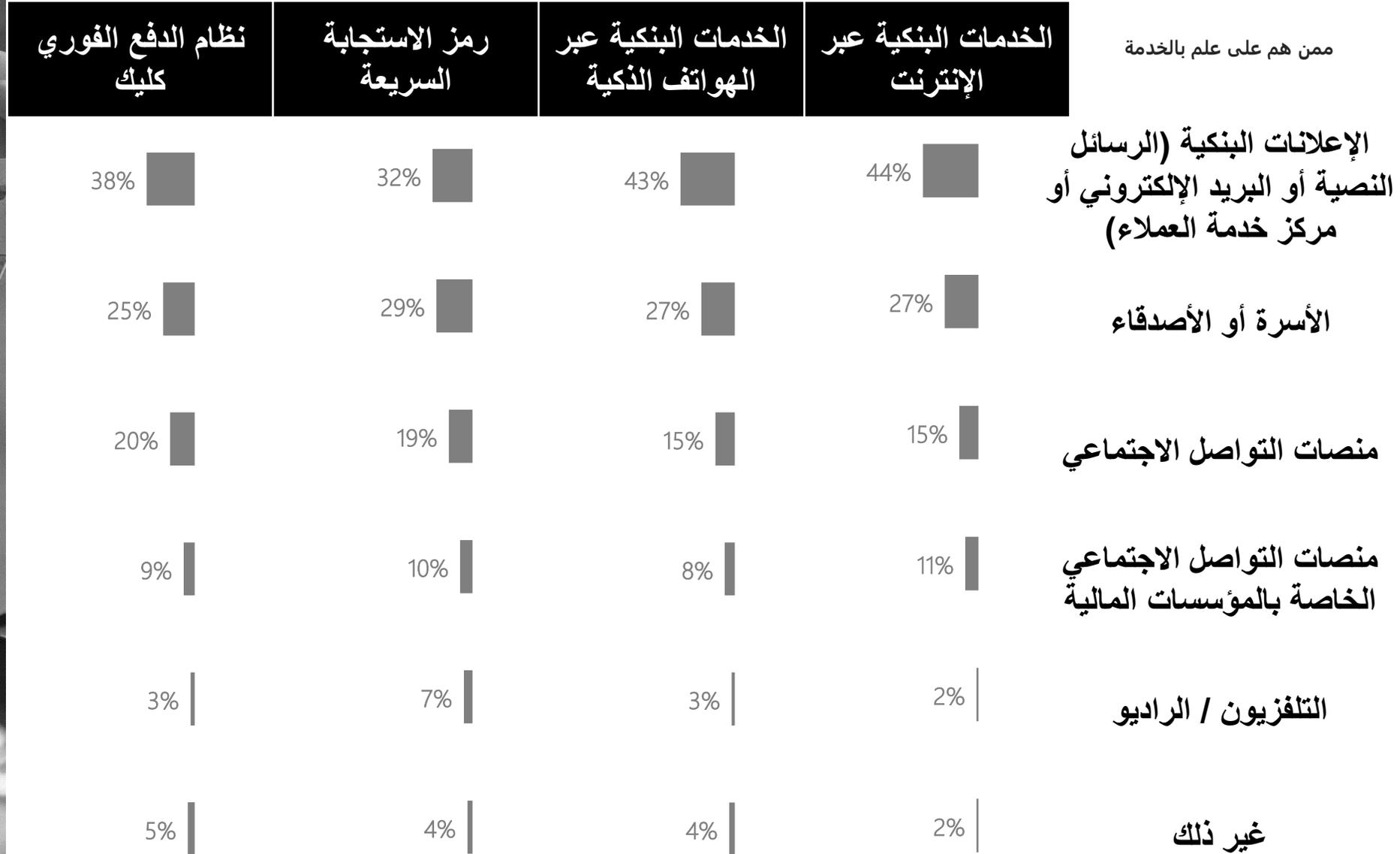
حسب الخصائص الديموغرافية

الصراف الآلي التفاعلي	نظام الدفع الفوري كليك	رمز الاستجابة السريعة	الخدمات البنكية عبر الإنترنت	الخدمات البنكية عبر الهواتف الذكية	الإجمالي
16%	18%	20%	37%	55%	
18%	20%	22%	38%	57%	الأردنيون
13%	15%	15%	37%	50%	غير الأردنيين
19%	23%	27%	44%	76%	18-24
18%	20%	23%	44%	60%	25-34
17%	23%	28%	37%	56%	35-44
10%	17%	16%	37%	50%	45-54
16%	8%	6%	25%	33%	55+
18%	19%	22%	40%	58%	الذكور
13%	15%	14%	32%	46%	الإناث
23%	26%	30%	44%	71%	عمل حر
16%	20%	25%	42%	60%	وظيفة براتب
15%	14%	12%	31%	45%	لا يعمل
22%	22%	26%	43%	64%	أعزب
14%	16%	17%	34%	50%	متزوج

س. هل سبق لك استخدام أي من هذه الخدمات الرقمية المصرفية؟

الوعي بالخدمات الماليّة الرقميّة عن طريق الإعلانات المباشرة

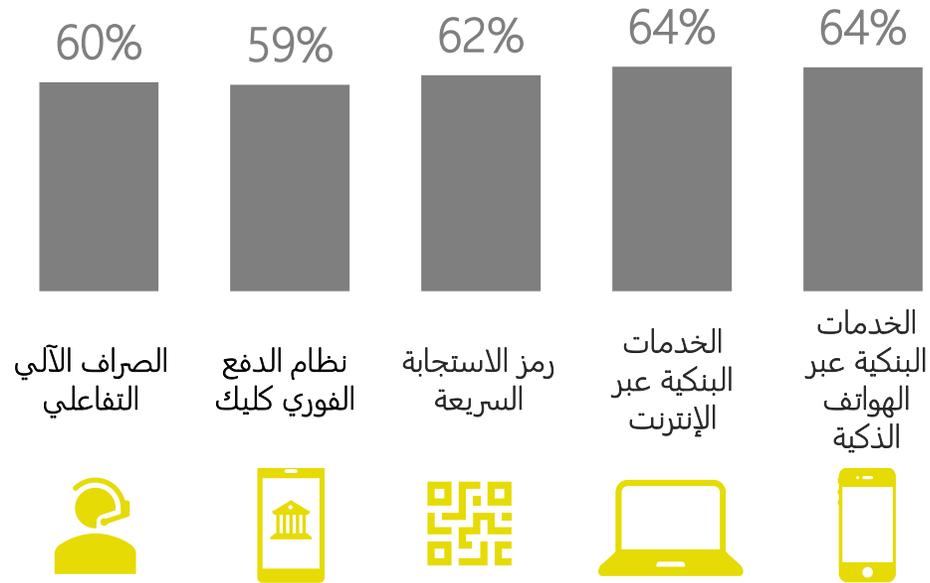
يُعدّ تواصل البنك مع عملائه أمرًا أساسيًا لتعريفهم بالخدمات والميزات الجديدة المتّاحة، في حين يأتي الترويج لهذه الخدمات من قبل المستخدمين في المرتبة الثانية، لتحل وسائل التواصل الاجتماعيّ المرتبة الثالثة.



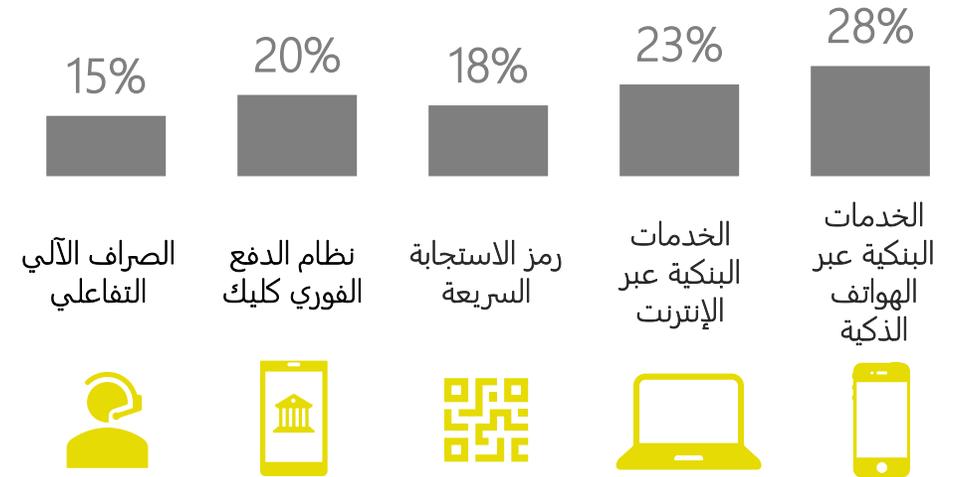
س. كيف عرفت عن أي من الخدمات المالية الرقمية؟

نظرًا لأن التكنولوجيا أصبحت جزءًا من كل تفاصيل حياة، فليس بأمير غريب أن يزداد التفكير في استخدام الخدمات المالية الرقمية في المستقبل بوتيرة أعلى مما كان عليه في الماضي، حيث يُعد ذلك مؤشرًا جيدًا يُنبئ بأن الأفراد قد أصبحوا أكثر اقتناعًا من أي وقت مضى باستخدام طرق الدفع الرقمية.

احتمالية استخدامها في المستقبل (ممن هم على علم بها لكن لا يستخدمونها حالياً)



فكر باستخدامها (ممن هم على علم بها لكن لا يستخدمونها حالياً)



يرغب أكثر من نصف عدد الأفراد الذين لا يستخدمون الخدمات المالية الرقمية في تجربتها

يفكر فرد واحد من بين ثلاثة أفراد لا يستخدمون الحلول المصرفية الرقمية في تجربة أي نوع من هذه الحلول.

أخذ استخدام الخدمات الماليّة الرقميّة بعين الاعتبار

نظرًا لارتفاع مستويات الوعي بين الفئات العمرية الأصغر سنًا، ازداد عدد الإناث من الفئات العمرية الوسطى والفئات العمرية الأكبر سنًا اللاتي يُفكرن في استخدام العديد من الخدمات البنكية الرقمية، لا سيما الدفع الإلكترونيّ باستخدام رمز الاستجابة السريعة وخدمة " كليك ".

حسب الخصائص الديموغرافية

ممن هم على علم بالخدمة

الصراف الآلي التفاعلي	نظام الدفع الفوري كليك	رمز الاستجابة السريعة	الخدمات البنكية عبر الإنترنت	الخدمات البنكية عبر الهواتف الذكية	الإجمالي
15%	20%	18%	23%	28%	
18%	27%	21%	25%	31%	الأردنيون
7%	-	10%	19%	20%	غير الأردنيين
8%	8%	17%	17%	20%	18-24
11%	35%	19%	26%	31%	25-34
-	20%	23%	20%	29%	35-44
-	-	-	26%	33%	45-54
42%	50%	40%	24%	26%	55+
14%	16%	15%	22%	28%	الذكور
18%	31%	28%	25%	25%	الإناث
10%	20%	6%	18%	33%	عمل حر
18%	17%	22%	28%	24%	وظيفة براتب
14%	25%	18%	19%	29%	لا يعمل
13%	24%	15%	22%	28%	أعزب
17%	18%	20%	24%	28%	متزوج

كما دُكرَ أنّ، تعتمد احتمالية الإقبال على الخدمات الماليّة الرقميّة مستقبلاً على التعريف بالمزايا التي تنطوي عليها، لا سيما سرعة هذه الخدمات ومستوى الأمان والموثوقية الذي تنطوي عليها. وحرّيّ بالذكر هنا أنّ الأجيال الشابّة تميل أكثر إلى التفكير في استخدام خدمة "كليك" وطريقة الدفع الإلكترونيّة باستخدام رمز الاستجابة السريعة، في حين تميل الفئات العُمريّة الأكبر سنّاً إلى استخدام أجهزة الصراف الآلي التفاعليّة لتلبية احتياجاتها المصرفيّة المعتادة.

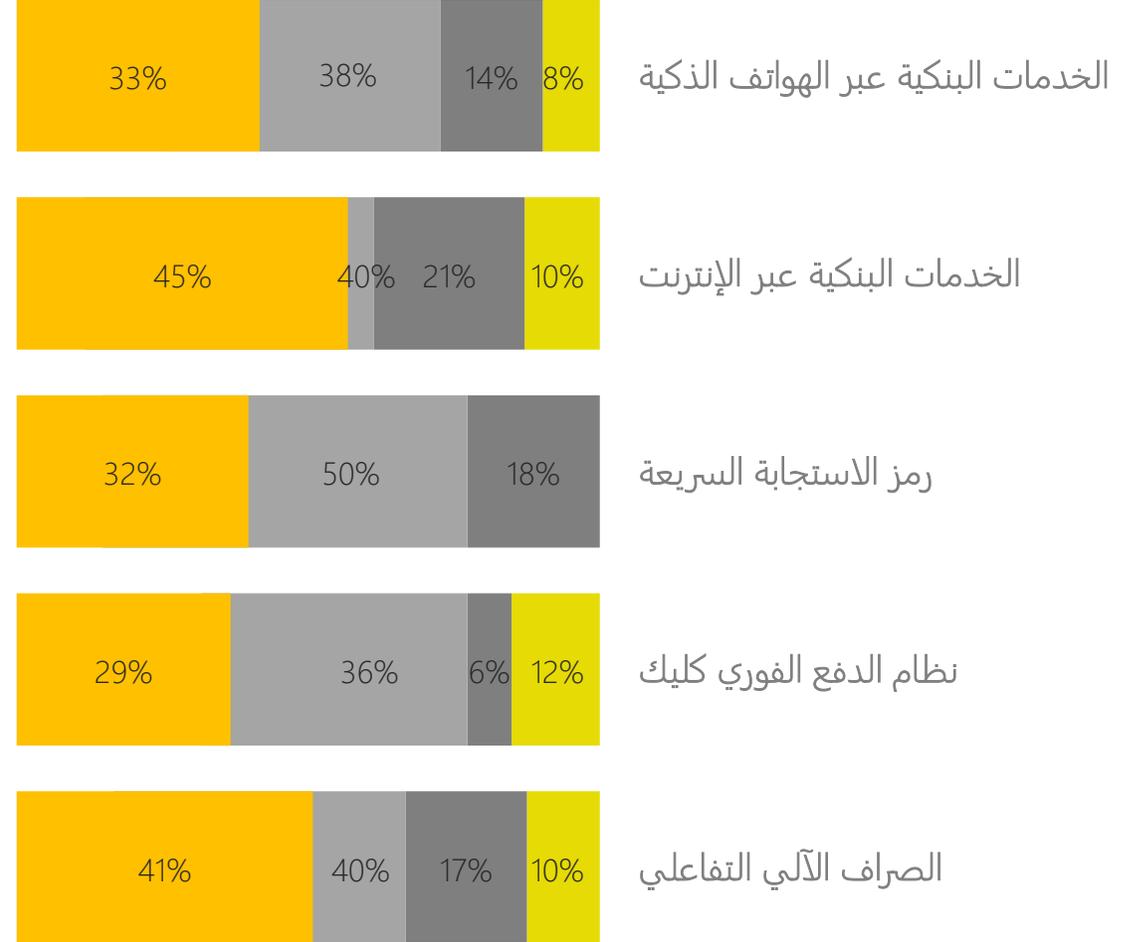
حسب الخصائص الديموغرافية

ممن هم على علم بالخدمة

الصراف الآلي التفاعلي	نظام الدفع الفوري كليك	رمز الاستجابة السريعة	الخدمات البنكية عبر الإنترنت	الخدمات البنكية عبر الهواتف الذكية	الإجمالي
60%	59%	62%	64%	64%	
55%	61%	57%	63%	63%	الأردنيون
73%	53%	76%	67%	68%	غير الأردنيين
67%	75%	83%	70%	80%	18-24
61%	71%	67%	69%	62%	25-34
40%	40%	59%	50%	68%	35-44
100%	45%	31%	65%	50%	45-54
67%	75%	60%	62%	57%	55+
60%	58%	61%	60%	64%	الذكور
64%	63%	67%	78%	67%	الإناث
30%	40%	63%	59%	67%	عمل حر
64%	55%	63%	61%	61%	وظيفة براتب
71%	75%	59%	69%	67%	لا يعمل
71%	76%	64%	63%	71%	أعزب
52%	47%	61%	65%	61%	متزوج

