



هيئة سوق رأس المال
Capital Market Authority



الشمول المالي في فلسطين
Financial Inclusion in Palestine



سلطة النقد الفلسطينية
PALESTINE MONETARY AUTHORITY

خارطة طريق - الخدمات المالية الرقمية لتعزيز الشمول المالي



2023



MAS

معهد أبحاث السياسات
الاقتصادية الفلسطينية (ماس)

خارطة طريق- الخدمات المالية الرقمية لتعزيز الشمول المالي

الباحثون الرئيسيون:

د. جايّ تيكام
حبيب حن

عد معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس) هذه الدراسة لصالح اللجنة الوطنية للشمول المالي في فلسطين ممثلة بسلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية، وهي إحدى دراسات مشروع "المسح الميداني للشمول المالي والدراسات المتعلقة به" والذي نفذه المعهد، استنادا إلى مسوح ميدانية للشمول المالي قام بها الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. علما بأن حقوق الملكية الفكرية والنشر للدراسات تعود للجنة الوطنية للشمول المالي.

تقديم

تعمل سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال بشكل مستمر من أجل تعزيز الشمول المالي في فلسطين، وذلك ضمن استراتيجيات وأهداف واضحة وبمشاركة واسعة من الجهات ذات العلاقة. ترجمت هذه الجهود خلال السنوات الأخيرة على شكل مشروع وطني طموح استند إلى دراسة مسحية شاملة (دراسة الشمول المالي للعام 2016) وتمخّض عنها الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي 2018-2025. وعليه، تم خلال العام 2022 تنفيذ إعادة تقييم شامل للشمول المالي بهدف قياس المستجدات والتقدم الحاصل في تطبيق أهداف الاستراتيجية الوطنية والوقوف عند الأسباب والمعوقات والفجوات التي تحول دون الوصول إلى مستويات أعلى من الشمول المالي، ومن المؤمل أن يساهم التقييم في مساندة مساعي كل من الهيئة وسلطة النقد في تطوير خطة عمل الاستراتيجية وتحديثها.

توفر هذه الدراسة تشخيصاً شاملاً لحالة وتطور الشمول المالي في فلسطين من جانبي الطلب والعرض والنظام البيئي، وبما يشمل تحليل شامل ومعقد للفئات المهمشة التي تعاني من تدنٍ في نسب الشمول المالي. كما تستعرض الدراسة قدرة واستعداد القطاع المالي الرسمي لتقديم الخدمات للفئات المستبعدة مالياً، وتقدم توصيات وتدخلات عاجلة وضرورية لتعزيز الشمول المالي وتحقيق أهداف الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي ضمن إطار زمني محدد. كما تغطي الدراسة القطاع المالي الفلسطيني بشقيه المصرفي وغير المصرفي، إلى جانب عرض بعض مؤشرات انتشار القطاع المالي غير الرسمي. بالإضافة إلى الدراسة التشخيصية، تم اعداد تقريرين فنيين منفصلين، تناول التقرير الأول تحليل للشمول المالي الرقمي في فلسطين، والذي هدف إلى فهم مدى استعداد المواطنين الأفراد الفلسطينيين لتبني الخدمات المالية الرقمية كوسيلة لتعزيز الشمول المالي، وتقييم مدى استعداد المؤسسات المالية، من ناحية العرض، لتقديم الخدمات المالية الرقمية التي يمكن أن تسهل الوصول إلى شرائح الأفراد التي تعاني من نقص الخدمات المالية. في حين تناول التقرير الثاني واقع الشمول المالي من منظور النوع الاجتماعي في فلسطين، والذي قدم تحليلاً كاملاً ومفضلاً للشمول المالي القائم على أساس النوع الاجتماعي، وركز على الكيفية التي يتشكل الشمول المالي بها بفعل عوائق بنيوية، وثقافية، واجتماعية كثيرة، واقترح مجموعة من التدخلات السياسية من أجل تسريع وتيرة التحول في القطاع المالي القائم على أساس النوع الاجتماعي.

يسرنا في هيئة سوق رأس المال وسلطة النقد الفلسطينية أن نتوجه بالشكر إلى معهد أبحاث السياسات الاقتصادية - ماس والجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، ووحدة إدارة مشروع تقييم الشمول المالي على جهودهم في اعداد هذه الدراسة الغنية والشاملة، وإلى جميع الجهات ذات العلاقة من القطاع الخاص والحكومة ومؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الدولية الشريكة الداعمة لمشروع بناء الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي، تحديداً مؤسسة التحالف العالمي للشمول المالي AFI.


