

تقرير التجربة الرقمية



على أعتاب الصمود: اعتماد اللاجئين للمحافظ الإلكترونية



تقرير التجربة الرقمية

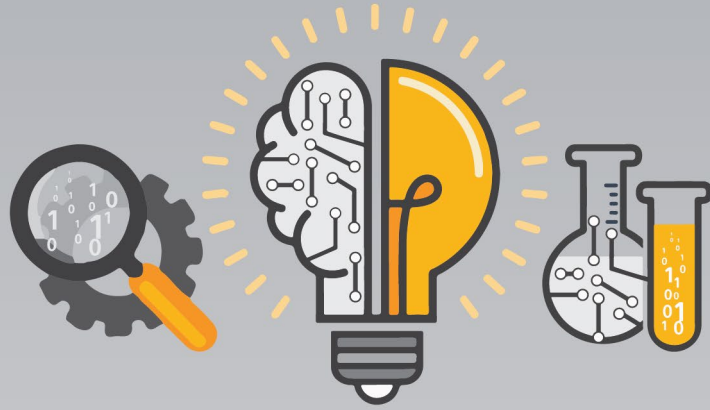
على أعتاب الصمود: اعتماد اللاجئين للمحافظ الإلكترونية

مخيم غزة، جرش
الأردن

أيلول 2020 – كانون الثاني 2021

تم النشر في:
3 آذار 2021

بقلم: إيناس الحلبيقة



التجارب الرقمية هي تدخلات في استراتيجيات الأعمال أو التوعية أو الاتصال الحالية التي تحكم الخدمات المالية الرقمية. ولضمان أن تكون القرارات الاستراتيجية أو التطويرية مبنية على المعرفة بشكلٍ كافٍ، تضع التجارب الرقمية الادعاءات والنظريات قيد الاختبار وتدرس تأثير التدخلات المختلفة على الإقبال على الخدمات المالية الرقمية. تجري الشركة الأردنية لأنظمة الدفع والتقاص (جوباك) استبيانات ودراسات رصدية وتجريبية بالشراكة مع مقدمي الخدمات المالية الرقمية بهدف الوصول لفهم أفضل لطرح الخدمات وتجربة العملاء وتحديد أي ثغرات أو تحديات ومجالات التحسين فيها. كما توظف جوباك الدروس المستفادة من التجارب في تقديم التوصيات للقطاع المالي وتنشر هذه النتائج التعليمية إلى المجتمع المحلي من أجل المنفعة العامة.

إن الهدف النهائي من التجارب الرقمية هو استخراج ونشر المعرفة من السوق، لتقريب المسافة بين مقدم الخدمة والمستهلك، على أمل أن يقدم السابق منتجات وخدمات تلبي احتياجات الأخير بشكل أفضل. وهذا يؤدي إلى تعزيز الخدمات المالية الرقمية وتحقيق الشمول المالي.

فكرة التجربة المنفذة

في تحقيق أهدافها الإستراتيجية، تضع جوباك نصب عينيها هدفاً رفيع المستوى وهو مدفوعات رقمية شاملة ومبتكرة تعود بالفائدة على الجميع وتساهم في الشمول المالي في المملكة وتحقيق اقتصاد رقمي. يرتبط هذا الهدف ارتباطاً وثيقاً بالهدفين رفيعي المستوى للاستراتيجية الوطنية للشمول المالي واللذين يركزان على زيادة الشمول المالي وتقليص الفجوة بين الجنسين. تولي جوباك أهمية خاصة للوصول للنساء إلى الخدمات المالية والاعتماد النشط لها وتقوم بتجارب باستخدام أدوات مختلفة لإشراكهن في الخدمات المالية. ولفهم احتياجات المستخدمين وخدمتهم بشكل أفضل، قامت جوباك بتنفيذ تجربة رقمية بالتعاون مع سيب وأورنج موني وشركة مدفوعاتكم في مخيم غزة في محافظة جرش شمال الأردن. هدفت هذه التجربة إلى دراسة تأثير التوعية الشاملة ومكافأة استخدام المحافظ الإلكترونية من قبل اللاجئات على الاستخدام النشط والمستمر للمحافظ الإلكترونية. تم تنفيذ التجربة لمدة خمسة أشهر، من أيلول 2020 ولغاية كانون الثاني 2021.