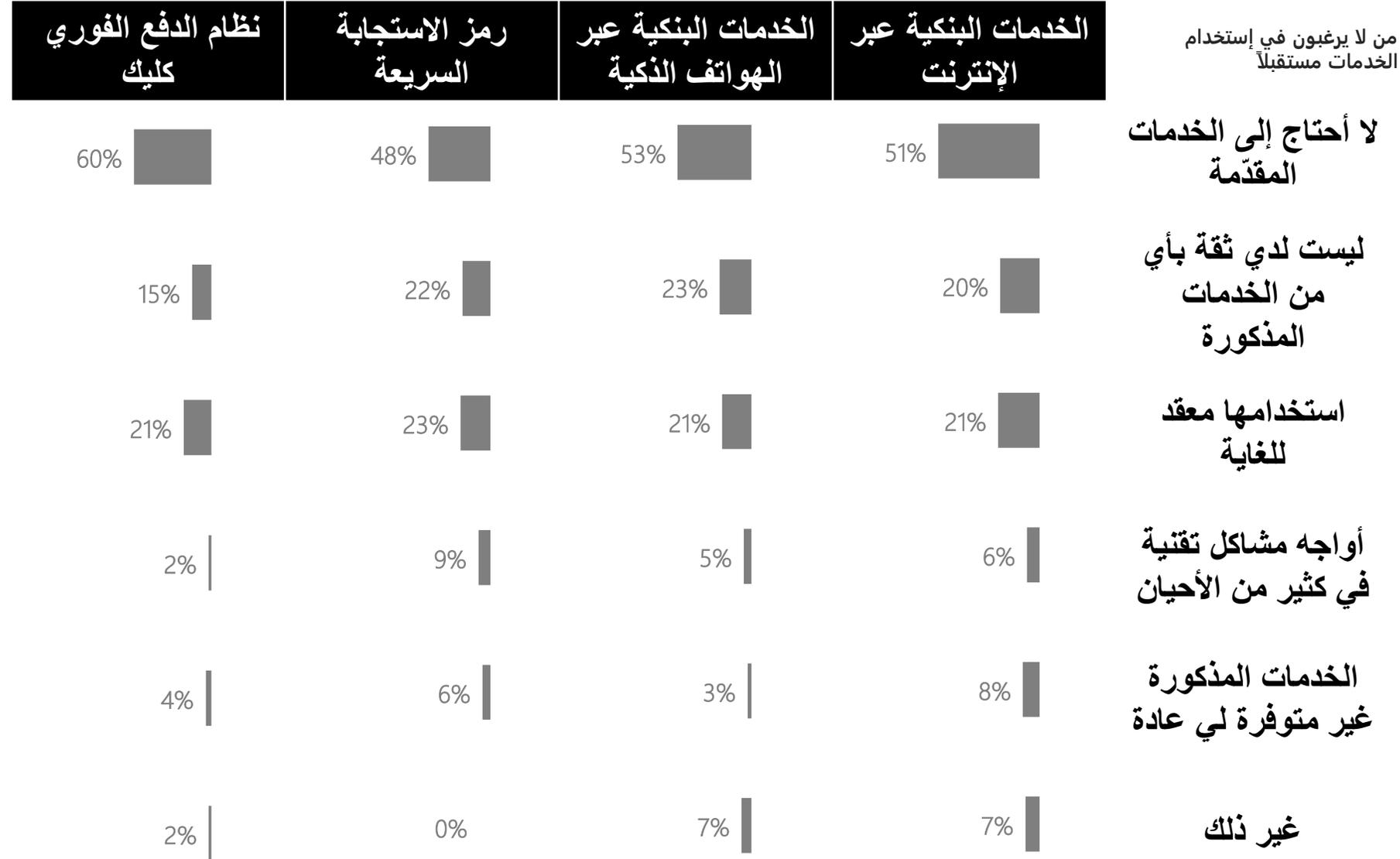
يلجأ معظم المُستخدمين إلى استخدام الخدمات البنكية الرقمية مرةً واحدةً في الشهر أو ربما أقل في أحيان كثيرة، بيد أن خدمة تحويل الأموال الفوريّ "كليك" من أكثر الخدمات المُستخدمة يوميًا.

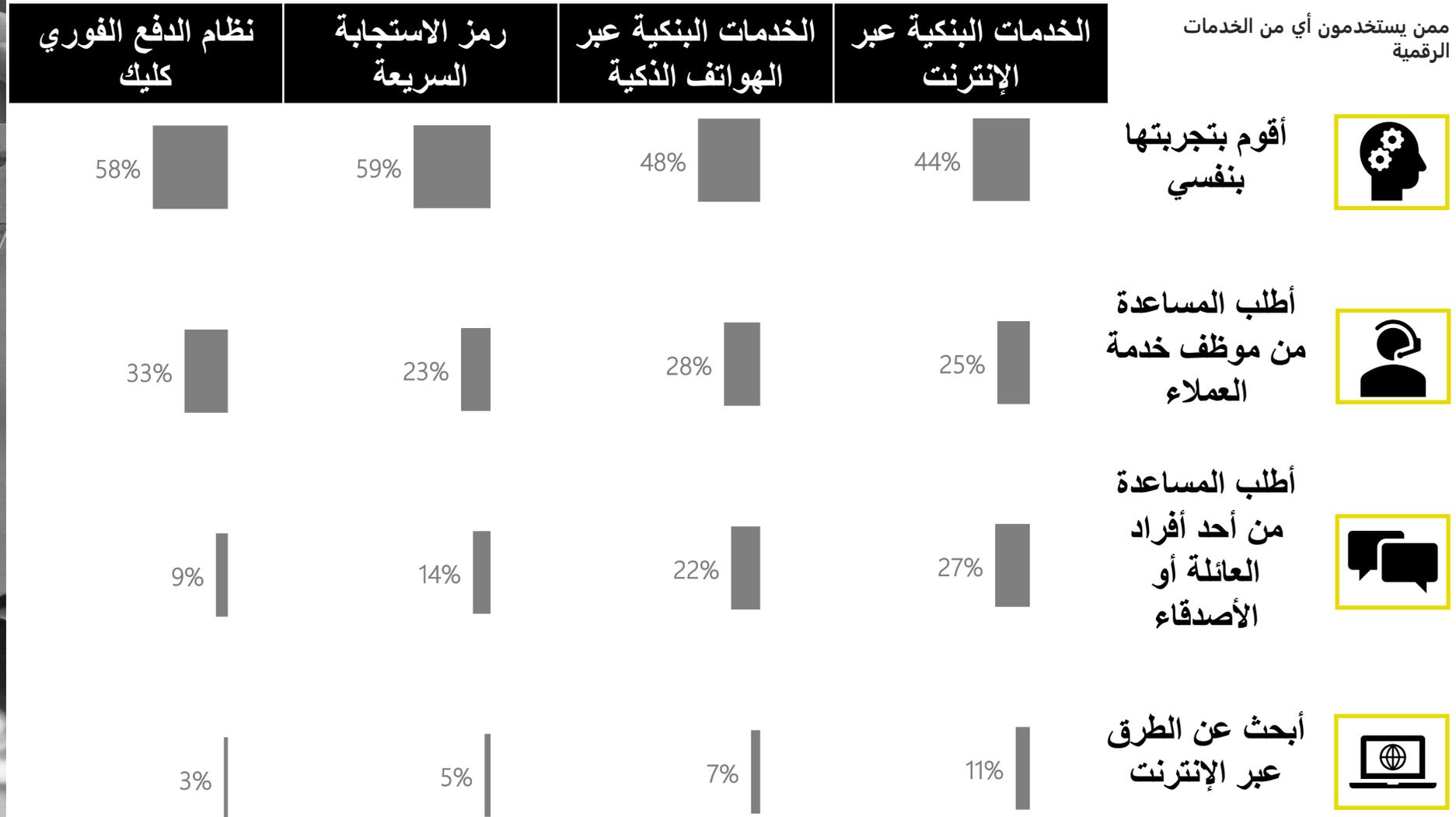
■ يوميًا ■ أسبوعيًا ■ شهريًا ■ أقل من ذلك



أسباب عدم الرغبة في استخدام الخدمات البنكية الرقمية مستقبلاً

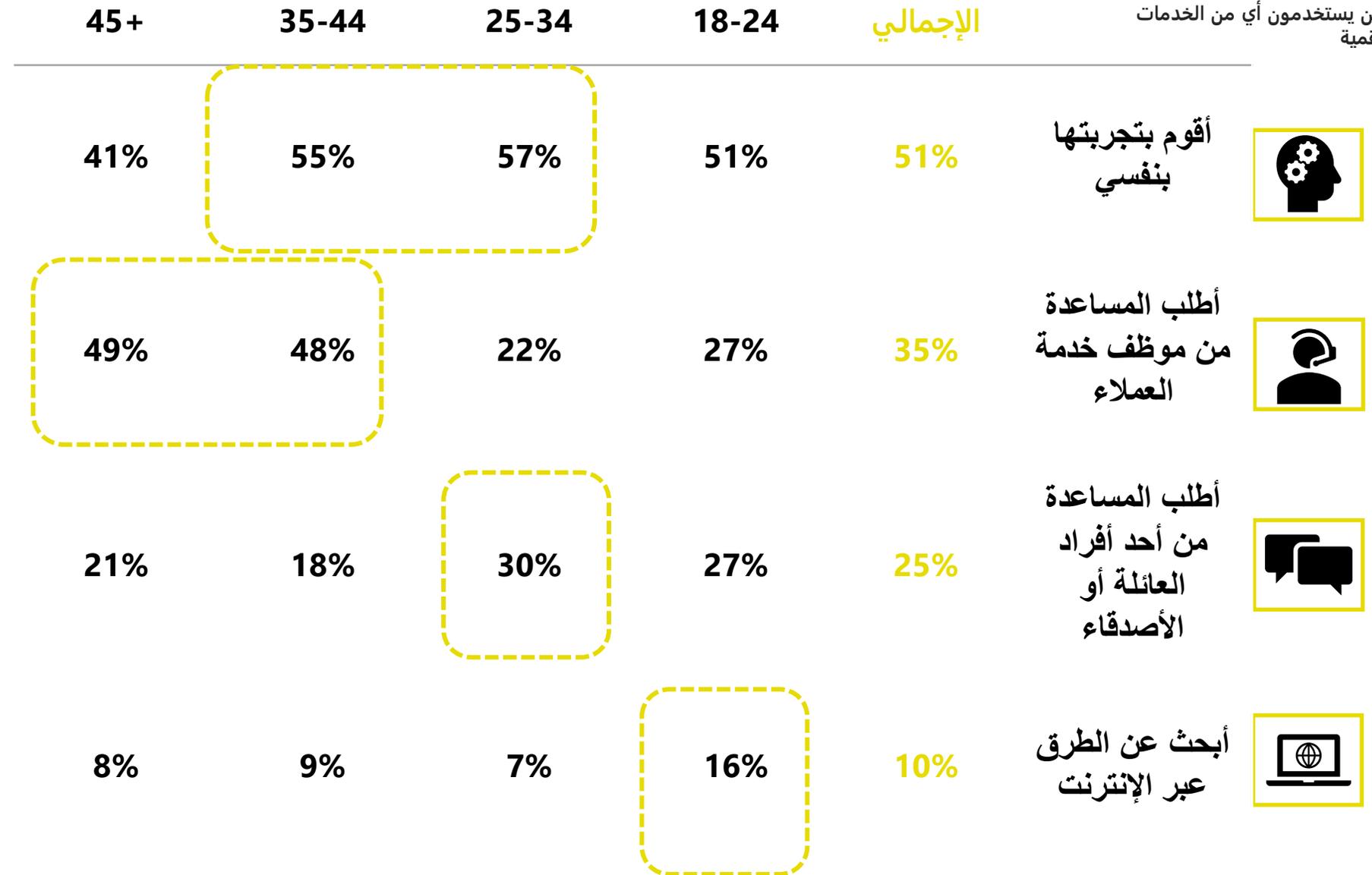
بصفةٍ عامّةٍ، يُمكن القول إنّ الأفراد الذين لم يفكروا يوماً في استخدام الخدمات أنفة الذكر يعتقدون بأنهم ليسوا بحاجة لها مُطلقاً. كما أن السبب الثاني الذي لا يدفع هذه الفئة إلى التفكير في استخدام هذه الخدمات يتمثل في انعدام الثقة فيها نظراً لأنهم يعتقدون أنها غير آمنة.





ثمة احتمال كبير أن يباشر الأفراد باستخدام الخدمات المالية البنكية دون طلب المساعدة. يتمثل عامل النجاح الرئيسي في توفير تطبيق سهل الاستخدام وخالي من الأعطال لتبني هذه الخدمات والمواظبة على استخدامها.

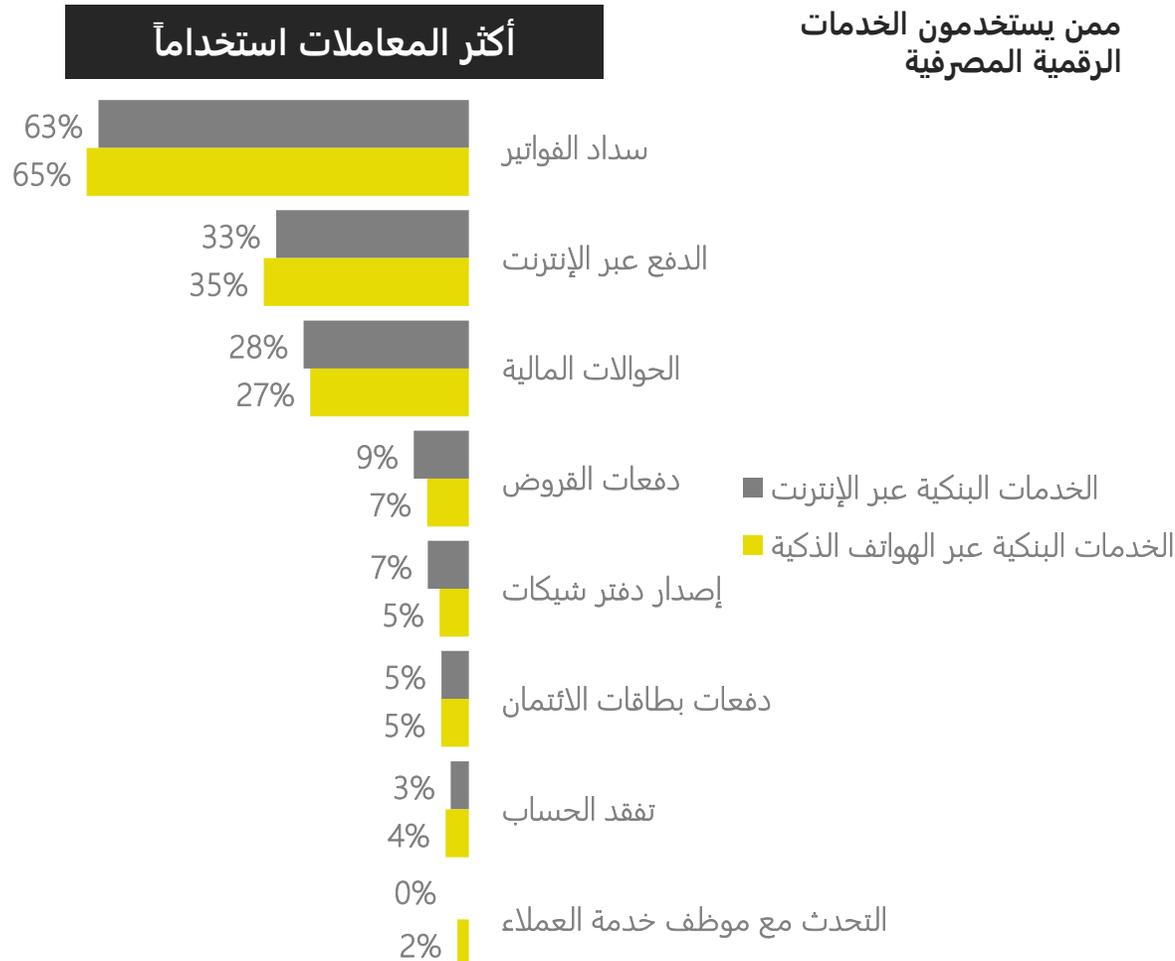
ممن يستخدمون أي من الخدمات الرقمية



تجدد الإشارة إلى أن غالبية المُستخدمين قد جربوا هذه الخدمات بأنفسهم للمرة الأولى، إلا أن الفئات العُمريّة الأساسية تميل أكثر من غيرها إلى تجربة هذه الخدمات بنفسها، في حين تلجأ الفئات العُمريّة الأصغر سنًا إلى البحث عن إجابات عبر شبكة الإنترنت أكثر من المُتوسّط. أمّا بالنسبة للفئات العُمريّة الأكبر سنًا، فإنها تعتمد بشكلٍ كبيرٍ على الاستعانة بخدمة العملاء في تجربة هذه الخدمات.

الخدمات البنكية عبر الهواتف الذكية سهلة الإستخدام والخدمات البنكية عبر الإنترنت أكثر أماناً

لا بُدَّ من التنويه هنا إلى أنّ نشاط المُستخدمين يزداد على مستوى الخدمات البنكية المزودة عبر الهواتف النقالة عندما يتعلق الأمر بتنفيذ الأنشطة البنكية المُعتادة، مثل: معرفة الرصيد المُتاح ودفْع الفواتير، نظرًا لسهولة استخدامها. ومن ناحيةٍ أخرى، فقد لوجِظَ تنفيذ المعاملات البنكية الأخرى الأصعب بعض الشيء، مثل: تحويل الأموال، باستخدام قنوات الخدمات البنكية المزودة عبر الإنترنت نظرًا لأنها تمنح المُستخدمين إحساسًا أكبر بالأمان والثقة.