د. نبيل قسيس

رئيس مجلس الإدارة، هيئة سوق رأس المال

د. فراس ملحم

محافظة سلطة النقد



المحتويات

01	القسم الأول: تحليل نتائج المسوح
01	1- مقدمة حول المسوح
02	2- التركيبة الديمغرافية لمجتمع المسح وجاهزيتهم لتبني الخدمات المالية الرقمية
02	1-2 التركيبة الديمغرافية لمجتمع مسح جانب الطلب
02	1-1-2 الملف التعريفي للمبجوثين
04	2-1-2 المستوى التعليمي
04	3-1-2 توزيع الدخل والحالة الوظيفية
07	4-1-2 الوصول إلى التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي
08	2-2 التركيبة الديمغرافية للمستطلعين في مسح جانب العرض
08	1-2-2 الملف التعريفي للمستطلعين في مسح جانب العرض
09	2-2-2 مجموعة بؤرية
09	3-2 محددات نطاق المسح
13	3- تحليل نتائج المسح لفهم الجاهزية للخدمات المالية الرقمية
13	1-3 تحليل نتائج مسح جانب الطلب
	1-1-3 بحث أسباب عدم الرغبة أو الحاجة إلى حسابات مصرفية في فلسطين
14	2-1-3 تحليل أنواع استخدام خدمات المعاملات الرقمية للمشمولين
17	3-1-3 تحليل قنوات التحويلات المالية ودور القنوات الرقمية
21	4-1-3 تحليل استخدام منتجات الادخار والاستثمار والدور الذي يمكن أن تلعبه الخدمات المالية الرقمية
21	5-1-3 تحليل استخدام التأمين وكيف يمكن للخدمات المالية الرقمية تعزيز الشمول بالتأمين
24	6-1-3 أسباب انخفاض معدلات الاختراق التأميني
25	7-1-3 تحليل استخدام منتجات الأوراق المالية وخدماتها
27	8-1-3 أمور يتوجب أخذها بعين الاعتبار عند شراء المنتجات والخدمات المالية وكيف يمكن للخدمات المالية الرقمية التأثير على قرار المستهلك بما يخدم الشمول المالي
28	9-1-3 تحليل استخدام الخدمات المالية الرقمية في الوقت الحاضر والمستقبل
30	2-3 تحليل إجابات مسح جانب العرض
34	

- 34 1-2-3 مسؤولية المؤسسات المالية في تحفيز الشمول المالي
- 2-2-3 العوائق والعقبات الرئيسية التي تحول دون قيام المؤسسات المالية
37 بخدمة الفئات غير المشمولة بالخدمات
- 3-2-3 يمكن لشركات التكنولوجيا المالية الجديدة العمل جنباً إلى جنب مع
45 الشركات القائمة
- 3-3 تقييم البيئة الممكنة أو البنية التحتية
47
- 1-3-3 تطوير المنظومة البينية للتكنولوجيا المالية والشمول المالي
48
- 3-3 تطوير البنية التحتية والسياسات التنظيمية للإسهام في تحفيز الشمول المالي الرقمي
49
- 3-3-3 تطوير منظومة بيئية ريادية لتمكين الشركات الجديدة في مجال
التكنولوجيا المالية من إطلاق أعمالها والنمو بما يخدم الشمول المالي
54

55	القسم الثاني: خارطة طريق للشمول المالي الرقمي في فلسطين
55	1- العوامل المؤثرة في الشمول المالي ودور الخدمات المالية الرقمية
59	2- خارطة طريق للشمول المالي الرقمي في فلسطين
59	1-2 مجال التركيز
	1-1-2 تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تعزيز قطاع الشركات المتوسطة والصغيرة ومنتاهي الصغر وإدماجه بالخدمات المالية التقليدية والرقمية
59	2-2 تطوير منظومة ببنية للتكنولوجيا المالية (أو الشمول المالي الرقمي) واستراتيجية وطنية للتكنولوجيا المالية
61	
63	3-2 تعزيز الثقافة المالية الرقمية وتشجيع استخدام الخدمات المالية الرقمية
67	4-2 السيطرة على القنوات غير الرسمية للخدمات المالية
69	5-2 استكشاف الحواجز والمعوقات التي تحول دون شراء واستخدام الخدمات المالية وتذليلها
	6-2 تقييم المعوقات التي يواجهها مزودو الخدمات المالية عند تطوير المنتجات والخدمات الرقمية لتحفيز الشمول المالي وكيفية التغلب عليها
71	
75	7-2 تمكين تطوير المنظومة البيئية للتكنولوجيا المالية والتمويل البديل
78	3- الخلاصة
82	قائمة المراجع
84	ملحق