المحافظ الإلكترونية هي حسابات مالية إلكترونية يمكن الوصول إليها واستخدامها من خلال تطبيق على الهاتف النقال. وتقدم المحافظ استخدامات متعددة، بما في ذلك تحويل الأموال والادخار بدون فائدة ودفع الفواتير والدفع للمشتريات والتسوق الإلكتروني. يتم تسجيل المحفظة على رقم الهاتف النقال، مما يجعله رقم الحساب والمعرف الفريد للمحفظة. ويمكن لكل المقيمين في الأردن تسجيل محافظتين كحد أقصى على رقمي هاتف نقال منفصلين. هناك سبعة مقدمين لخدمة الدفع عبر الهاتف النقال يقدمون خدمة المحفظة الإلكترونية في المملكة ويتم تنظيم الخدمة من قبل البنك المركزي الأردني. شركة جوباك هي مشغل نظام جوموبي الذي يمكن خدمة المحافظ الإلكترونية.

بعد تفشي وباء الكورونا في الأردن والإغلاق الشامل ومحدودية الحركة التي تم فرضها للسيطرة على انتشار الفيروس، تبنت العديد من المؤسسات العامة والخاصة وكذلك مؤسسات التنمية المدفوعات الرقمية، وكانت سيب -مشروع المؤسسة الاجتماعية- أحد هذه المؤسسات. سيب هي شركة أزياء تركز على التأثير الاجتماعي، وهي أول شركة أردنية خاصة يتم إنشاؤها في مخيم جرش "غزة" في الأردن. تعمل سيب مع فنانات وحرفيات للجنات ينتجن أزياء وإكسسوارات فاخرة مطرزة تُباع في جميع أنحاء العالم. بعد تفشي الوباء، قدمت سيب المدفوعات عبر الهاتف النقال لشبكتها من الفنانات في المخيم كوسيلة دفع وبدأت بدفع أجورهن من خلال المحافظ الإلكترونية. تضم الشبكة أكثر من 500 امرأة، وفتحت ما يقرب من 200 منهن محفظة إلكترونية وبدأت باستخدامها في الأشهر التي أعقبت ظهور فيروس الكورونا.

بالنسبة لمجتمع لغير مشمول بالخدمات البنكية، كان من المتوقع أن يكون هذا التحول السريع إلى النقود الرقمية في ظل ظروف عصيبة سببها الوباء مصحوباً بالتحدي. فالوعي الشامل مطلوب لضمان فهم المستخدمين للأداة المالية في أيديهم والشعور بالثقة تجاه استخدامها والقناعة بأنها ستضيف قيمة لحياتهم. ولذلك، هدفت التجربة إلى تثقيف فنانات سيب على المحافظ الإلكترونية وتقديم حافز لتلقي التوعية والاستخدام النشط للمحافظ بهدف تشجيع الاستخدام الفعال لها وجذب المزيد من الفنانات لفتح محافظ إلكترونية واستخدامها. كان الهدف الرئيسي من التجربة هو البحث في وجمع الأدلة حول كيفية جذب النساء إلى النظام المالي من خلال التدخلات المختلفة.

الشركاء

تم تنفيذ التجربة بالتعاون مع أربعة شركاء. وكان لكل شريك مساهمة متفق عليها في التجربة، كما هو موضح أدناه. اتبع التعاون نهجاً رشيقياً حيث تم تعديل التدخلات مع المضي قدماً بتنفيذ التجربة لتعظيم فوائدها وتأثيرها.

جوباك: قدمت جوباك الدورات التدريبية في المخيم والتقييم الذي أعقب بعض الجلسات، ونسقت برنامج المكافآت، وقدمت المساعدة الفنية أثناء التجربة، وحللت البيانات التي تم جمعها حول تأثير التجربة على سلوك المستخدم.

سيب: قامت سيب بتنسيق واستضافة الدورات التدريبية في أكاديميتها في مخيم غزة ونقل جميع الأسئلة الفنية والتحديات التي تواجهها فناناتهم إلى جوباك لمعالجتها وحلها مع الشركاء.

أورنج موني: أورنج موني هي المقدم الرئيسي لخدمة المحفظة الإلكترونية لسيب. ساهمت أورنج موني في الدورات التدريبية حيث قدمت عرضاً عن خدماتها وساعدت الفنانات على تصفح تطبيق المحفظة الخاص بهم. كما قامت أيضاً بتقديم حافز للمشاركات في الجلسات التدريبية اللواتي ليس لديهن هواتف ذكية ومنحت 68 هاتفاً ذكياً لحاملي الهواتف القديمة اللواتي سجلن أعلى الدرجات في

اللاختبار الذي أعقب جلسات التدريب. علاوة على ذلك، كان لأورنج موني دور أساسي في معالجة جميع التحديات التقنية التي تواجهها النساء، سواء في تطبيق المحفظة أو مع الوكلاء.