نسبة الرضا عن الخدمات البنكية الرقمية

(بناءً على أعلى خيارين)

الخدمات البنكية عبر الإنترنت



55%

خدمة كليك



55%

راضون عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية المصرفية

الخدمات البنكية عبر الهواتف الذكية



64%

*رمز الاستجابة السريعة



54%

س. ما مدى رضاك عن كل من الخدمات التالية؟

س. أي من المعاملات المذكورة أدناه قد أجريتها باستخدام أي من هذه الخدمات المالية الرقمية؟

نسبة رضا مرتفعة عن الخدمات البنكية الرقمية

يُعد توفير واجهة سهلة الاستخدام لأي تطبيق للخدمات البنكية أمرًا مهمًا لتحقيق رضا المستخدمين عن الخدمات المُقدّمة والمواظبة على استخدامها. وبصفةٍ عامّةٍ، فقد أعرب الأفراد الذي عمدوا إلى استخدام الخدمات البنكية الرقمية عن رضاهم عن تجربة استخدام مختلف التطبيقات عمومًا.

ممن يستخدمون الخدمات الرقمية
البنكية



الرضا عن الخدمة

■ راضٍ
■ لا راضٍ ولا غير راضٍ
■ غير راضٍ

* عينة صغيرة

نسبة الرضا عن الخدمات
البنكية الرقمية

(بناءً على أعلى خيارين)

الخدمات البنكية
عبر الإنترنت



81%

خدمة كليك



82%

لم يواجهوا أية مشاكل أثناء استخدام
الخدمات البنكية الرقمية

الخدمات البنكية
عبر الهواتف الذكية



85%

* رمز الاستجابة السريعة



77%

س. ما مدى رضاك عن كل من الخدمات التالية؟
س. أي من المعاملات المذكورة أدناه قد أجريتها باستخدام أي من هذه الخدمات
المالية الرقمية؟

محلات الصرافة هي الوسيلة الأكثر شيوعاً لتحويل الأموال

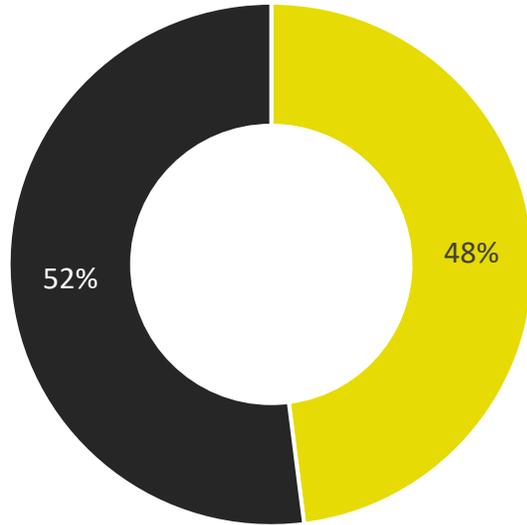
تُعد مكاتب الصرافة الطريقة الأساسية لتنفيذ الحوالات الماليّة الدوليّة بالنسبة للأفراد الذين يملكون حسابات بنكيّة وأولئك الذين لا يملكون حسابات بنكيّة على حدٍ سواء. وبصرف النظر عن اللجوء إلى مكاتب الصرافة لتنفيذ الحوالات الماليّة المحليّة، فقد شهدت طرق التحويل الرقمي للأموال استخدامًا مُتزايدًا؛ إذ يعتمد الأفراد الذين يملكون حسابات بنكيّة إلى استخدام الخدمات المتاحة على التطبيقات البنكيّة على الهواتف النقالة/ الخدمات المتاحة عبر الإنترنت لتحويل الأموال، بينما بدأ الأفراد الذين لا يملكون حسابات بنكيّة يُقبلون على تحويل الأموال باستخدام المحافظ الإلكترونيّة على الهواتف النقالة. وفي ضوء ما تقدّم، ثمة مجال لتوسيع نطاق كلا الطريقتين.

17% استخدموا الحوالات المالية خلال الثلاثة أشهر الماضية



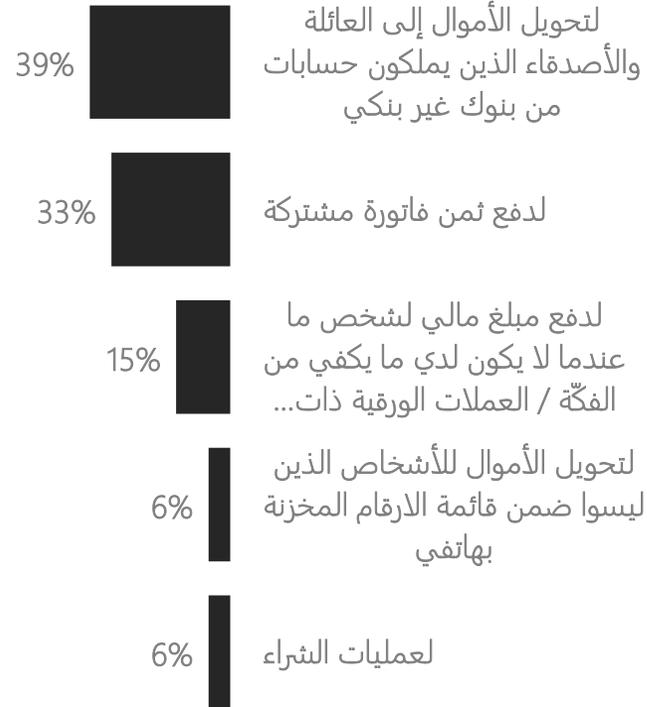
احتمالية الاستمرار باستخدام في حال تطبيق الرسوم

■ يتوقف عن استخدام الخدمة ■ يتابع استخدام الخدمة



من مستخدمي كليك (N = 33)

حوالات باستخدام نظام الدفع الفوري كليك



س. ذكرت سابقاً استخدامك نظام الدفع الفوري كليك للمدفوعات. الرجاء تحديد أكثر الحالات التي استخدمت فيها نظام الدفع الفوري كليك .
س. في حال وجود رسوم مطبقة على كل معاملة لخدمات الدفع الفوري كليك، فهل ستستمر بالاستفادة من هذه الخدمات؟

الحوالات الدولية	المشمولون مالياً	غير المشمولين مالياً*
مكاتب الصرافة	74%	96%
فرع البنك الرئيسي	21%	-
الخدمات البنكية عبر الإنترنت / الهاتف النقال	7%	-
باي بال	-	4%
الحوالات الداخلية	المشمولون مالياً	غير المشمولين مالياً*
مكاتب الصرافة	52%	88%
الخدمات المصرفية عبر الإنترنت / الهاتف النقال	25%	-
فرع البنك الرئيسي	22%	-
أجهزة الصراف الآلي	6%	-
المحفظة الإلكترونية	5%	4%
غير ذلك	6%	8%

س. ما هو نوع الحوالات التي أجريتها خلال الأشهر الثلاثة الماضية؟
س. كيف تقوم بإجراء الحوالات المالية الدولية؟



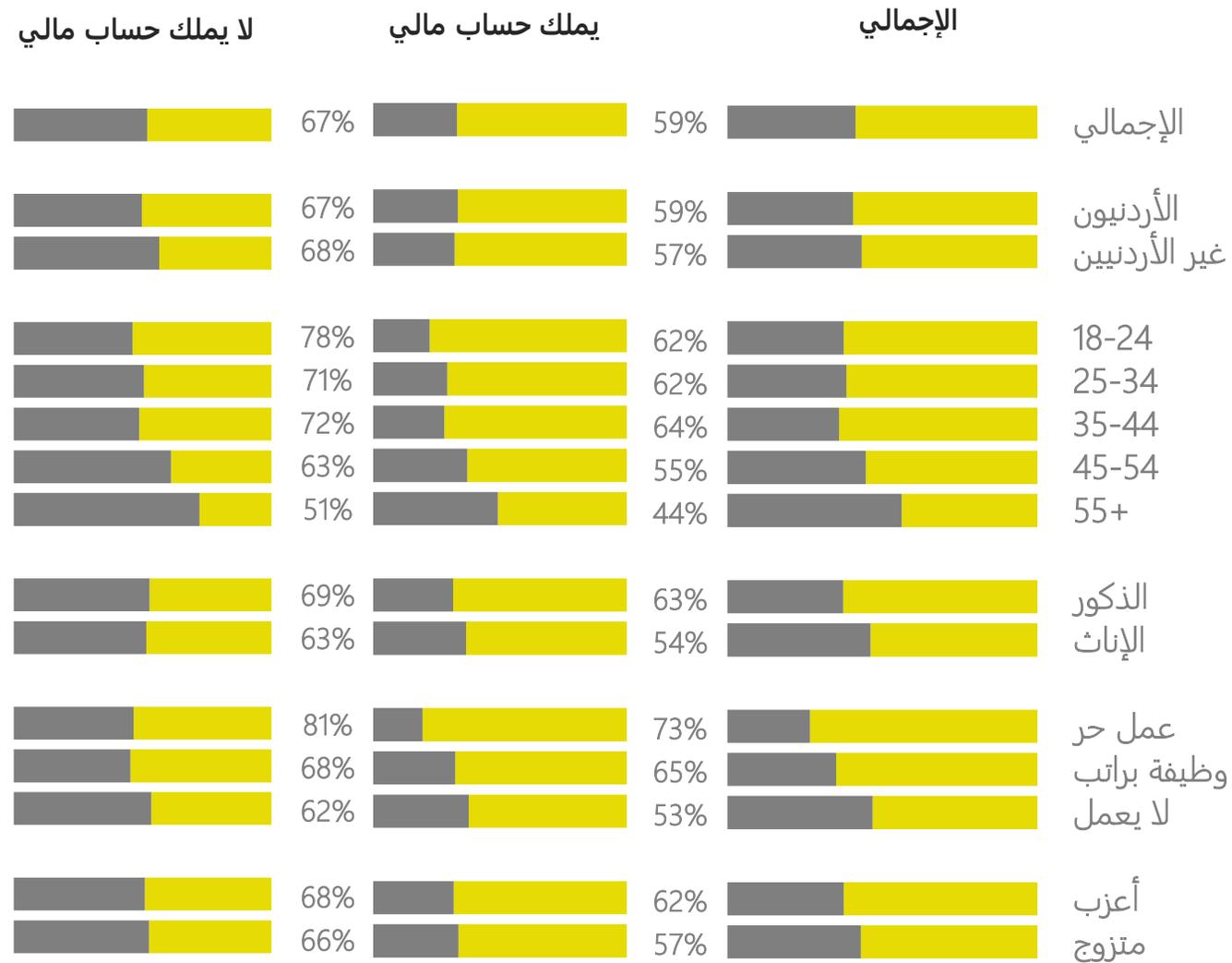
الفصل 2.2

المحافظ الإلكترونية

من المجموع (عدد = 1013)

س. هل لديك فكرة عن المحافظ الإلكترونية المتوفرة في الأردن؟

■ لا يعرفها ■ يعرفها



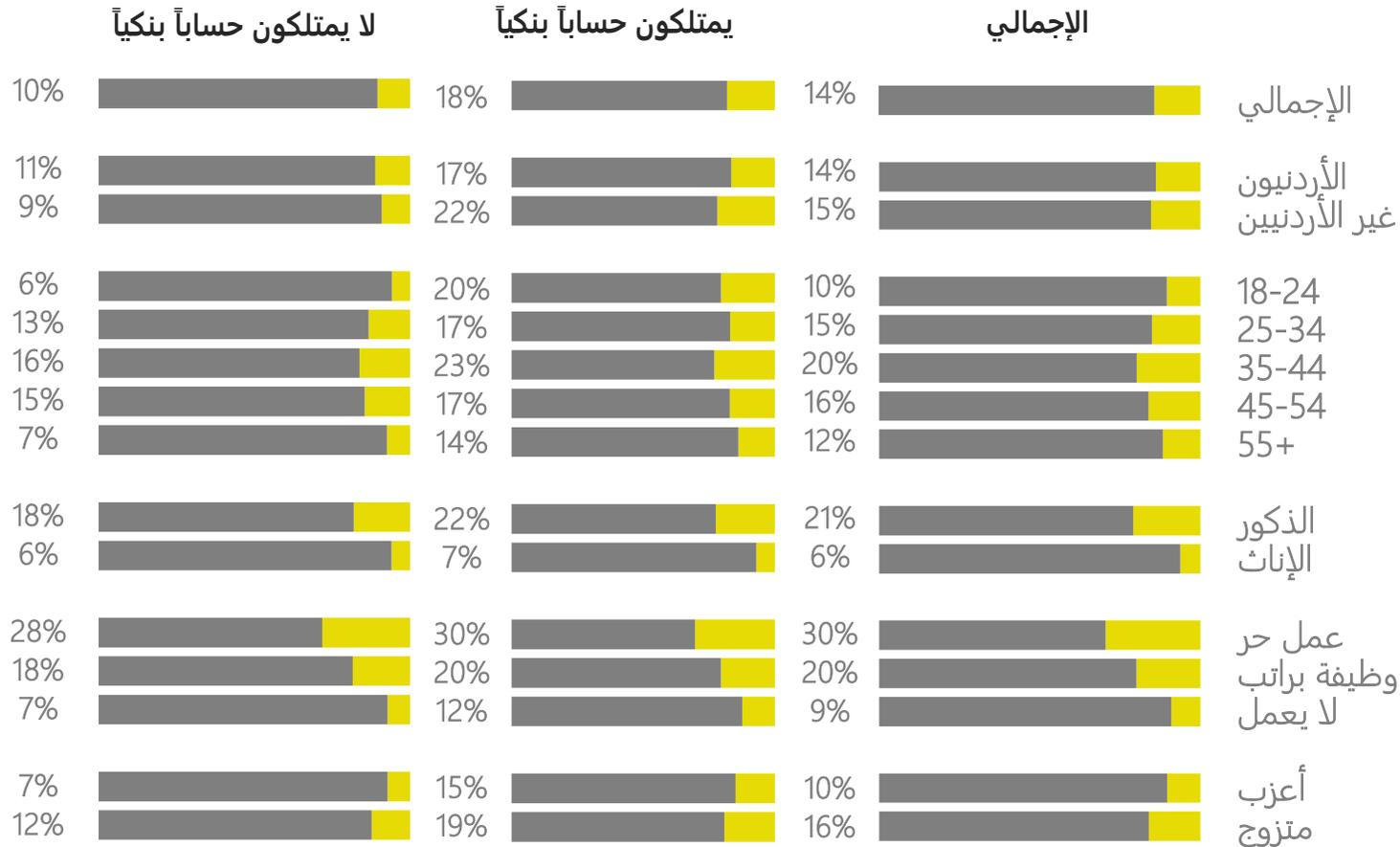
59% على علم
بالمحافظ الإلكترونية

استخدام المحافظ الإلكترونية

يعتمد قُرابة فرد واحد من بين 10 أفراد في الأردن إلى استخدام المحافظ الإلكترونية على الهواتف النقالة، حيث يبيكُمّن السبب وراء انخفاض معدّل استخدام هذه المحافظ في انخفاض أثره في السوق الأردنيّة. ومع ذلك، فقد أظهرت فئة الأفراد الذين يملكون حسابات بنكيّة معدّل استخدام أعلى من المتوسط للمحافظ الإلكترونيّة على الهواتف النقالة، لا سيما بين الفئات العُمريّة الأصغر سنّاً من الأفراد الذين يعملون لحسابهم الخاص.