الاختصارات

واجهة برمجة التطبيقات	API
ماكينة الصراف الآلي	ATM
الشمول المالي الرقمي	DFI
الخدمات المالية الرقمية	DFS
برنامج اعرف عميلك الإلكتروني	eKYC
المحفظة الإلكترونية	e-Wallet
(التكنولوجيا المالية) (الفتك)	Fintech
مزودو الخدمات المالية التقليدية	Incumbents
اعرف عميلك	KYC
الشركات المتوسطة والصغيرة ومنتاهية الصغر	MSMEs
السلطة الفلسطينية	PA
هيئة سوق رأس المال الفلسطينية	PCMA
سلطة النقد الفلسطينية	PMA
جمعيات الادخار والائتمان الدوار	ROSCA
الشركات الصغيرة والمتوسطة	SMEs

المقدمة

يتناول التقرير الحالي جاهزية السكان الفلسطينيين للخدمات المالية الرقمية، ويتوجب قراءته كجزء مكمل لتقريرين آخرين أعدا في سياق إجراء مسح الشمول المالي في فلسطين، وهما:

1. الشمول المالي في فلسطين: دراسة تشخيصية
2. خارطة طريق - النوع الاجتماعي لتعزيز الشمول المالي

يعنى التقرير بفهم مدى استعداد الفلسطينيين لتبني الخدمات المالية الرقمية كوسيلة لتعزيز الشمول المالي، وتقييم مدى استعداد وقدرة المؤسسات المالية، من جانب العرض، على تقديم الخدمات المالية الرقمية التي يمكن أن تساهم في الوصول إلى شرائح السكان التي تعاني من الإقصاء المالي.

يشمل التقرير قسمين؛ يعرض القسم الأول تحليلاً معمقاً لمسوح جانبي الطلب والعرض التي نفذها معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس) بالشراكة مع وبطلب من سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية. أما القسم الثاني فيقدم خارطة طريق لسبل تعزيز الخدمات المالية الرقمية بما يخدم الشمول المالي في فلسطين.

تعد المسوح التي تم إجراؤها العام 2022 تحديثاً لمسح سابق نفذ في العام 2016. وقد أسفر مسح العام 2016 عن صياغة الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي والتي كانت تهدف بالمقام الأول لتعزيز انتشار الشمول المالي برفع نسبته من حوالي 36% إلى ما يزيد على 50% بحلول العام 2025. يسلط مسح العام 2022 الضوء على ما أحرز من تقدم على هذا الصعيد، والأهم من ذلك أنه يأخذ بعين الاعتبار تأثير آخر التطورات الحاصلة على صعيد الشمول المالي، على غرار المحافظ الإلكترونية (بدلاً من الحسابات المصرفية) والمنتجات والخدمات المالية الرقمية الأخرى لتحقيق الشمول المالي الرقمي. كما يُترجم التقرير الحالي ما تم الكشف عنه من ثغرات وفجوات إلى خارطة طريق قابلة للتنفيذ في فلسطين للتصدي لتحدي الإقصاء المالي.

القسم الأول: تحليل نتائج المسوح

1- مقدمة حول المسوح

تضمنت منهجية الدراسة ثلاث طرق لجمع المعلومات من مصادرها الأولية:

1. مسح جانب الطلب – حيث تم مسح عينة مكونة من ما مجموعه 7,324 فردا لقياس الطلب المتغير على الخدمات المالية. وقسمت أسئلة مسح جانب الطلب إلى عشرة أجزاء لجمع المعلومات التالية:

- أ. بيانات تعريفية
- ب. التركيبة الديمغرافية وتقسيم السكان
- ت. ملكية الأصول
- ث. إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية وملكيته (بما في ذلك الخدمات المالية الرقمية)
- ج. وسائل الدفع والتحويلات (بما في ذلك المدفوعات الرقمية)
- ح. معلومات حول الادخار (بما في ذلك الأصول المالية الرقمية)
- خ. استخدام الخدمات المالية ووتيرة استخدامها (بما في ذلك الخدمات الرقمية)
- د. الإدارة المالية للأسر المعيشية
- ذ. معلومات حول الثقة في المؤسسات المالية (بما في ذلك المزودون الجدد لخدمات الدفع والشركات الجدد الداخلة لمجال التكنولوجيا المالية)
- ر. المعرفة والثقافة المالية (بما في ذلك فهم الخدمات والمنتجات المالية الرقمية).