شركة مدفوعاتكم: مدفوعاتكم هي مشغل نظام إي فواتيركم لعرض وتحصيل الفواتير إلكترونياً، ومن خلال التجربة قامت بتدريب النساء على دفع الفواتير إلكترونياً من خلال المحافظ الخاصة بهن. كما قدمت حافزاً أسبوعياً للمستخدمات اللواتي يدفعن فواتيرهن عبر إي فواتيركم بحيث تسترد الفائزات بالسحب المبلغ المدفوع عبر إي فواتيرهن إلى محافظهن، والذي كان عاملاً رئيسياً في تعزيز استخدام المحافظ في التجربة.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه التجربة بشكل أساسي جميع اللاجئات، ومعظمهن فلسطينيات، اللواتي يعملن مع سيب في مخيم غزة في جرش. ورغم أن حضور جلسات التوعية كان مفتوحاً لسكان المخيم لضمان نشر المعرفة لأكبر عدد ممكن من الناس، إلا أن النساء اللواتي يعملن مع سيب ويشاركن في جلسات التوعية كانوا هن فقط جزءاً من برنامج المكافآت. وكان العدد الإجمالي للنساء اللواتي شاركن في التجربة من شبكة سيب 262 امرأة.

عناصر التجربة الرقمية

تضمنت التجربة عدة تقنيات للتدخلات لبناء الثقة في النقود الإلكترونية وتشجيع الاستخدام النشط لها من قبل اللاجئات في إجراء المعاملات والحركات المالية.

توعية مالية

- جلسات توعية

تقييم

- مكافأة التقييم ما بعد التوعية

مكافأة

- سحب أسبوعية على دفع الفواتير

1. جلسات التوعية

كان المحور الأول من التدخلات هو زيادة الوعي المالي الرقمي ومحو الأمية المالية. يعد تقديم معلومات شاملة والتدريب على استخدام خدمة جديدة أمراً بالغ الأهمية لضمان قبول المستخدمين لها. ولتعريف الفنانات بالنقود الإلكترونية، بدأت التجربة بتقديم جلسات تدريبية تعرض ماهية المحافظ الإلكترونية وحالات استخدامها، والشركات التي تقدمها، ودور الرقابة والإشراف من قبل البنك المركزي على الخدمة. تشمل حالات الاستخدام التي تم إبرازها في التدريب: الإيداع والسحب النقدي، وتحويل الأموال،

ودفع الفواتير، والمشتريات والتجارة الإلكترونية، والادخار. كما تناولت الجلسات دور الوكلاء في خدمات المحافظ الإلكترونية، وحقوق المستخدمين ومسؤولياتهم، وما يجب القيام به عند مواجهة أية تحديات. تضمنت الجلسات أيضاً عرضاً حياً لدفع الفواتير باستخدام تطبيق المحفظة. وقد كانت الجلسات تفاعلية بطبيعتها وأبدت النساء المشاركات اهتماماً عالياً بفهم حالات الاستخدام وتجربتها. وحضر ما مجموعه 262 امرأة جلسات التوعية على مدى ما يقارب ثلاثة أسابيع.



2. مكافأة نتائج التقييم المعرفي ما بعد التوعية

تشير التقديرات إلى أن ما يقرب من 200 امرأة من بين 500 في شبكة الفنانات في سيب يمتلكن هواتف غير ذكية. وبالرغم من أن تصميم المحافظ الإلكترونية بُني ليتم استخدامها من خلال تطبيق على هاتف ذكي، فإن واحداً فقط من مقدمي خدمة الدفع عبر الهاتف النقال السبعة يقدمون كل أو بعض خدمات المحفظة عبر الهواتف غير الذكية من خلال رمز USSD. ولتأمين الوصول الكامل إلى المحفظة وخدماتها، تضمن التدخل الثاني جلسات توعية منفصلة لمستخدمي الهواتف غير الذكية، حيث أجرت المشاركات اختباراً بعد التدريب وفازت المشاركات الحاصلات على أعلى الدرجات في الاختبار بهواتف ذكية. وتم توزيع ما مجموعه 68 هاتفاً ذكياً.



3. السحوبات الأسبوعية لدفع الفواتير

دفع الفواتير هو معاملة مالية شائعة لكل منزل تقريباً في الأردن. تشمل معظم الفواتير التي يتم دفعها بانتظام الماء والكهرباء وخطوط الهاتف النقال / الهاتف الأرضي. بعد جلسات التوعية المقدمة حول كيفية دفع الفواتير إلكترونياً من خلال المحفظة، ولتشجيع الاعتماد النشط لحالة الاستخدام هذه للمحفظة، أطلقت التجربة سحباً أسبوعياً بحيث يتم مكافأة دافعي الفواتير بإعادة المبلغ الذي يدفعونه مقابل الفاتورة أو جزء منه. تم إجراء ما مجموعه 17 سحباً أسبوعياً، وكان هناك 57 فائزة في السحوبات، حيث استردت 2-4 فائزات أموالهم المدفوعة كل أسبوع. زاد عدد المستخدمات أسبوعياً وأظهرت الفائزات في السحوبات استخداماً منتظماً لإي فواتيركم لدفع الفواتير.