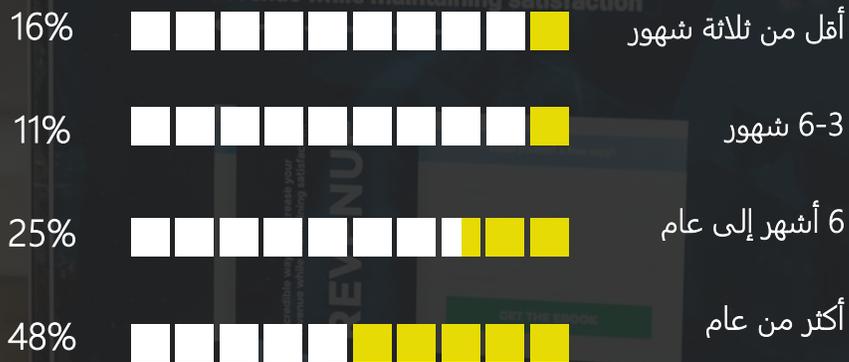
حسب الخصائص الديموغرافية

■ غير مستخدم ■ مستخدم



14% يستخدمون
المحافظ الإلكترونية

مدة امتلاك المحفظة الإلكترونية

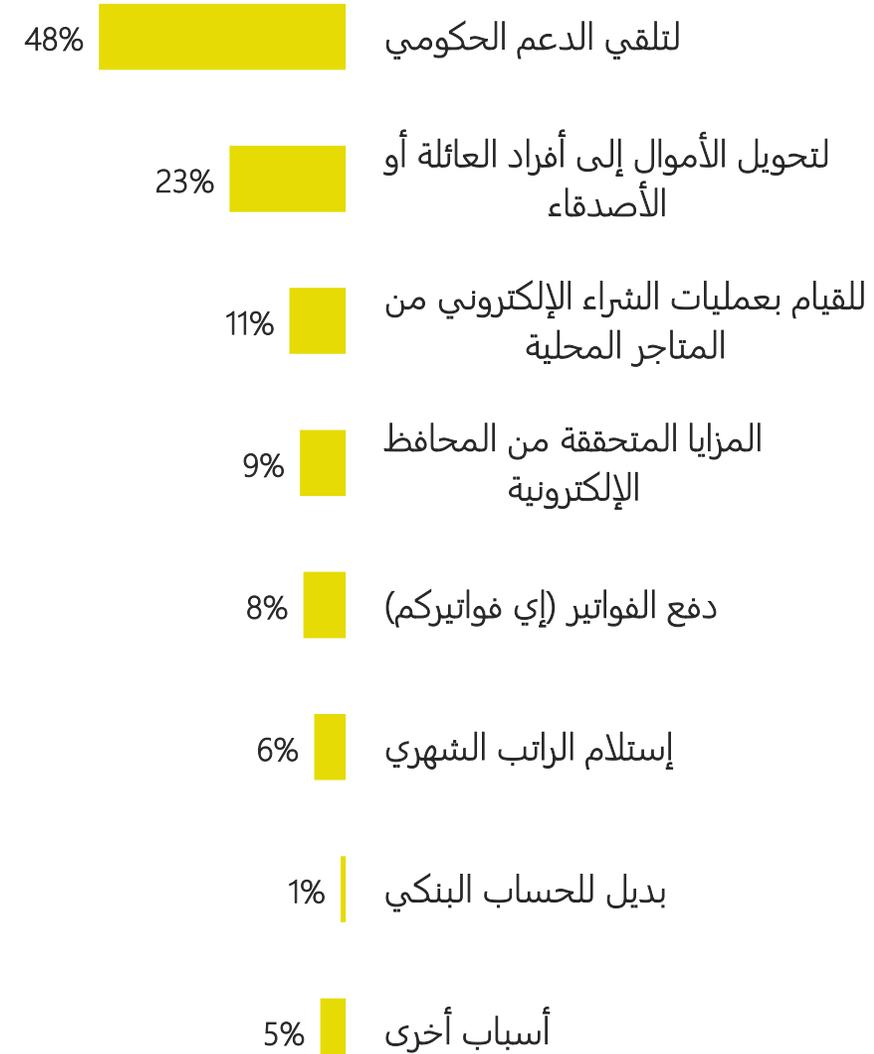


27% من مالكي المحافظ الإلكترونية لديهم بطاقة مرتبطة بالمحفظة

س. يرجى تحديد المدة التي بدأت فيها باستخدام المحفظة (المحافظ) الإلكترونية لديك...
س. هل لديك بطاقة مرتبطة بمحفظتك الإلكترونية؟

حصص المحافظ الإلكترونية وأسباب امتلاكها

س. ما هي الأسباب التي دعتك لامتلاك محفظة إلكترونية؟



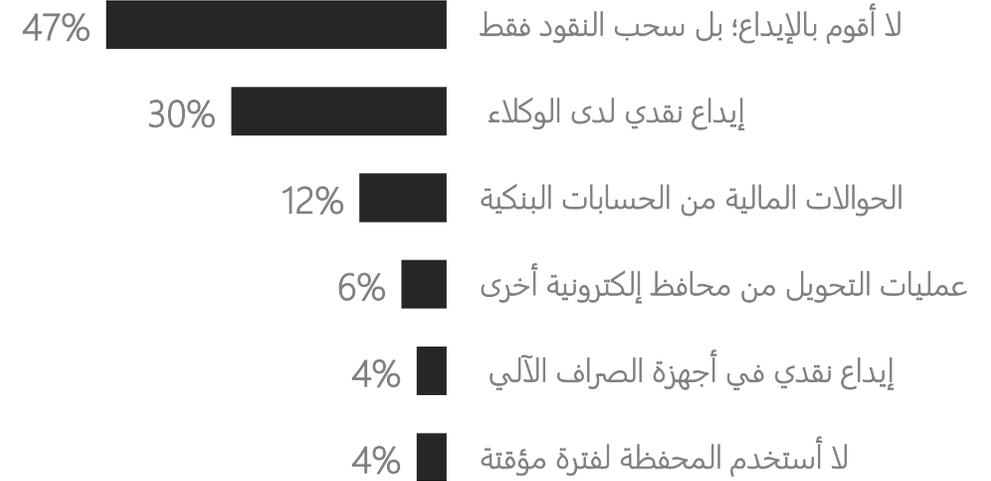
47% لا يقومون بالإيداع في المحافظ الإلكترونية

90% يقومون بسحب النقد مرة أو مرتين في الشهر من الوكلاء

س. كيف تقوم بإيداع الأموال في المحفظة الإلكترونية لديك؟
س. كم مرة تقوم فيها بإيداع أو سحب الأموال من الوكيل شهرياً؟

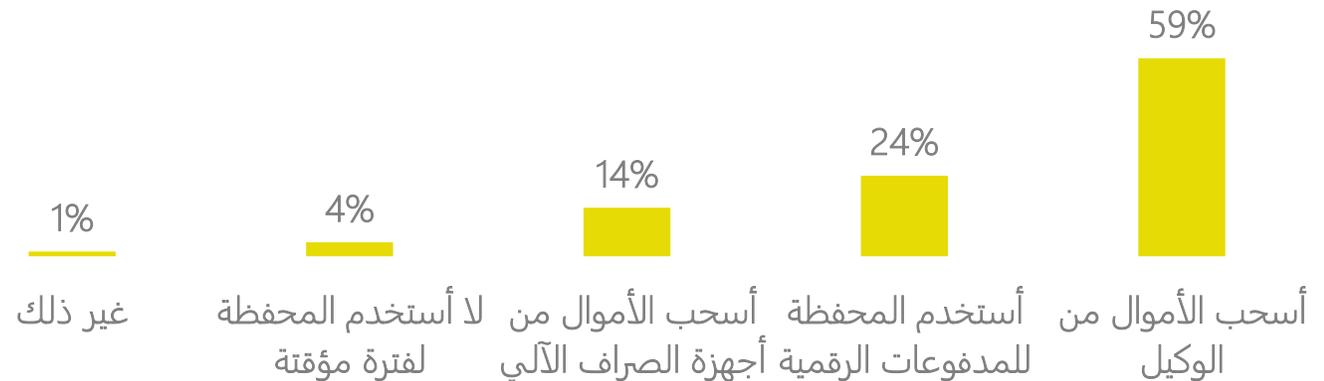
طرق إيداع النقود في المحفظة الإلكترونية

س. كيف تقوم بإيداع الأموال في المحفظة الإلكترونية لديك؟

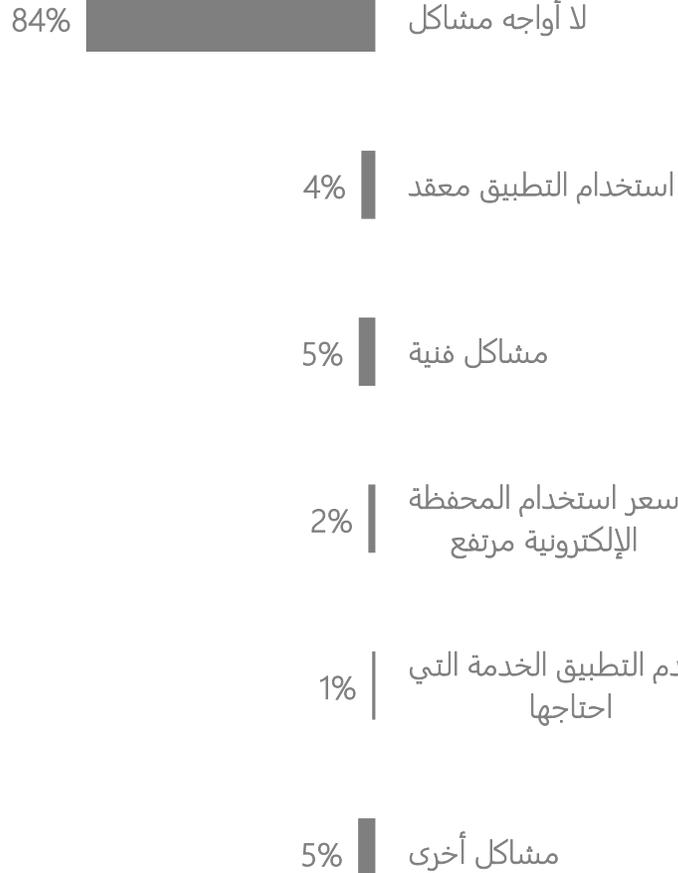


طرق سحب النقود من المحفظة الإلكترونية

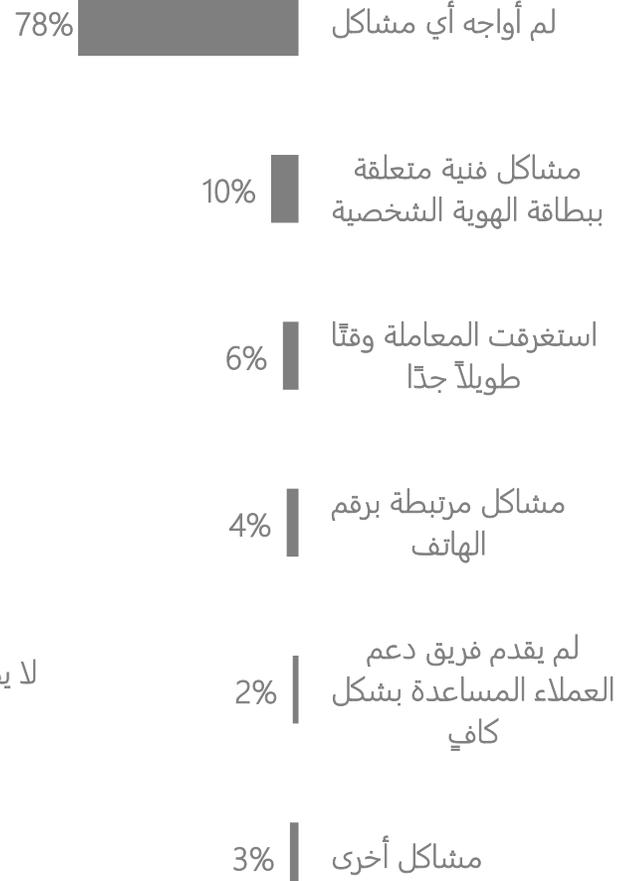
س. كيف تقوم بسحب الأموال من المحفظة الإلكترونية لديك؟



المشاكل الحالية عند استخدام المحفظة الإلكترونية



المشاكل عند إنشاء المحفظة الإلكترونية لأول مرة



78% لم يواجهوا أية مشاكل عند إنشاء حساب المحفظة الإلكترونية

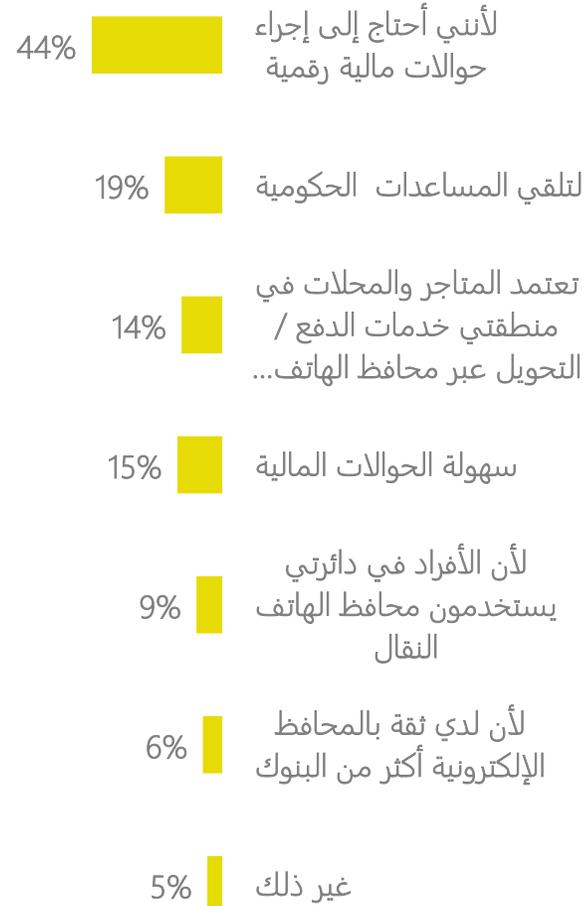
84% لا يواجهون أية مشاكل عند استخدام المحفظة الإلكترونية حالياً

س. ما هي التحديات التي واجهتها عندما قمت بإعداد المحفظة الإلكترونية لأول مرة؟
س. ما هي التحديات التي تواجهها حالياً في المحفظة الإلكترونية؟

* من مستخدمي المحافظ الإلكترونية

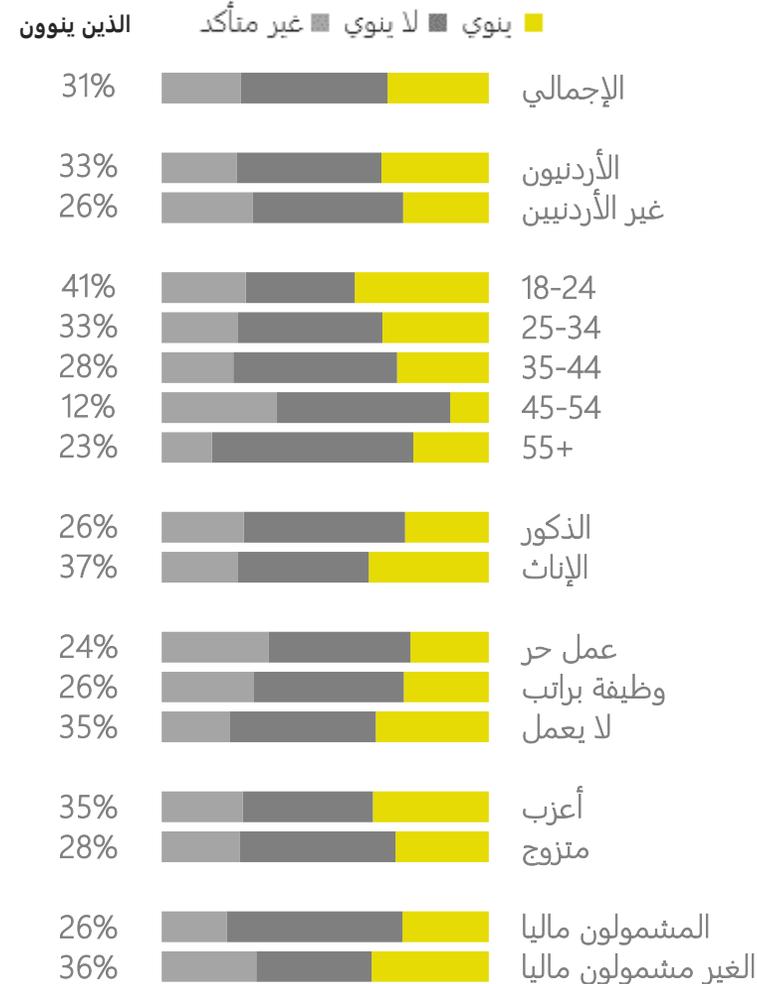
أهم أسباب الحاجة إلى امتلاك محفظة إلكترونية