فيما يتعلق بهذا التقرير، انصب التركيز على أسئلة محددة طرحت لفهم جاهزية السكان الفلسطينيين واستعدادهم لتبني الخدمات المالية الرقمية وبالتالي تحقيق مستويات أعلى من الشمول المالي الرقمي.

2. مسح جانب العرض – تم إجراء مسح لجانب العرض من خلال استطلاع آراء 48 موظفا من الإدارات العليا في المؤسسات المالية العاملة في فلسطين لفهم وجهات نظرهم حول التالي:

- a. المسؤوليات المناطة بالمؤسسات المالية لتعزيز الشمول المالي في فلسطين.
- b. مبادرات التحول الرقمي الجارية في مؤسساتهم، بالإضافة إلى المبادرات الساعية لتطوير المنتجات والخدمات المالية الرقمية.
- c. الإطار القانوني والتنظيمي، وما إذا كان يساعد أو يعرقل تطوير الخدمات والمنتجات المالية الرقمية لتحفيز الشمول المالي الرقمي.

d. كفاية الحماية المالية للمستهلك.

e. فهم كيفية معالجة المؤسسات المالية لقضايا النوع الاجتماعي.

3. مجموعة بؤرية لجانب العرض - تم أيضا عقد ثلاث مجموعات بؤرية مع المؤسسات المالية للتعلم أكثر في بيانات محددة تم جمعها من خلال مسح جانب العرض.

2- التركيبة الديمغرافية لمجتمع المسح وجاهزيتهم لتبني الخدمات المالية الرقمية

1-2 التركيبة الديمغرافية لمجتمع مسح جانب الطلب

يمكن أن تساهم الخدمات المالية الرقمية في الوصول إلى نسبة أكبر من السكان لقدرتها على تخطي عدد من العراقيل التي تواجهها شركات الخدمات المالية التقليدية في الوصول إلى غير المشمولين بالخدمات المالية. مع ذلك، يبقى الشمول المالي الرقمي مرهونا بتقبل السكان المستهدفين وانفتاحهم على التعامل مع مزودي الخدمات المالية من خلال القنوات الرقمية. يمكن أن يساعد فهم التركيبة الديمغرافية لسكان فلسطين في تحديد ما إذا كان السكان مستعدين لتبني القنوات الرقمية. على سبيل المثال، من المعروف أن القنوات الرقمية تحظى بقبول عالي لدى فئة الشباب، وكذلك الأفراد ذوي المستوى التعليمي الأعلى. في بعض البيئات الثقافية، يبدي الرجال إقبالا كبيرا على القنوات الرقمية أكثر من النساء اللواتي قد لا يحظين بفرصة الوصول إلى الأجهزة الرقمية مثل الحاسوب أو الهاتف الذكي، أو في الأسر التي يتحكم فيها الرجال بالشؤون المالية للأسرة بأكملها.