رحلة العميل

تشمل رحلة المحفظة الإلكترونية العديد من العناصر التي تحدد تجربة المستخدم: الفهم الشامل للخدمة والتجربة الفنية والوكلاء ومركز خدمة العملاء التابع لشركة المحفظة. فمن ناحية، تحدد التجربة التقنية مدى سهولة تصفح التطبيق واستخدامه، واستجابته المستمرة وتوافره. ومن ناحية أخرى، فإن الوكلاء هم في طليعة خدمة العملاء، حيث يقدمون الإيداع / السحب النقدي وتسجيل العملاء الجدد بالإضافة إلى توجيه العملاء بشكل عام. علاوة على ذلك، يلعب مركز خدمة العملاء دوراً مهماً في بناء ثقة العملاء في مقدم الخدمة الخاص بهم. ولذا فإن الخلل في أي من العناصر سيكون له تأثير سلبي على قبول العميل للخدمة وقد يؤدي إلى نفوره.

في التجربة التي تم إجراؤها، أبلغت المستخدمات عن مواجهة تحديات مع بعض الوكلاء، حيث رفض بعض الوكلاء تقديم السحب النقدي لمبالغ صغيرة أو قاموا بفرض رسوم على الخدمات أكثر مما يعلنه مقدم الخدمة. وبينما عالج مقدم الخدمة المشكلات التي أثّرت، أعربت المستخدمات عن عدم ثقتهم في هؤلاء الوكلاء. وعبرن عن تفضيلهن في أن يتم تقديم الخدمة لهن من قبل وكيل أنثى، مما يتماشى مع الطبيعة المحافظة لمجتمعهن. ومع ذلك، قد يكون هذا التفضيل مرتبباً بالتجربة السلبية التي واجهنها مع بعض الوكلاء.

من ناحية أخرى، لم تتمكن بعض فنانات سيب من تسجيل محافظ جديدة، لعدم إدراكهم لحقيقة أن أرقام هواتفهم النقالة كانت مرتبطة بمحفظة إلكترونية. برز هذا التحدي إلى حد كبير في أعقاب الإقبال المتزايد على المحافظ الإلكترونية أثناء الوباء. فالعديد من المستخدمين يحصلون على محافظ دون فهم الخدمة أو استخداماتها أو التطبيق المرتبط بها. وعندما ينوون لاحقاً فتح محفظة إلكترونية، فإنهم يُقابلون بالرفض لأن رقم هاتفهم النقال مرتبط بمحفظة مسجلة دون معرفة نوعها. في هذا السياق تقدم جوباك الدعم في الاستعلام عن تسجيل المحفظة من خلال مركز الاتصال وقنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بها، كما أنها مكنت الاستفسار الذاتي من خلال محرك بحث على بوابة المحافظ الإلكترونية الخاصة بها وهو موقع إلكتروني يوفر الوصول إلى جميع روابط تسجيل

المحافظ الإلكترونية، ومعلومات عن مقدمي خدمة المحافظ ورسوم المعاملات الخاصة بهم، ومعلومات عامة عن استخدامات المحافظ بالإضافة إلى محرك البحث المذكور.

أما بخصوص خدمة العملاء، عند سؤال الفنانات عن تجربتهم مع مراكز خدمة العملاء لم يكن لديهن أي شكاوى أو ملاحظات محددة، مما يشير إلى الرضا عن الخدمات المقدمة. فالوصول إلى مساعدة مركز الاتصال بشكل فوري والحصول على الدعم المطلوب من مركز الاتصال يلعب دوراً أساسياً في بناء الثقة والولاء لمقدم الخدمة.

تحليل سلوك العميل

من بين 262 امرأة تم تدريبهن، كان لدى 232 امرأة محفظة إلكترونية. وقد تم تحليل سلوكهن (لشهر واحد قبل التجربة، وأربعة أشهر أثناء التجربة، وشهر واحد بعد التجربة) لتحليل تأثير الوعي وبرنامج المكافآت على تشجيعهم على الاستخدام النشط والمنتظم للمحافظ الإلكترونية. أما بالنسبة للنساء اللاتي ليس لديهن محافظ، فقد تبينت أسبابهن من عدم امتلاك خط هاتف نقال إلى عدم امتلاك هاتف ذكي إلى الحواجز الثقافية التي منعتهن من امتلاك هواتف نقالة شخصية بحيث يكون هناك هاتف نقال واحد للعائلة أو لرب الأسرة.