س. لماذا تنوي الحصول على محفظة إلكترونية مستقبلاً؟



النية لامتلاك محفظة إلكترونية حسب الخصائص الديموغرافية

س. هل لديك نية للحصول على محفظة إلكترونية مستقبلاً؟

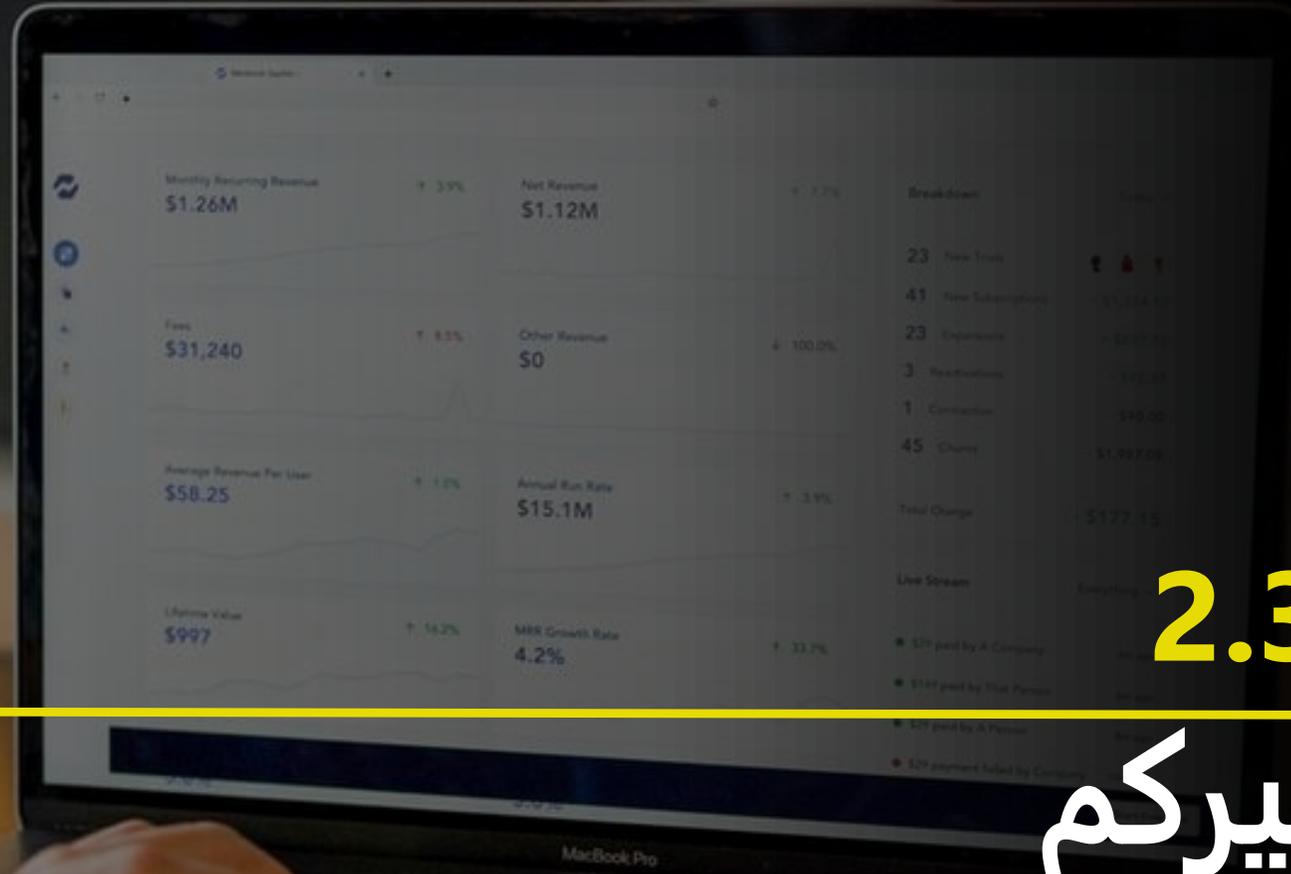


ممن لا يملكون محفظة إلكترونية

أسباب عدم امتلاك محفظة إلكترونية



س. ما سبب عدم امتلاكك محفظة إلكترونية؟



الفصل 2.3

إي فواتيركم

من المجموع (عدد = 1013)

23% يستخدمون خدمة أي فواتيركم

■ أقل من ذلك ■ شهرياً ■ يومياً

30% 51% 19%

إمكانية الوصول الى أي فواتيركم

35%	من خلال تطبيق "أي فواتيركم" عبر الهواتف النقالة
22%	من أحد وكلاء "أي فواتيركم"
16%	من خلال الموقع الإلكتروني / تطبيق البنك
14%	من أحد أفرع / أكشاك "أي فواتيركم"
8%	من خلال موقع "أي فواتيركم" الإلكتروني
5%	من خلال محفظتي الإلكترونية

كمعدل، يتم دفع

2.2 فاتورة من قبل مستخدمي أي فواتيركم

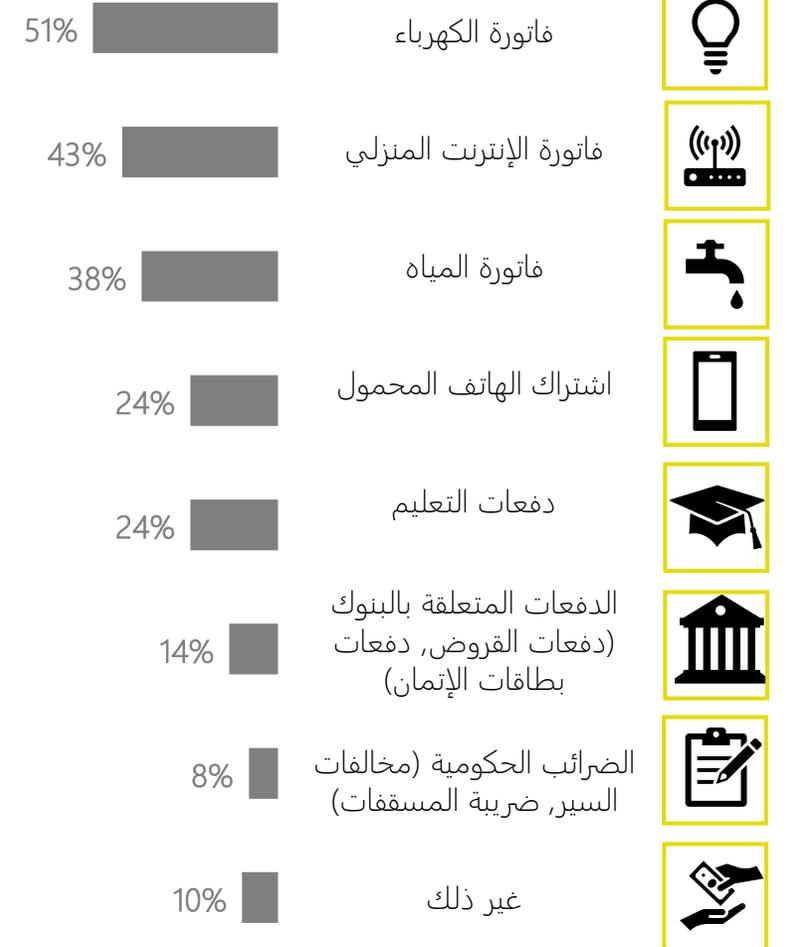
89%

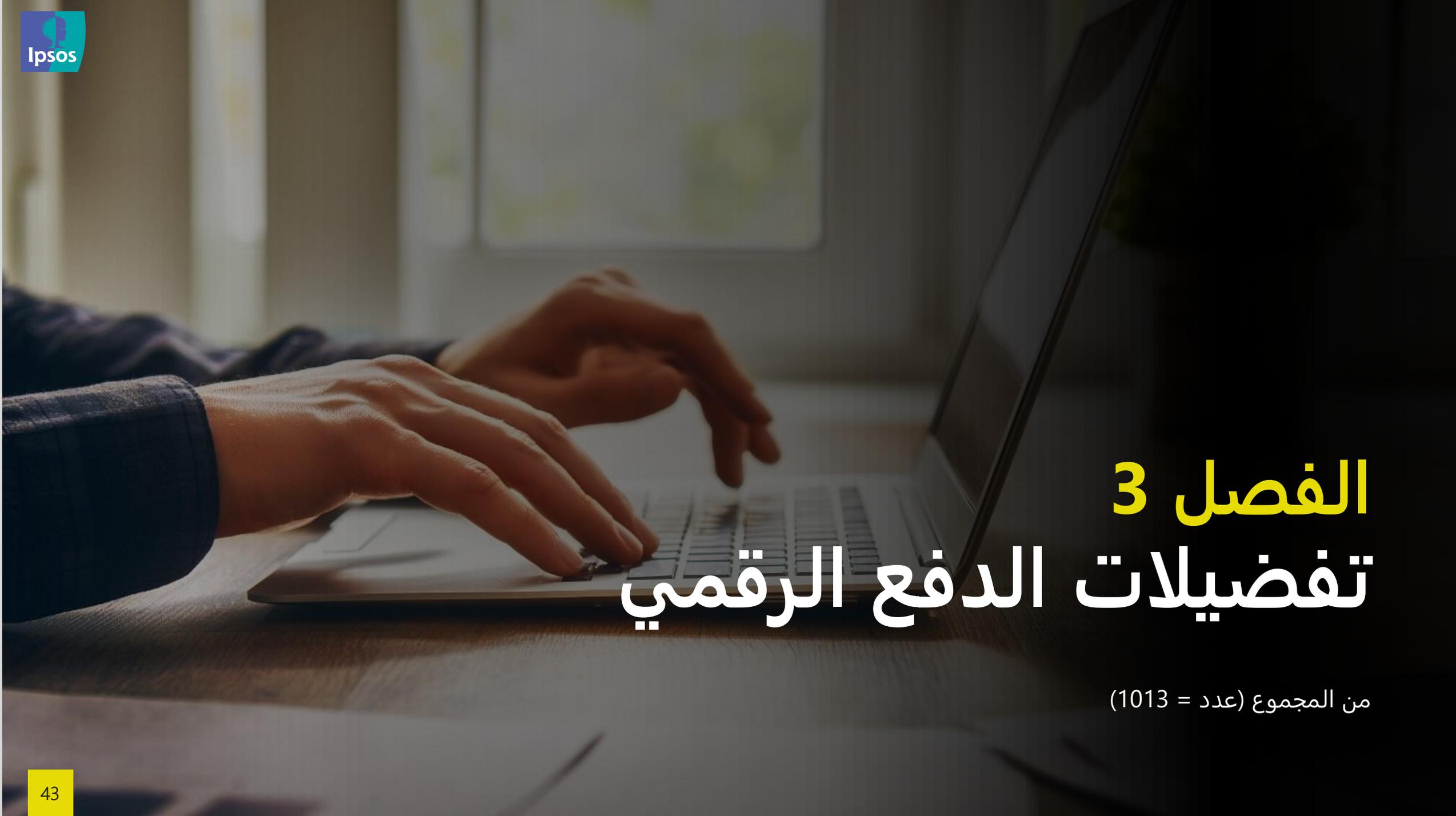
من مستخدمي أي فواتيركم راضون عن الخدمة

خدمة أي فواتيركم تستخدم لدفع الفواتير بشكل رئيسي

الفواتير المدفوعة عبر خدمة أي فواتيركم

ممن يستخدمون أي فواتيركم





الفصل 3 تفضيلات الدفع الرقمي

من المجموع (عدد = 1013)

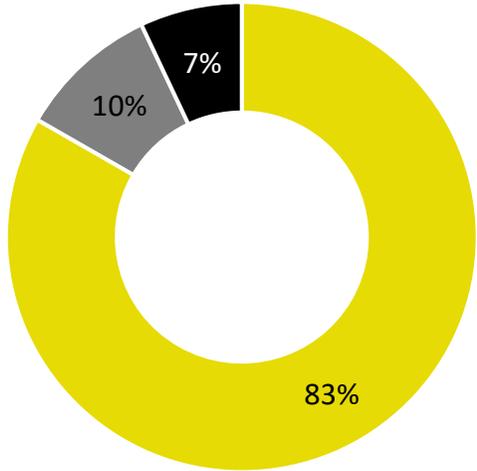
لا زال النقد مفضّل على طرق الدفع الرقمي لدى الغالبية

سلوكيات الدفع الرقمي

(بناءً على أعلى خيارين)

التغيير في طرق الدفع بسبب كوفيد-19

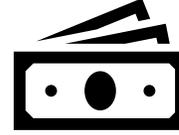
- أقوم بإجراء عمليات الدفع النقدي في الأغلب
- أقوم بإجراء عمليات الدفع النقدي والرقمي بنفس القدر
- أقوم بإجراء عمليات الدفع الرقمي في الأغلب



الطرق المستخدمة للدفع آخر 10 مرات

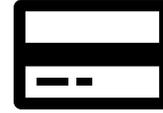
88%

الدفع
النقدي



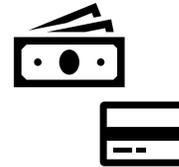
5%

الدفع
الرقمي



7%

كلاهما
بنفس
القدر



45% يعتقدون أن طرق الدفع الإلكترونية آمنة

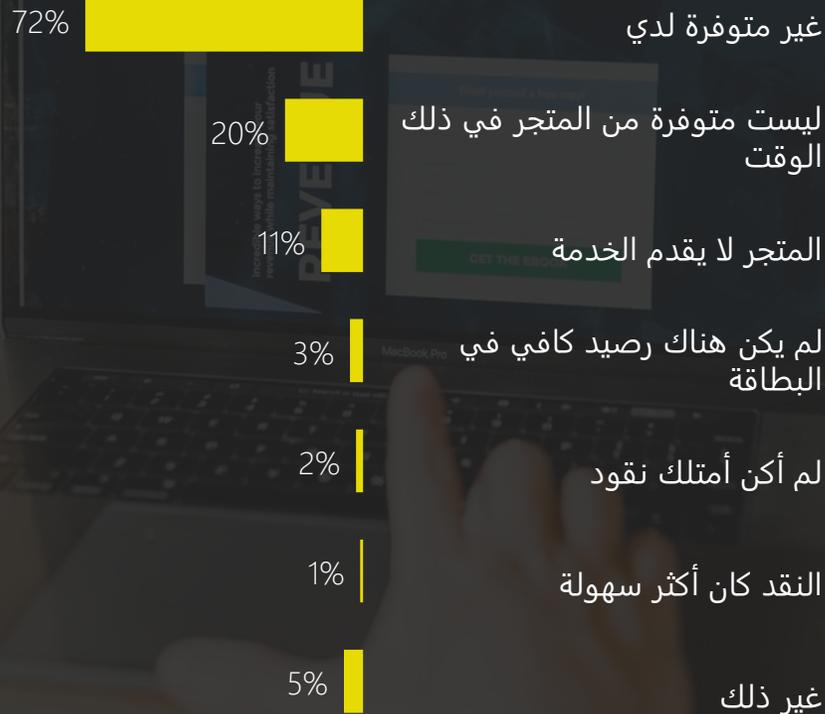


62% يثقون بمزودي الخدمات المالية

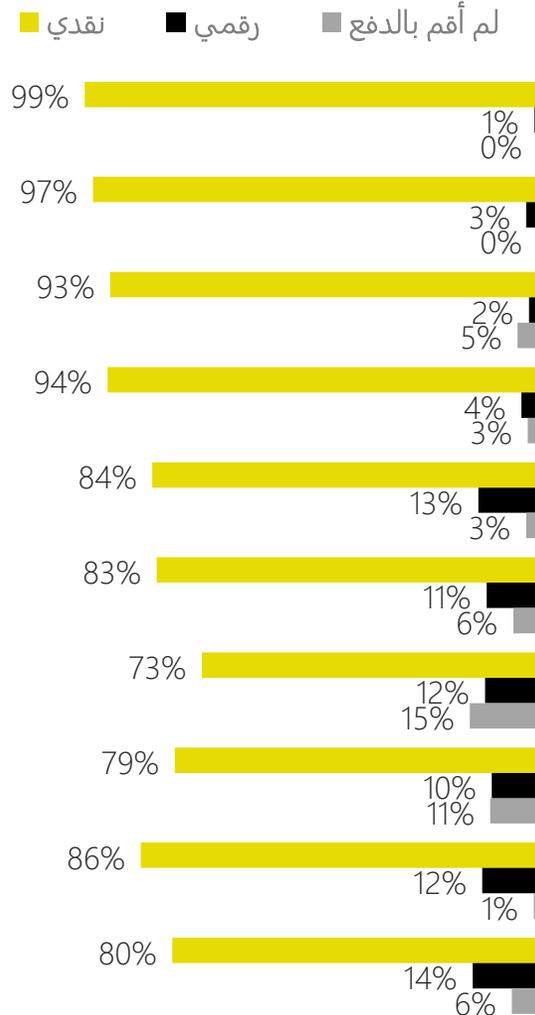
س. باستخدام مقياس من 1 إلى 7، حيث 1 يعني أنك موافق وبشدة و7 أنك غير موافق وبشدة، هل تعتقد بأن الخدمات المالية الرقمية سليمة وآمنة؟
س. باستخدام مقياس من 1 إلى 7، حيث 1 يعني أنك موافق وبشدة و7 أنك غير موافق وبشدة، هل تثق بمقدم خدمات الدفع الذي تتعامل معه؟

س. هل تغيرت طريقة الدفع لديك في ظل جائحة كورونا (كوفيد 19)؟
س. يرجى تحديد طريقة الدفع الأكثر استخدامًا استنادًا إلى آخر 10 دفعات قمت بسدادها؟

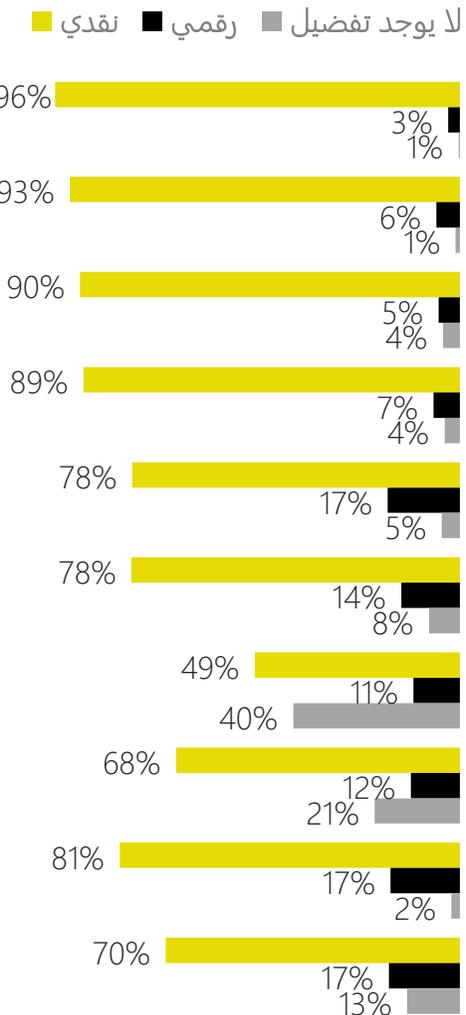
أسباب عدم استخدام وسيلة الدفع المفضلة



طريقة الدفع المستخدمة أخيراً



طريقة الدفع المفضلة



س. يرجى تحديد سبب عدم استخدامك لطريقة الدفع المفضلة لديك في عملية الدفع الأخيرة في كل من المواقع التالية. طريقة الدفع المفضلة لديك كانت...