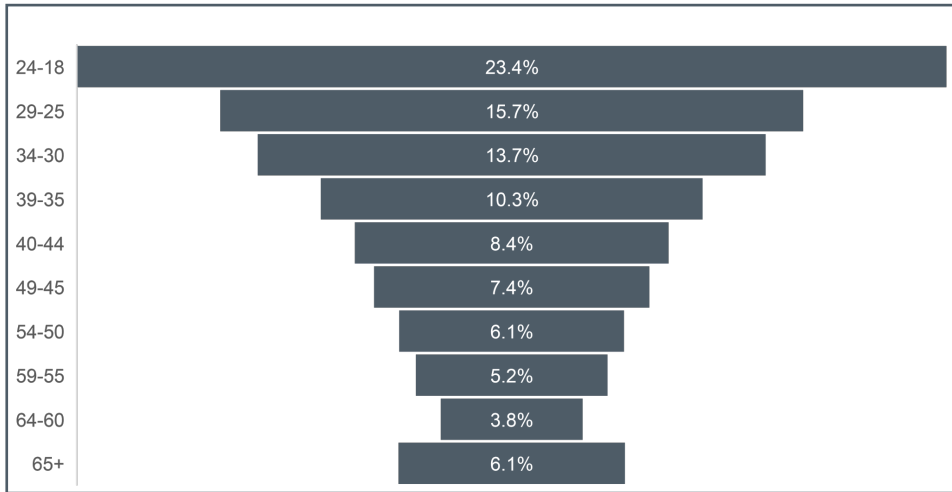
1-2-1 الملف التعريفي للمبوحثين

انقسم مجتمع المسح مناصفة تقريبا ما بين ذكور (50.6%) وإناث (49.4%). شكل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 24 عاما أكبر نسبة من المبوحثين بمقدار 23.4% أو 1,713 مستطاعا. من المرجح أن تتبنى الفئة الأصغر سنا من السكان الخدمات المالية الرقمية باستخدام التكنولوجيا المالية، وهو مؤشر مشجع للشمول المالي الرقمي (أنظر الشكل رقم 1). على العكس من ذلك، كان 3.82% فقط من السكان المبوحثين ضمن الفئة العمرية 60-64 (الأكثر رفضا/مقاومة أحيانا لاعتماد القنوات الرقمية). النسبة الأكبر من المبوحثين (66.93%) كانت من المتزوجين بينما أفاد 26.13% أنه لم يسبق لهم الزواج. قد يفيد الشمول المالي لجميع أفراد الأسرة لدى الأفراد المتزوجين، ذلك أن الوصول إلى الخدمات المالية يمكن أن يساعد الوالدان/الأهل على دفع تكاليف تعليم أبنائهم أو شراء منزل وتأمين مستقبل الأسرة بأكملها.

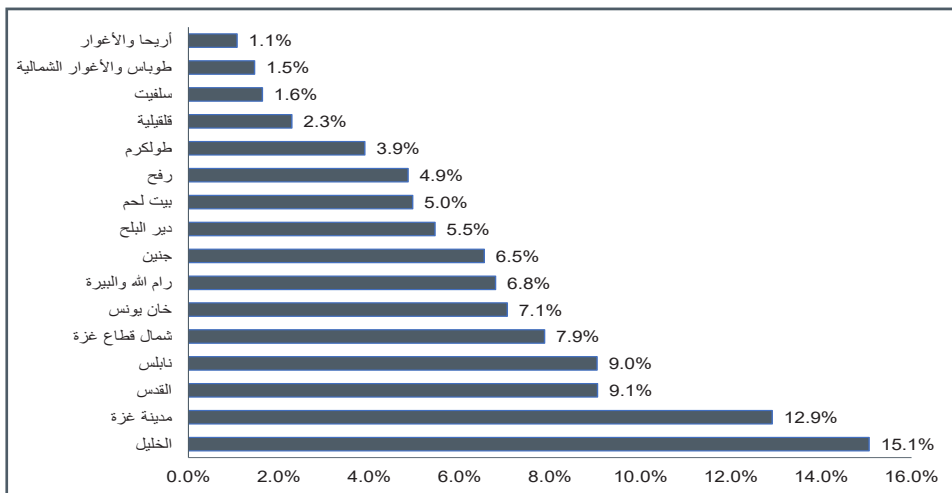
شكل سكان مدينة الخليل ومدينة غزة نسبة كبيرة من السكان الذين شملهم المسح، بلغت 15.06% و 12.92% على التوالي. بينما اقتصرت نسبة المبوحثين من محافظة رام الله والبيرة،

المحافظة التي تشمل معظم المؤسسات الرسمية والمالية في فلسطين، على نحو 6.80% فقط من السكان الذين شملهم المسح (انظر الشكل رقم 1). قد تكون تحديات الوصول إلى الخدمات المالية أكثر وضوحاً بين السكان الذين يعيشون خارج المدن الرئيسية في أي بلد كان. بالتالي، قد يساعد تحديد منطقة السكان الذين شملهم المسح في تفسير التحديات التي تواجهها هذه التجمعات في الوصول إلى الخدمات المالية.