أثناء فترة التدخلات

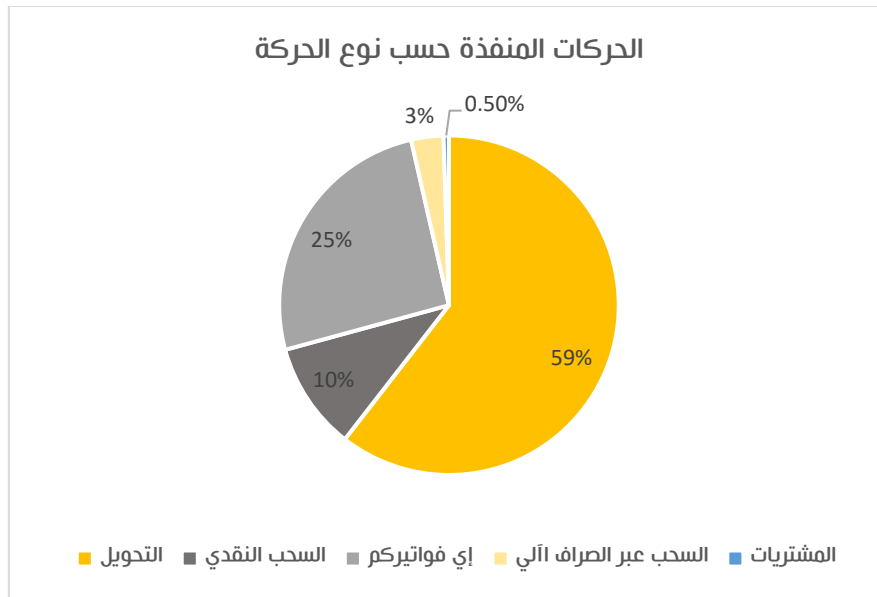
خلال فترة التجربة، استخدمت 79% من حملة المحافظ (232 امرأة) في المجموعة المستهدفة محافظهن مرة واحدة على الأقل. إن أحد المحاور الرئيسية في التجربة هو التحقيق في تأثير برنامج المكافآت على سلوك المجموعة المستهدفة للإجابة على السؤال حول ما إذا كانت عمليات استرداد مدفوعات الفواتير تحفز الاستخدام النشط للمحفظة لدفع الفواتير. من بين 232 مستخدمة، وعلى مدار أربعة أشهر، أجرت 57 مستخدمة معاملات دفع فواتير عبر إي فواتيركم، أي ما يقرب من 25% من المجموعة المستهدفة. وتبين سلوك مستخدمات إي فواتيركم من حيث التكرار، حيث أجرت 60% منهن معاملة واحدة إلى ثلاث معاملات على النظام، واستخدمتها 40% أربع مرات على الأقل، مما يجعلهن مستخدمات نشيطات للغاية. واستخدمته 16% عشر مرات أو أكثر، مما يدل على مستوى عالٍ من النشاط. نظراً لأن برنامج المكافآت كان قائماً على إعادة المبلغ المدفوع في معاملات إي فواتيركم إلى الفائزات، حيث تراوحت المبالغ المدفوعة من 1.5 إلى 20 ديناراً أردنياً، لم يكن هنالك علاقة ناشئة بين المبلغ المدفوع ومستوى النشاط. فقد كانت الفائزات بمبالغ صغيرة من بين المستخدمات النشطات على إي فواتيركم، ولم تكن الفائزات بأعلى المبالغ بالضرورة على درجة عالية من النشاط.

السؤال الثاني الذي تهدف التجربة إلى الإجابة عنه هو ما إذا كان حضور جلسات التوعية واختبار المعرفة يشجع على التبني النشط للمحفظة الإلكترونية. من بين 68 امرأة فزن بهواتف ذكية خلال جلسات التوعية، استخدمت 70% منهن المحافظ الخاصة بهن مرة واحدة على الأقل، واستخدمت 90% منهن

المحفظة بما يتجاوز مجرد السحب النقدي. تراوحت معظم هذه المعاملات في العدد بين 1-4 معاملات، واستخدمت 29٪ المحافظ الإلكترونية أكثر من 5 مرات، مما جعلهن مستخدمات نشيطات للغاية. 15٪ من الفائزات أجروا حركات دفع عبر إي فواتيركم، وفاز 7 فائزات بالهواتف الذكية في السحب الأسبوعي لإي فواتيركم، وهو ما يمثل 1٪ من الفائزات في الهواتف الذكية. يشير ذلك إلى أن مكافأة المشاركة النشطة في جلسات التوعية قد حفزت استخدام المحافظ بشكل عام، ولكن ليس الاستخدام النشط لإي فواتيركم لدفع الفواتير على وجه التحديد.

فيما يتعلق بحجم استخدام خدمات المحفظة المختلفة من قبل المجموعة المستهدفة، كانت حالة الاستخدام الأعلى هي تحويل الأموال، حيث قامت 59٪ من المجموعة المستهدفة بتحويل الأموال مرة واحدة على الأقل. وكانت ثاني أعلى حالة استخدام هي دفع الفواتير عبر إي فواتيركم. أما خدمات مثل السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي والمشتريات والتحويل بين الأفراد عبر رمز QR فقد قام بها 5 مستخدمات أو أقل من بين 232 امرأة. و10٪ منهن فقط أجروا معاملات سحب نقدي.