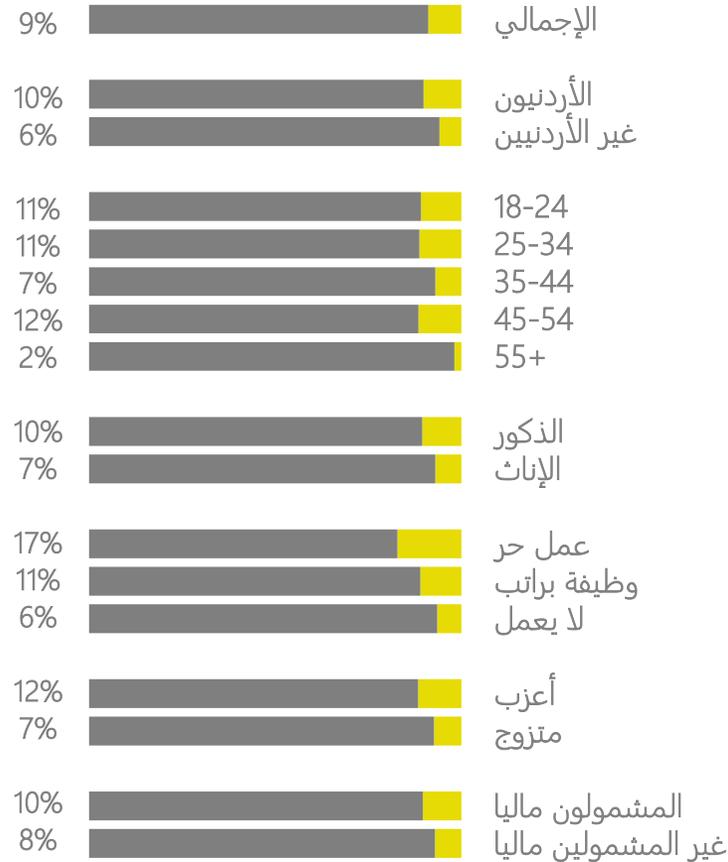
الفصل 4 التجارة الإلكترونية

من المجموع (عدد = 1013)

استخدام التجارة الإلكترونية

على الرغم من ازدياد معدّل استخدام التكنولوجيا، ما زال الأفراد يُفضّلون شراء حاجياتهم المُعتادة بالطرق التقليدية من خلال الذهاب إلى المتاجر بأنفسهم بدل شرائها عبر الإنترنت (التجارة الإلكترونيّة). وهنا يمكن القول بأن استخدام خيار التجارة الإلكترونيّة ينتشر بشكلٍ أكبر بين الفئات العُمريّة الصغيرة والمتوسطة.

حسب الخصائص الديموغرافية



1 من 10



سبق واستخدموا التجارة الإلكترونية خلال الأشهر الثلاثة الماضية

تعد التجارة الإلكترونية وسيلة لشراء المنتجات والسلع بشكل رئيسي

على الرغم من أن مستوى الإقبال على التجارة الإلكترونية ما زال قليلاً بعض الشيء مقارنةً بطرق التسوق التقليدية، تتضمن معظم أنشطة التجارة الإلكترونية شراء المنتجات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية ذات الصلة.

أنشطة التجارة الإلكترونية التي قاموا بها خلال الأشهر الثلاثة الماضية ...



13%

أرسلوا أو
استلموا
أشياء



13%

استخدموا
تطبيقات
سيارات
التوصيل



32%

قاموا بطلب
الأكل عبر
الإنترنت



39%

اشتروا منتجًا
عبر أحد
المواقع
الإلكترونية



50%

اشتروا منتجًا
عبر أحد
منصات
التواصل
الاجتماعي

المنتجات الأكثر شراءً من خلال التجارة الإلكترونية

المنتجات الأكثر شراءً عبر مواقع الإنترنت

60% الملابس / الاكسسوارات



22% حاجات المنزل



16% الأجهزة الإلكترونية



13% الترفيه (الموسيقى والفيديو وغير ذلك)



13% الألعاب



4% منتجات الرعاية الشخصية



4% تذاكر طيران



4% أدوات ومستلزمات الحواسيب



2% الكتب



2% الأجهزة والأثاث المنزلي



المنتجات الأكثر شراءً عبر مواقع التواصل الاجتماعي

60% الملابس / الاكسسوارات



22% حاجات المنزل



16% منتجات الرعاية الشخصية



13% الأجهزة والأثاث المنزلي



13% الأجهزة الإلكترونية



4% الألعاب



4% أدوات ومستلزمات الحواسيب



4% الكتب



2% الترفيه (الموسيقى والفيديو وغير ذلك)



2% مأكولات وطعام



س. لقد ذكرت أنك اشترت منتجات من منصات التواصل الاجتماعي | المواقع الإلكترونية خلال الأشهر الثلاثة الماضية، ما نوع المنتجات التي اشتريتها؟



الفصل 5 أصحاب الأعمال الحرة والتجّار

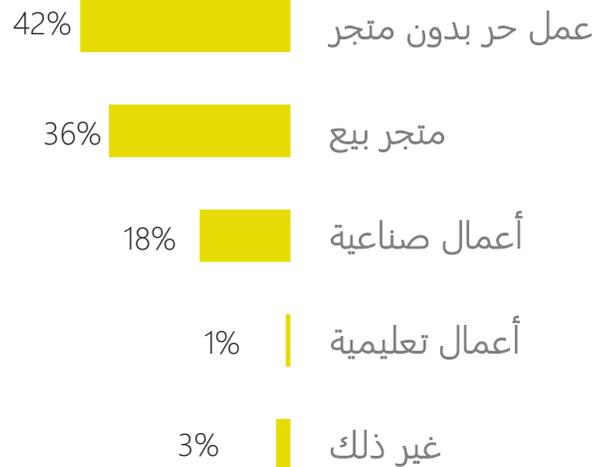
من أصحاب العمل الحر (عدد = 101)

يشكّل الذكور غير الأردنيين من الفئات العُمرية الأساسية الفئة الأكبر من الأفراد الذين يعملون لحسابهم الخاص، وبما أن غالبيتهم من ذوي العمل الحرّ، فلا يحتاجون إلى متجر لممارسة نشاطهم التجاري. وحيث يفضل العملاء طريقة الدفع النقديّ، فإنهم نادراً ما يطلبون إتمام عملية الدفع باستخدام الوسائط الرقمية، ما يُفضي إلى انخفاض استخدام خدمات الدفع الرقميّ في المتاجر. علاوةً على ذلك، يُقدّم تاجر واحد فقط من بين 5 تجار خدمات التجارة الإلكترونيّة ضمن أنشطتهم التجاريّة.

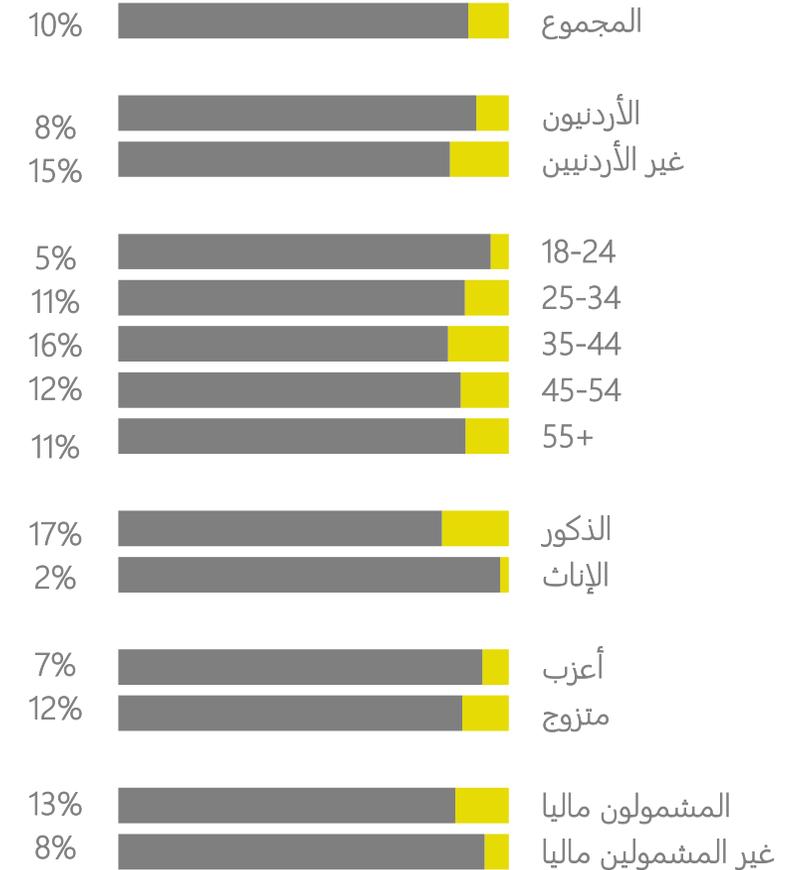
10% هم من أصحاب الأعمال الحرة
و **54%** يمتلكون متجر خاص



أنواع الأعمال الحرة



الأعمال الحرة حسب الخصائص الديموغرافية



س. لقد ذكرت سابقًا بأنك تقوم بعمل حر، أخبرنا عن نوع العمل التجاري الذي تقوم به؟

س. ما هي مهنتك؟

أهم الأسباب لعدم توفير خدمات الدفع الرقمي

74%	لا يطلبها الزبائن في أغلب الأحيان	
23%	معقدة الاستخدام	
20%	خدمة الإنترنت غير متوفرة في موقع مشروع	
11%	لا أفضل الخدمات الرقمية	
9%	يفرض علي رسوم إضافية	

س. لماذا لا تقبل طريقة الدفع الرقمي في مشروعك التجاري / مكتبك؟



83% من أصحاب الأعمال الحرة يستخدمون النقد للدفع للموزعين والموردين

22% يقدمون خدمات التجارة

الإلكترونية و **26%** يقدمون خدمات الدفع الإلكتروني في المتجر

س. هل تقدم الخدمات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية / عبر الإنترنت؟
س. هل تقبل طريقة الدفع الرقمي في مشروعك التجاري / مكتبك؟

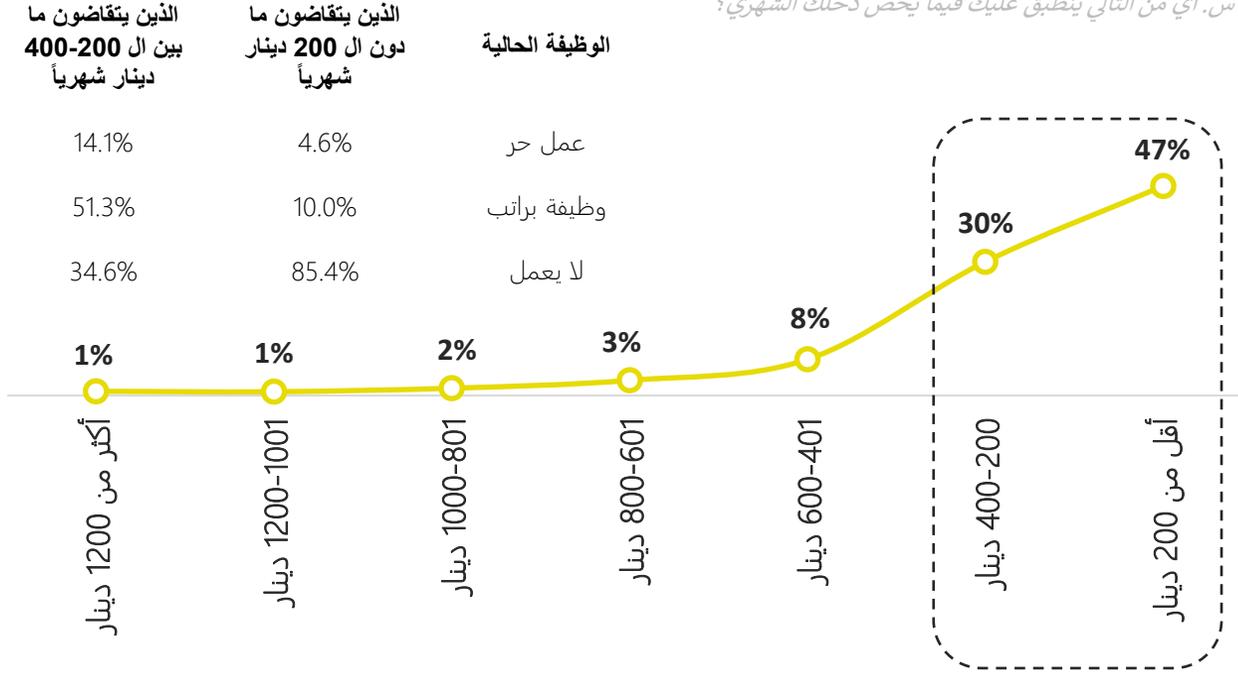
الفصل 6 السلوك المالي

الفصل 6.1 الدخل

من المجموع (عدد = 1013)

الدخل الشهري للأفراد مفصلاً

س. أي من التالي ينطبق عليك فيما يخص دخلك الشهري؟

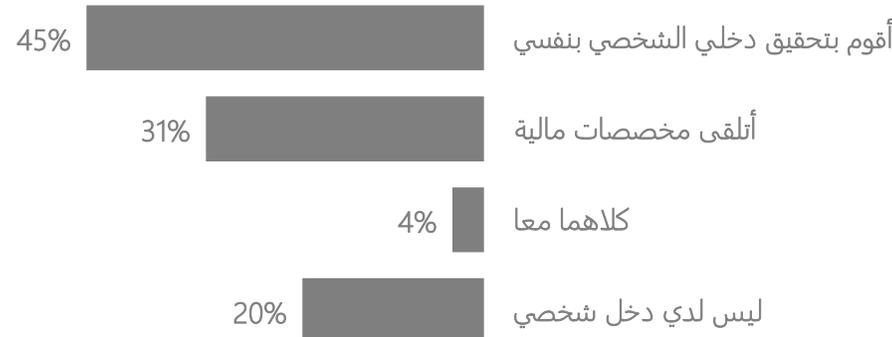


نظرة عامة حول الدخل الشهري للأفراد

تبلغ نسبة الأفراد الذين تصل قيمة دخلهم الشهريّ إلى (400) دينار أردنيّ (77%). وحيث يندرج جزء كبير من الشعب الأردنيّ ضمن صفوف العاطلين عن العمل، وهم في الغالب ربات البيوت والطلاب، فليس بأمّ غريبٍ أن تُشكّل هذه الفئات- التي تعتمد على المصروف التي تحصلّ عليه- قُرابة ثُلث الأفراد الذين شملتهم العينة.

مصادر الدخل الشهري للأفراد

س. أي من الحالات التالية تنطبق عليك على صعيد دخلك الشهري؟



بالنظر إلى انخفاض مُعدّلات مشاركة المرأة في العمل، نجد أنّ الغالبية العُظمى من الإناث تعتمد اعتمادًا كبيرًا على غيرها في تأمين مصدر دخل لهن، وينطبق الأمر ذاته على فئة الشباب الذين لم يتسنى لهم دخول سوق العمل بعد. وعلى هذا النحو، هناك فئة لا بأس بها من الإناث والشباب ممن لا يوجد لديهم مصدر داخل ثابت حتى لو على شكل مصروف مخصص لهم، الأمر الذي يجعلهم يعتمدون اعتمادًا كاملًا على غيرهم في تأمين الدخل والإنفاق عليهم.

مصادر الدخل الشهري للأفراد

حسب الخصائص الديموغرافية



ليس لديه دخل ثابت

20%



يتلقى مخصصات مالية

33%



يجني دخل

47%

الإجمالي

100%

الإجمالي

61%

79%

67%

70%

الأردنيون

39%

21%

33%

30%

غير الأردنيين

25%

43%

16%

27%

18-24

26%

21%

28%

25%

25-34

16%

14%

24%

18%

35-44

14%

10%

15%

13%

45-54

19%

13%

17%

16%

55+

38%

20%

87%

55%

الذكور

62%

80%

13%

45%

الإناث

3%

1%

20%

10%

عمل حر

7%

2%

56%

29%

وظيفة براتب

90%

98%

24%

61%

لا يعمل

35%

45%

30%

37%

أعزب

65%

55%

70%

63%

متزوج



الفصل 7 السلوكيات البنكية

يملك (12%) من
الأفراد أكثر من حساب
بنكيّ واحد

بلغ متوسط عدد الحسابات
البنكية للأفراد الذين يملكون أكثر
من حساب بنكيّ (1.2)

بلغت نسبة الأفراد الذين تملك
أسرهم حسابات بنكيّة (56%)
من العدد الكليّ لأفراد العينة
الذين يملكون حسابات بنكيّة



بلغت نسبة الأفراد الذين تملك
أسرهم حسابات بنكيّة (24%)
من العدد الكليّ لأفراد العينة
الذين لا يملكون حسابات بنكيّة





الفصل 7.1

التعمق في فئة من لا يمتلكون حساباً بنكياً

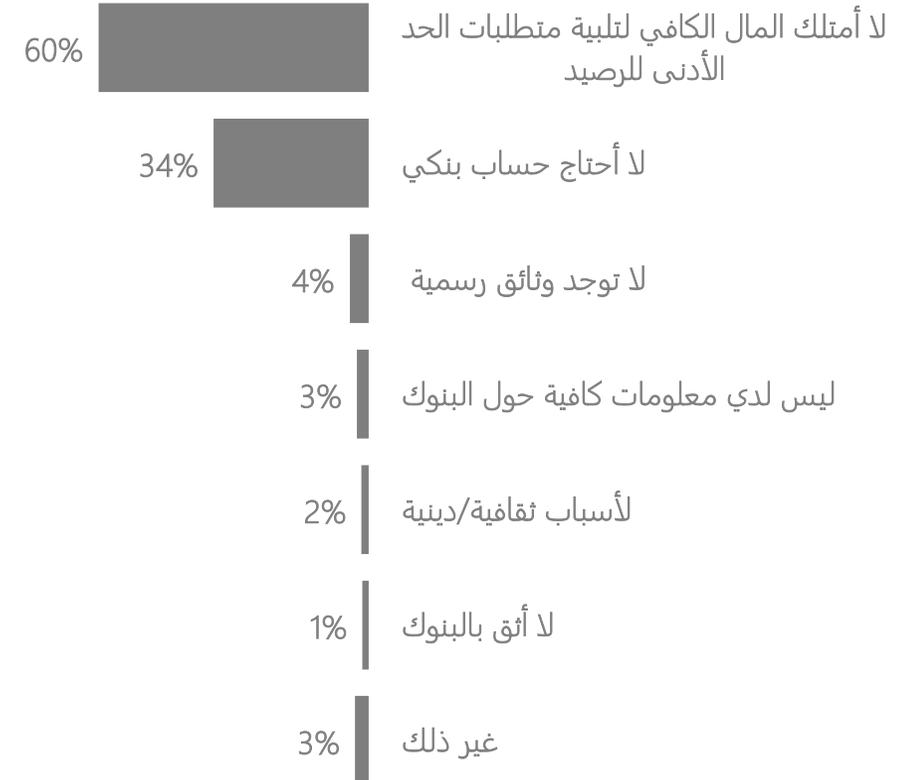
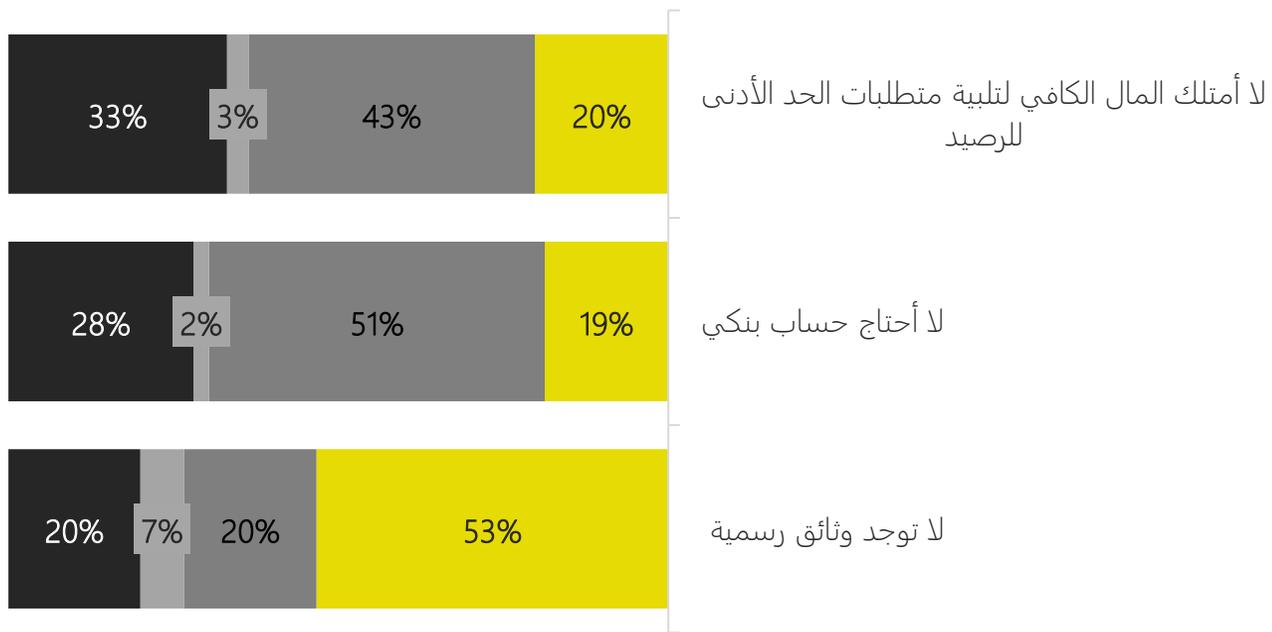
ممن لا يمتلكون حساباً بنكياً (عدد = 505)

ليس لدى الكثير من الأفراد خيار امتلاك حساب بنكي نظراً لأن (60%) ممن لا يملكون حسابات بنكية يعتقدون أنه لا يمكنهم استيفاء الحد الأدنى من المتطلبات المالية اللازمة لفتح حساب بنكي، لا سيما أفراد المجتمع من غير الأردنيين. وعلى النقيض من ذلك، تعتقد غالبية الأفراد الذي يمكنهم فتح حسابات بنكية أنهم ليسوا بحاجة لها نظراً لأن نمط حياتهم اليومي لا يتطلب التعامل مع البنوك.

أكثر الأسباب بالنسبة للدخل

أسباب عدم امتلاك حساب بنكي

■ أقوم بتحقيق دخلي الشخصي بنفسني ■ أتلقى مخصصات مالية ■ كلاهما معا ■ ليس لدي دخل شخصي

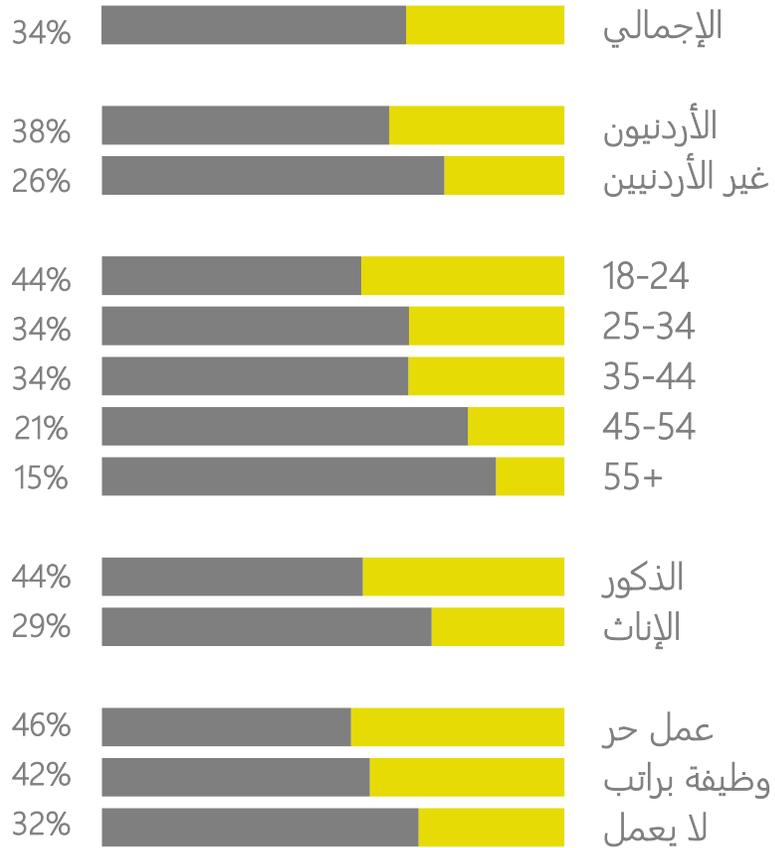


* كلاهما يشمل أولئك الذين يجنون دخلاً ويتقاضون مخصصات

س. ذكرت عدم امتلاكك لحساب مصرفي، هل يمكنك ذكر السبب؟

يعتزم أكثر من ثلث أفراد المجتمع الذين لا يملكون حسابات بنكية فتح حسابات لهم في غضون الأشهر الستة القادمة، وتظهر هذه الرغبة بشكل جليّ بين الأفراد من الفئات العمرية الأصغر سنًا والذكور والفئات الأكثر رخاءً.

حسب الخصائص الديموغرافية



هل تنوي فتح حساب مصرفي شخصي في غضون الأشهر الستة القادمة؟





الفصل 7.2

التعمق في فئة من يمتلكون حساباً بنكياً

من يمتلكون حسابات بنكية (عدد = 508)

1 من 5 لا يستخدمون
خدمات البطاقات



94% يستخدمون
البطاقات الائتمانية



13% يمتلكون
بطاقات الدفع
المباشر



نوع الحساب المصرفي الرئيسي

37%

حساب راتب



26%

حساب جاري



25%

حساب توفير



17%

حساب عادي



2%

حساب وديعة



س. لكل حساب مصرفي تملكه، يرجى تحديد نوع الحساب.

نوع الحساب البنكي حسب الخصائص الديموغرافية

ليس بأمير غريب أن حسابات الرواتب تُعد أكثر أنواع الحسابات شيوعًا بين أوساط الموظفين الأردنيين من الفئات العمرية الأساسية، بينما تُعد الحسابات الأساسية الخيار الذي تُفضله الشباب غير الأردنيين اللواتي لا يعملن.

حسب الخصائص الديموغرافية

س. لكل حساب بنكي تملكه، يرجى تحديد نوع الحساب.

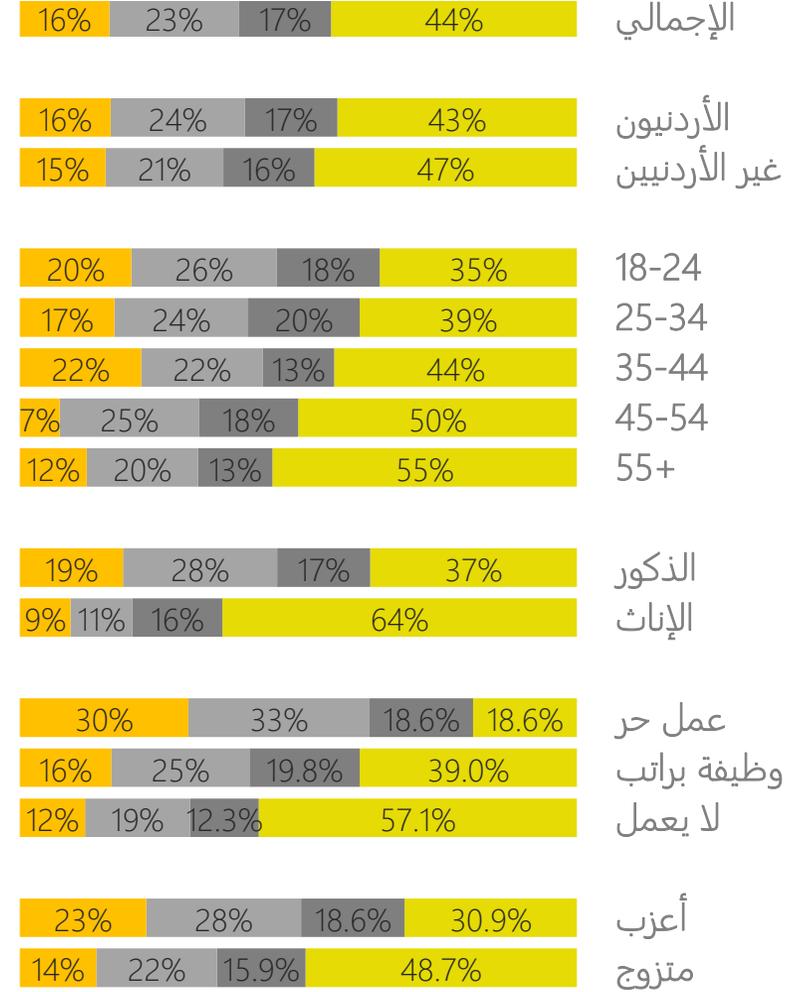
حساب وديعة	حساب عادي	حساب توفير	حساب جاري	حساب راتب	الإجمالي
2%	17%	25%	26%	37%	
1%	15%	19%	24%	38%	الأردنيون
2%	18%	31%	29%	21%	غير الأردنيين
-	19%	28%	28%	22%	18-24
-	14%	25%	24%	33%	25-34
1%	18%	21%	22%	38%	35-44
2%	17%	15%	29%	36%	45-54
5%	10%	22%	26%	37%	55+
1%	12%	20%	30%	35%	الذكور
2%	25%	30%	13%	28%	الإناث
-	16%	38%	36%	10%	عمل حر
-	7%	15%	29%	48%	وظيفة براتب
4%	25%	26%	19%	25%	لا يعمل
1%	20%	25%	25%	28%	أعزب
2%	13%	21%	26%	37%	متزوج

الفصل 7.3

الخدمات المالية

ممن يمتلكون حساباً بنكياً (عدد = 508)

■ مرة واحدة ■ مرتان ■ 3-5 مرات ■ أكثر من 5 مرات



91%
يستخدمون الصّراف الآلي



77%
يفضلون التعامل مع الخدمات البنكية المؤتمتة



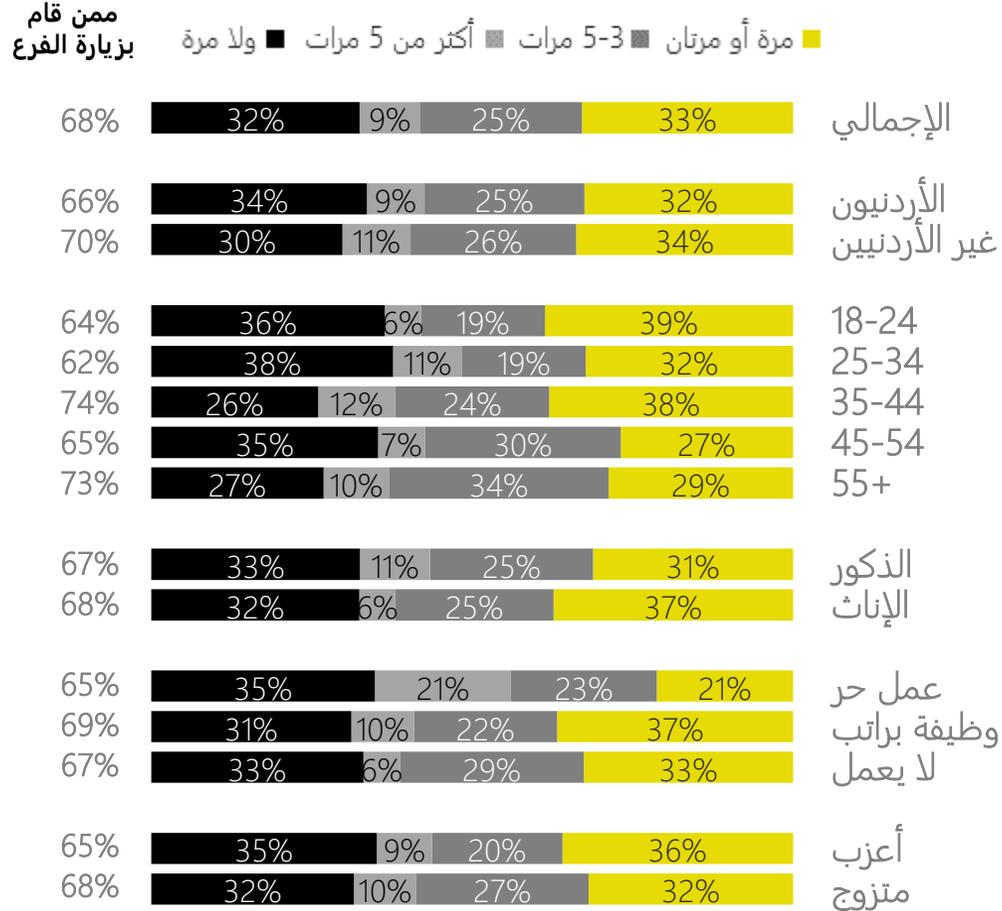
س. هل تستخدم جهاز الصراف الآلي؟

س. هل تفضل استخدام أجهزة الصراف الآلي والخدمات المؤتمتة أو التعامل مباشرة مع موظف المؤسسة المالية لتلقي الخدمة المالية؟

س. ما هو تكرار استخدامك لجهاز الصراف الآلي شهريًا؟

لم يعتمد فرد واحد من بين 3 أفراد يملكون حسابات بنكية إلى زيارة أي فرع من فروع البنوك التي يتعاملون معها خلال الأشهر الثلاثة المنصرمة، سيما أن ذلك ينتشر بين الأفراد الذين يملكون حسابات بنكية من الفئة العمرية الأصغر سنًا، حيث يستفيدون كثيرًا من الخدمات الإلكترونية.