يسلط الشكل (1) الضوء على استخدام كل خدمة.



الشكل (1): الحركات المنفذة حسب نوع الحركة

كانت غالبية عمليات السحب النقدي مرتفعة نسبياً في القيمة، حيث تراوحت بين 20 إلى 400 دينار أردني لكل معاملة، بمتوسط قيمة مقداره 179 ديناراً أردنياً. أما بالنسبة للتحويل فقد بلغ متوسط قيمة المعاملات 28 ديناراً. وفيما يتعلق بتكرار المعاملات حسب الشهر، فقد كان سلوك المستخدمين مستقراً، حيث كانت أعداد المعاملات متقاربة في جميع أشهر التجربة.

إلى جانب فنانات سيب، كان هناك مجموعة محددة أخرى تم تحليل سلوكها؛ ألا وهي موظفي سيب. تم شمول 13 موظفاً في برنامج المكافآت لتشجيعهم على دعم تبني النقود الإلكترونية ليكونوا

نموذجاً يحتذى به لشبكتهم من فنانات سيب. كان مستوى نشاط الموظفين مرتفعاً للغاية، حيث أجرى معظمهم ما بين 15 و66 معاملة على مدى أربعة أشهر. كان تحويل الأموال هو الاستخدام الأكثر شيوعاً في سلوكهم وأظهروا مستويات عالية من تلقي التحويلات. أجرى 70٪ من الموظفين عدة معاملات على إي فواتيركم، ويشير سلوكهم إلى أنهم مرتاحون في استخدام المحافظ، مما قد يكون له تأثير إيجابي على تشجيع اعتماد المحافظ من قبل شبكة سيب من النساء.

السلوك قبل التدخلات

حتى يتسنى تحديد تأثير التدخلات على سلوك المجموعة المستهدفة، كان من الضروري التحقيق في سلوكهم قبل التدخلات لإنشاء خط أساس يتم قياس التغيير بالمقارنة معه. تم فتح معظم محافظ المجموعة المستهدفة قبل 1-3 أشهر من بدء التجربة و33٪ من المجموعة المستهدفة أجروا معاملات خلال الشهر السابق للتجربة (آب 2020). ارتفعت هذه النسبة إلى 79٪ خلال التجربة، مما يبرز النمو الكبير في الإقبال على المحافظ الإلكترونية كأداة للدفع. علاوة على ذلك، تضاعف عدد المعاملات التي تمت بين آب وأيلول، مما يشير إلى التأثير المباشر للوعي (والوعي المكافئ) على مستوى نشاط المجموعة المستهدفة. كانت حالة الاستخدام السائدة في سلوك المجموعة قبل التدخلات هي تحويل الأموال، حيث قامت 68 مستخدمة من أصل 77 بتحويل الأموال. واستخدمت 6 فنانات فقط إي فواتيركم، مقارنة بـ 57 مستخدمة أثناء التجربة. قبل التجربة، تم إجراء 4 معاملات سحب نقدي من أجهزة الصراف الآلي و9 معاملات سحب نقدي عبر الوكيل.