تكرار زيارة الأفرع خلال الثلاثة أشهر الماضية



2 من 3 ممن يمتلكون حساباً بنكياً قاموا بزيارة لفرع البنك خلال الثلاثة أشهر الماضية

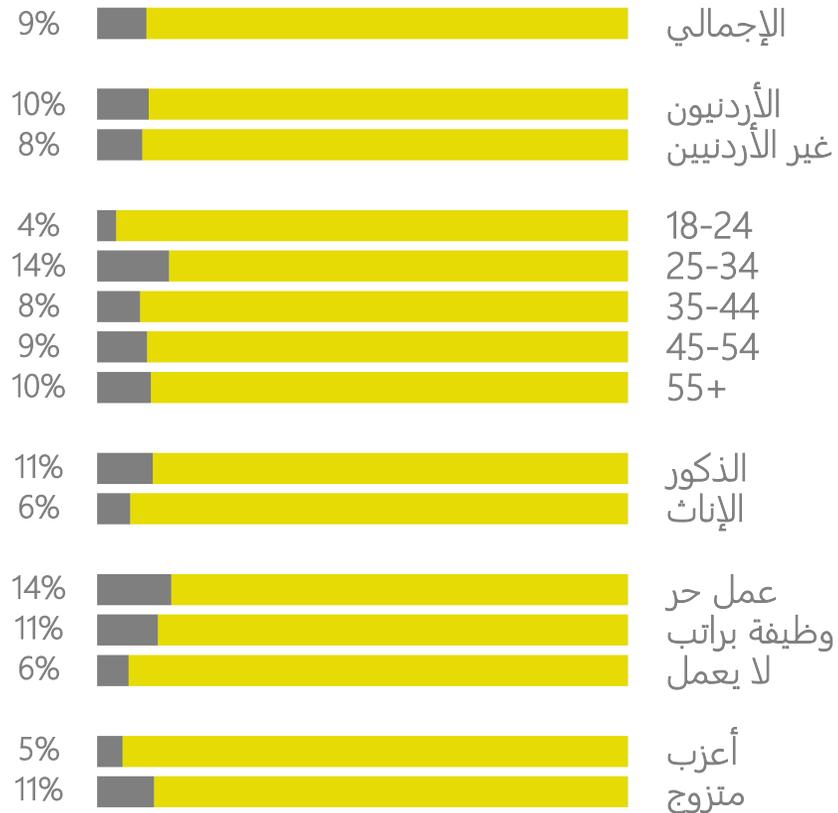
Q. How many times have you visited your main bank's branch within the past 3 months?

أعرب 9 من بين 10 أفراد عن رضاهم عن زيارتهم لفروع البنوك التي يتعاملون معها خلال الأشهر الثلاثة المُتصرمة. ومن ناحيةٍ أخرى، تعلقت شكاوى الأفراد الذين أعربوا عن عدم رضاهم عن زيارتهم لهذه الفروع أساسًا بطول الوقت المستغرق للحصول على الخدمة؛ إذ اضطر (70%) منهم إلى الانتظار وقتًا طويلًا للحصول على الخدمة التي يُريدونها، واشتكى (24%) منهم من طول الوقت المُستغرق في معالجة الطلبات. يُمكن القول هنا إنّ حل هذه الشكاوى يكمن في اللجوء إلى الخدمات الرقمية والإلكترونية.

الرضا حسب الخصائص الديموغرافية

غير الراضين

■ راضي ■ غير راضي



9 من بين كل 10 أفراد ممن زاروا فرعًا ما راضون عن تجربتهم



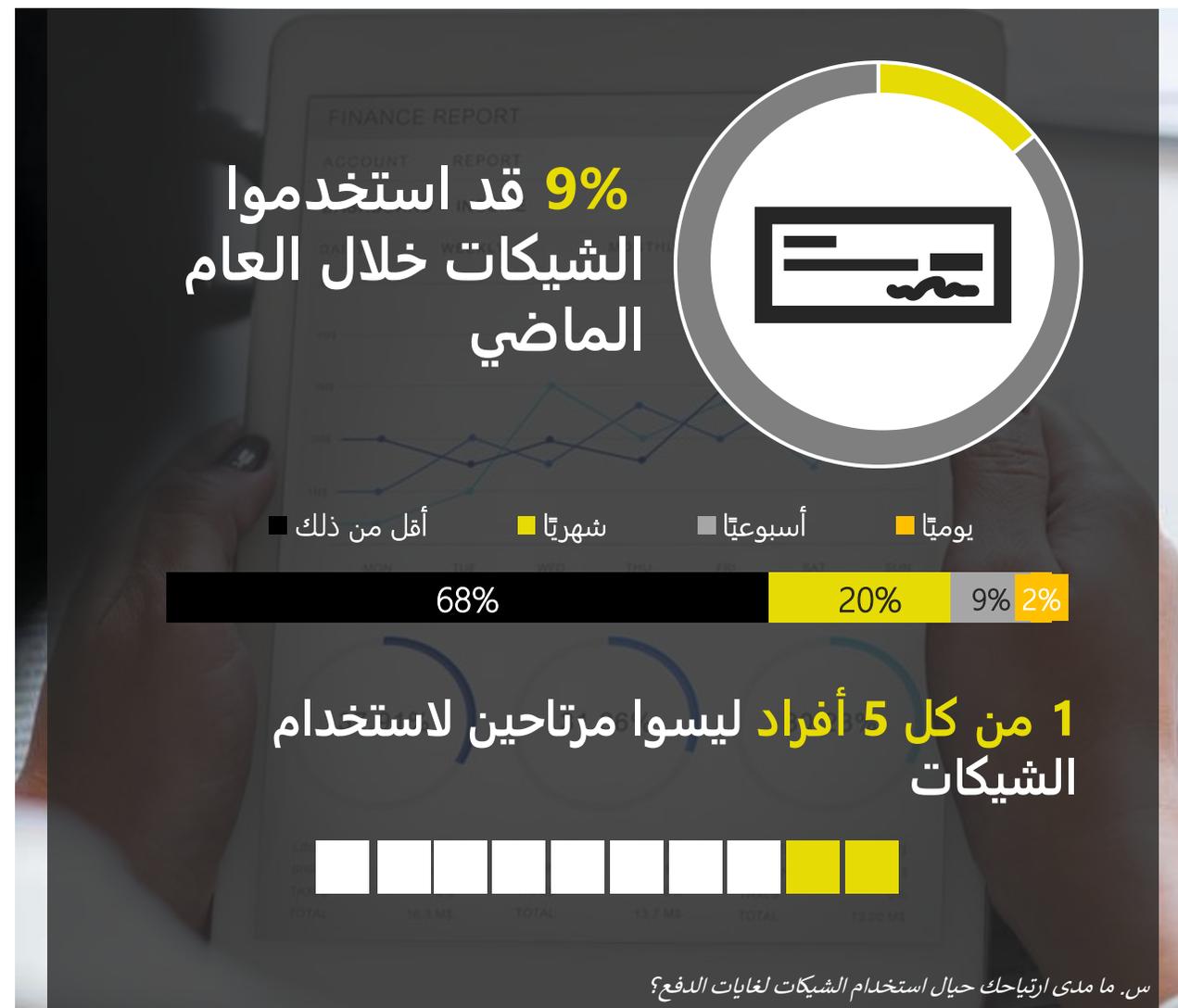
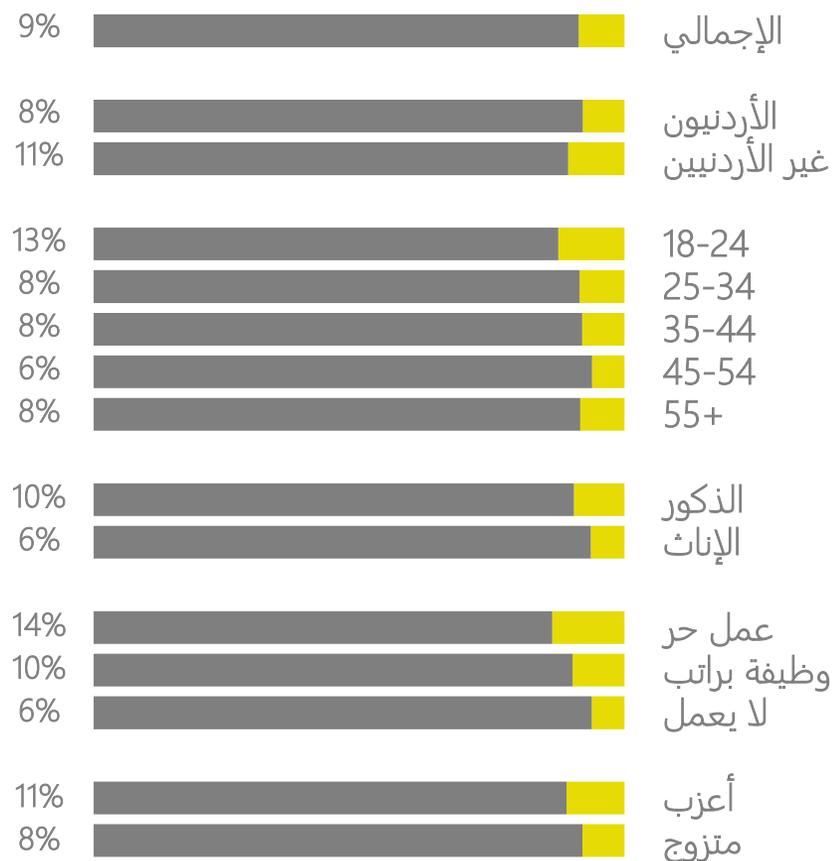
أهم أسباب عدم الرضا

سبب عدم الرضا	النسبة المئوية
طول مدة الانتظار	70%
طول مدة تنفيذ الخدمة	24%
سوء خدمة العملاء	11%
قلة الخدمات المتاحة	8%
الكثير من المعاملات الورقية	7%

س. على مقياس من 1 إلى 7، حيث 1 يعني أنك مستاء للغاية و7 يعني أنك راضٍ للغاية، ما مدى رضاك عن الخدمات التي تتلقاها عند زيارة فرع بنك حسابك الرئيسي؟
س. يرجى تحديد أسباب عدم رضاك عن الخدمات التي تتلقاها عند زيارة فرع بنك حسابك الرئيسي.

يستخدم فردٌ واحدٌ من بين 10 من الأفراد الذين يملكون حسابات بنكيّة شيكات بوتيرةٍ شهريّةٍ أو أقل في أحيان كثيرة؛ إذ ينتشر استخدام الشيكات كثيرًا بين الأفراد الذي يعملون لحسابهم الخاص والأفراد غير الأردنيين. وبصفةٍ عامّةٍ، يُمكن القول إنّ من اختاروا التعامل بالشيكات قد أبدوا ارتياحهم من هذه الطريقة.

استخدام الشيكات حسب الخصائص الديموغرافية

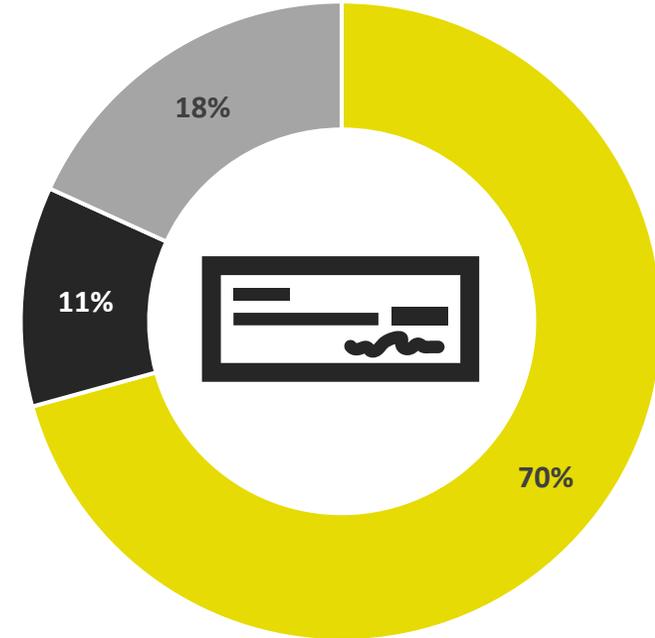


س. هل قمت خلال العام الماضي باستلام أو إصدار شيكات لأي نوع من المعاملات؟

عادةً ما يتلقى أولئك الذين يستخدمون الشيكات عددًا أكبر من الشيكات التي يُصدرونها نظرًا لأن السبب الرئيسي لاستخدام الشيكات يتمثل في الودائع البنكية. ويتمثل الاستخدام الآخر للشيكات في شراء المركبات والدفع للجهات الأخرى التي تقبل الدفع بالشيكات.

عادات استخدام الشيكات

- أنا غالبًا الجهة المُستلمة للشيكات
- أنا غالبًا الجهة المصدرة للشيكات



س. سأقوم بقراءة قائمة من العبارات، يرجى تحديد أي من العبارات تنطبق عليك بشكل أكبر.

الأسباب الأكثر شيوعًا لاستخدام الشيكات



لشراء العقارات

7%



استلام الراتب
من رب العمل

9%

37.91%



للدفع للجهات
التي تستقبل
الشيكات

18%

31.86%



لشراء سيارات

18%

30.23%



إيداع في
البنوك فقط

25%

س. متى تقوم عادة بإصدار أو استلام المدفوعات بالشيكات؟

شكراً!

© إيسوس 2021. جميع الحقوق محفوظة لشركة إيسوس - الأردن. يحتوي هذا التقرير على معلومات سرية ومعلومات تعود ملكيتها إلى شركة إيسوس.

تمتلك شركة إيسوس المحتوى الذي يُورده هذا التقرير [اسم الجهة التي أصدرت التقرير] و/أو الشركات التابعة لها ("إيسوس") ملكية حصرية. وعليه، تحتفظ شركة إيسوس بكافة الحقوق وحق الملكية والمصالح المتعلقة بأي من العلامات التجارية الخاصة بـ "إيسوس"، وأسرارها التجارية، وحقوق النشر وبراءات الاختراع، وقواعد البيانات، والبرمجيات وبرامج الحاسوب، والتقنيات، والمنهجيات، والمنتجات، والمعرفة/الخبرة التي يتضمنها هذا التقرير أو التي تنشأ عنه أو التي استخدمتها شركة إيسوس في إعداد هذا التقرير. ولا تُمنح أي تراخيص بموجب ذلك أو بشكل ضمني.

يُعد المحتوى الذي يُورده هذا التقرير سرية ويمكن استخدامه من جانب المشترك ومسؤوليه ومُديره والموظفين التابعين له لأغراض تنفيذ الأعمال الداخلية فقط. وعليه، لا يُسمح باستخدام هذا التقرير لأغراض أخرى، ولا يُمكن للمشارك الكشف عن محتوى هذا التقرير و/أو إعادة نسخه و/أو توزيعه و/أو نشره و/أو تفسيره أو بيعه كاملاً أو بيع جزء منه لأي طرف ثالث دون الحصول على إذن خطي مُسبق من شركة إيسوس. يجب أن تمنح شركة إيسوس كافة الموافقات ذات الصلة على المستوى المحلي. كما يجب على العملاء -الذين قد ينشرون هذا التقرير بموجب اتفاقية مع شركة إيسوس- التصريح بحقيقة أن ذلك قد تمّ من قبل شركة إيسوس. وعلى غرار ذلك، لا يُسمح للعملاء باستخدام شعار شركة إيسوس في أي مراسلة أو ذكر اسم شركة إيسوس و/أو الإشارة إلى هوية العلامة التجارية دون الحصول على إذن خطي مُسبق من شركة إيسوس. في حال استخدم العملاء شعار شركة إيسوس أو نشر نواتج العمل أو توزيعها أو تحريرها دون التقيد بالشروط آنفة الذكر، تحتفظ شركة إيسوس بحقها في التعبير بأي وسيلة كانت عن ذلك أو إصدار أيّ بلاغ أو بيان تراه ضرورياً لحماية حقوقها، إضافة إلى اللجوء إلى أي من حقوقها القانونية أو سبل الانتصاف الأخرى التي تتمتع بها.