السلوك بعد التدخلات

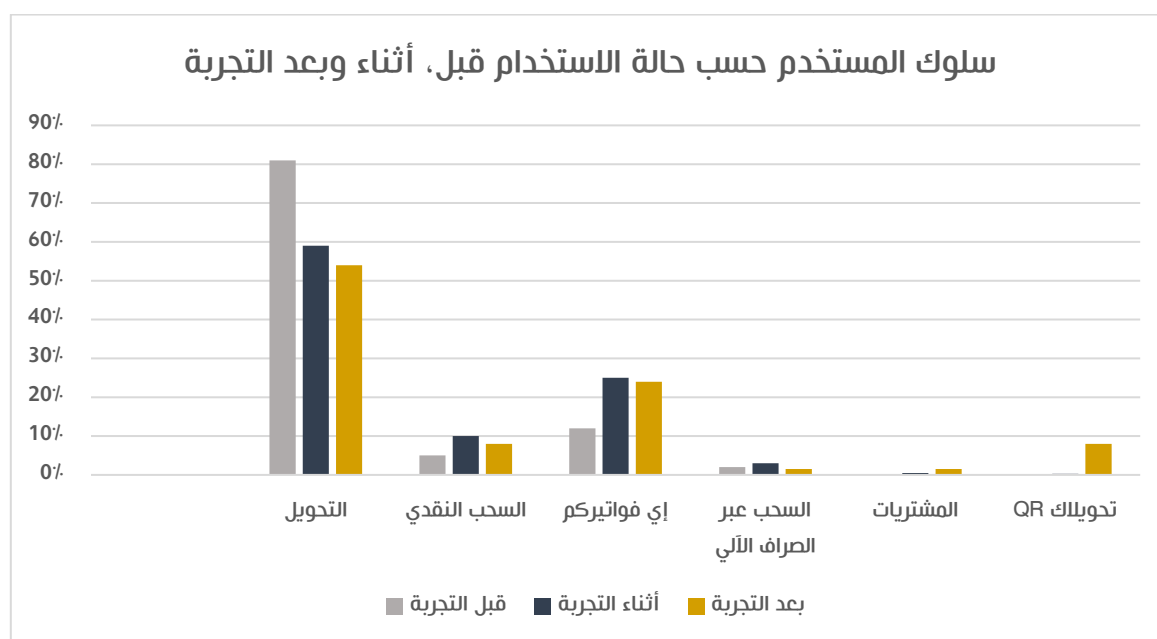
بعد الانتهاء من جميع التدخلات، تم رصد سلوك النساء لمدة شهر واحد لتحديد ما إذا كانت التدخلات أدت إلى تأثير مستدام على سلوكهم المالي. انخفض عدد المعاملات بشكل طفيف بنسبة تقل عن 20٪، وأجرت 104 امرأة حركات مالية من خلال المحفظة، وهو ما يمثل 57٪ من النساء اللاتي أجرين حركات مالية أثناء التجربة. بقي تحويل الأموال في مقدمة حالات الاستخدام مقارنة بحالات الاستخدام الأخرى، وجاءت معاملات إي فواتيركم في المرتبة الثانية. أما عمليات الشراء والسحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي فقد بقيت منخفضة نسبياً على مدار الستة أشهر، في حين شهدت مدفوعات رمز QR زيادة ملحوظة بعد التدخلات. وهذا يعكس الرغبة في الحصول على حلول سريعة ومستوى متزايد من الثقة لتجربة حالات استخدام وطرق دفع جديدة. استمرت 79٪ من الفائزات بسحب استرداد قيمة الفاتورة في استخدام محافظهم وإجراء المعاملات بعد توقف برنامج المكافآت، واستمر جميع موظفي سيب الذين أجروا المعاملات أثناء التجربة في القيام بذلك في مرحلة ما بعد التدخل.

في حين أن بعض الأرقام قد انخفضت في مرحلة ما بعد التدخل، يمكن تتبع الاستخدام النشط المستمر عبر عدة أوجه، مما يقود إلى استنتاج مفاده أن التدخلات لها تأثير طويل الأجل على الاستخدام وسلوك المستخدمين.

يوضح هذا الجدول سلوك المجموعة المستهدفة قبل وأثناء وبعد كل التدخلات.

نوع النشاط	قبل التجربة	خلال التجربة	بعد التجربة
المستخدمات اللواتي قمن بحركات مالية	24%	79%	49%
عدد الحركات	172	بمعدل 260 حركة شهرياً	206
أعلى حالات الاستخدام	تحويل الأموال	تحويل الأموال	تحويل الأموال
نسبة حركات إي فواتيركم من كل الحركات	12%	25%	24%
التحويل عبر رمز QR	لا ينطبق	3 حركات	16 حركة

يقدم الشكل (2) رؤى أعمق حول النسبة المئوية لكل نوع معاملة لجميع المعاملات التي تمت قبل وأثناء وبعد كل التدخلات.



الشكل (2): سلوك المستخدم قبل، أثناء وبعد التدخلات

لتلخيص ما سبق، أثبتت التدخلات المختلفة أنها تؤتي ثمارها على مستوى نشاط المستخدمين واعتمادهم للمحافظ الإلكترونية لتسديد المدفوعات وإجراء المعاملات المالية. وفي حين رفعت بعض النساء من مستوى نشاطهن خلال برنامج المكافآت لزيادة فرصهن في الفوز وأصبحن أقل نشاطاً بعد

البرنامج، فقد تم تحقيق إنجاز رئيسي؛ استخدمت هؤلاء النساء المحافظ بثقة وانتظام مما يزيد من احتمالية استخدامهن للمحافظ في المستقبل.

التوصيات

طوال هذه التجربة والتجارب التي أجريت سابقاً، استمرت النساء في إظهار شهية متزايدة للتعلم وتجربة النماذج الرقمية للخدمات المالية. حقيقة أن اللابئات اللواتي لا يتعاملن مع البنوك في مخيم غزة بدأت باستخدام رمز الاستجابة السريعة للمدفوعات والسحب النقدي من خلال أجهزة الصراف الآلي تعتبر مؤشراً إيجابياً لإمكانية انضمامهن إلى النظام البيئي المالي الرسمي إذا تم التعامل معهن بشكل مناسب وتزويدهن بالمعرفة والحوافز اللازمة.

نظراً لأن النقود الإلكترونية جديدة نسبياً في الأردن، لا يعرف الكثير من الناس ماهية المحفظة الإلكترونية وكيف يمكن أن تخدمهم وتسهل حياتهم. لذلك، قد لا يجذب التسويق المعتاد مستخدمين جدد. تم استخلاص التوصيات التالية من التجربة وتمثل ممارسات قائمة على الأدلة يمكن أن تزيد من قبول واستخدام النقود الإلكترونية إذا تم تبنيها بشكل مناسب من قبل شركات المحافظ الإلكترونية وأصحاب المصلحة المعنيين.

- **التوعية الشاملة** تتجاوز المعلومات التي يتم مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي وفي الحملات التسويقية، ويجب تزويد المستخدم بمعرفة كيفية استخدام جميع خدمات المحفظة الإلكترونية والإجابة على أسئلة المستخدمين. إن تدريب المستخدمين على ماهية المحفظة الإلكترونية وكيفية استخدامها لا بد أن يشجع على الاستخدام المسؤول والمستمر والنشط.
- **تحفيز الاستخدام** في بداية تبني النقود الإلكترونية أثبتت فعاليتها حتى الآن في اكتساب مستخدمين نشطين جدد يبدون حماساً في تجربة الخدمة ليستفيدوا من الحوافز وبينون الثقة تدريجياً في استخدام الخدمات المالية الرقمية التي لم يكن لديهم إمكانية الوصول إليها من قبل. كما أنه يبني الثقة في مقدم الخدمة ويعزز ولاء العملاء.
- يجب أن تكون **المتابعة الوثيقة مع الوكلاء** واحدة من أهم أولويات مقدمي خدمة المحافظ الإلكترونية لتعزيز طرح خدمة النقود الإلكترونية. منذ ظهور الخدمات المالية عبر الهاتف النقال في الأردن، استمرت التحديات في الظهور مع الوكلاء؛ من زيادة رسوم السحب على العملاء إلى الرفض التعسفي لخدمة العملاء. لذا يجب تشجيع المستخدمين بشكل مباشر من خلال مقدمي خدمة المحافظ الإلكترونية على الإبلاغ عن أي مشكلات مع الوكلاء ليتمكنوا من حل المشكلات وتصحيح الممارسات الخاطئة.
- **الشراكات في الخدمات المالية الرقمية** ذات أهمية عالية حيث يمكنها تعظيم جهود التوعية القائمة ونتاجها وإعطاء المستخدمين تأكيداً على مرونة القطاع المالي والتعاون المنظم بين أصحاب المصلحة فيه.

تم تطوير التجارب الرقمية كمفهوم بحثي لاستخراج المعرفة التي تساعد في صنع القرار وتعزيز تقديم الخدمات المالية الرقمية. وبشكل أكثر دقة، فهي تدور حول مستخدم الخدمة المالية؛ بهدف فهم احتياجاته وخدماته بشكل أفضل وتحديد الفرص لدمجه في النظام البيئي المالي. طورت جوباك هذا المفهوم البحثي واعتمدته في استراتيجيتها الأولى وعقدت العزم على تنفيذه مراراً وتكراراً بالشراكة مع مختلف الجهات الفاعلة في القطاع لتوسيع نطاق الوصول إلى المعرفة والممارسات القائمة على الأدلة. لقد جلب هذا المفهوم قيمة لعملية صنع القرار في القطاع المالي في الأردن، ويجب تشجيع اعتماده كممارسة منتظمة من قبل جميع أصحاب المصلحة واللاعبين في القطاع المالي.

نظراً لأن الفجوة بين الجنسين في الشمول المالي في الأردن هي من أعلى المستويات، والشمول المالي للمرأة يبلغ 27٪ (وفقاً لبيانات مؤشر البنك الدولي العالمي لعام 2017)، فقد هدفت هذه التجربة إلى المساهمة في البحث حول كيفية زيادة الشمول المالي للنساء، مع التركيز على شريحة معينة قد لا تحظى بالأولوية: ألا وهي اللاجئات. يتماشى نقل النساء من الغياب إلى الوصول إلى الممارسة في النظام البيئي المالي مع الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي في الأردن ومع أهداف التنمية المستدامة، ويحمل أيضاً فوائد للأسرة وإدارة الالتزامات المنزلية. لذلك تأتي نتائج التجربة لتتحدى الصور النمطية حول استعداد المجتمعات الأقل حظاً لتبني النقود الإلكترونية واستخدامها بفعالية وتدعو إلى بذل جهود منظمة لاستهداف النساء وإدماجهن في الخدمات المالية.