الشكل رقم 1: الفئات العمرية لمجتمع المبحوثين في مسح جانب الطلب



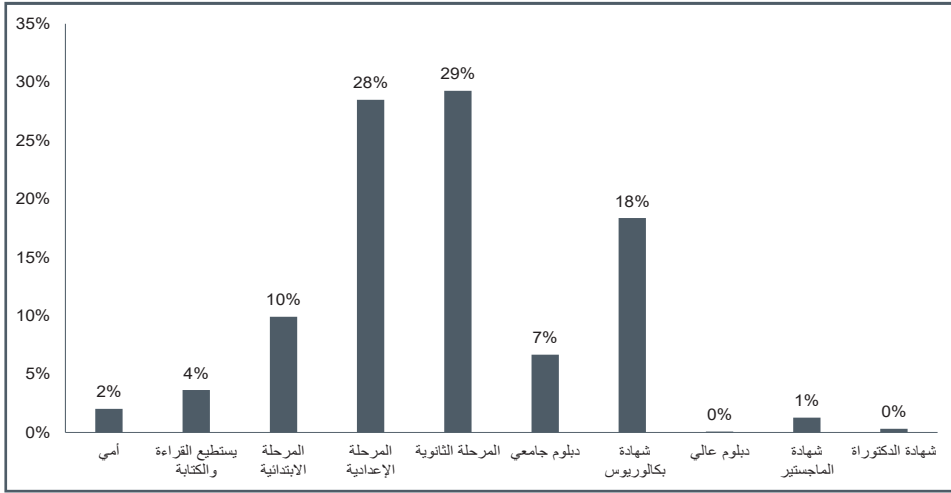
الشكل رقم 2: توزيع المبحوثين بالمسح بحسب المحافظة



2-1-2 المستوى التعليمي

يمكن للمستوى التعليمي للسكان أن يؤثر بشكل كبير في مدى نجاح استراتيجيات الشمول المالي الرقمي التي أطلقها القطاع العام والخاص. وتظهر بيانات المسح جلياً وجود عدد كبير من السكان المتعلمين في فلسطين، حيث أتم 29.3% من السكان تعليمهم الثانوي، وحصل 18.4% منهم على مؤهلات علمية كشهادة البكالوريوس. وقد ذكرت أقلية منهم أنها أمية (2.03%) وأفاد 3.6% أنهم لم يتموا تعليمهم الابتدائي أو الإعدادي أو الثانوي، إلا أنهم يستطيعون القراءة والكتابة. تظهر هذه البيانات سيناريو مشجعا في فلسطين، حيث تزداد فرصة تبني الخدمات المالية الرقمية بين السكان المتعلمين (انظر الشكل 3).

الشكل 3: المستوى التعليمي للمستطلعين في مسح جانب الطلب

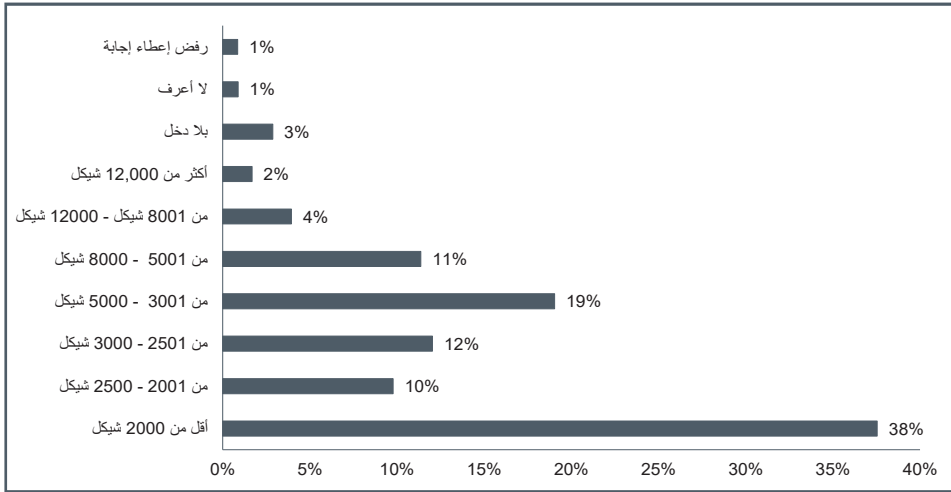


3-1-2 توزيع الدخل والحالة الوظيفية

كانت أعلى نسبة من الأفراد الذين شملهم المسح (32.8%) كما عرفن أنفسهن، ربات بيوت لا يعملن. وهناك نسبة كبيرة من المبحوثين (10.6%) من الطلاب، و10.2% عاطلون عن العمل ويبحثون عن عمل. ذكرت أقلية منهم أنهم متقاعدون (2.1%) بينما أفاد 4.7% منهم أنهم غير قادرين على العمل بسبب الشيخوخة أو المرض. لا تعد هذه الأرقام ممثلة للسكان الفلسطينيين بشكل عام، وهي خاصة بالمسح التي تم تنفيذها لأغراض الدراسة والذي يقتصر على الأفراد البالغين 18 سنة فأكثر. لكن هذه الأرقام تفسر جزئياً سبب الإقصاء المالي في فلسطين. معظم العاملين بأجر يعملون في القطاع الخاص. وتتواجد أعلى نسبة من موظفي القطاع الخاص (16.4%) في جنوب الضفة الغربية، بينما النسبة الأقل منهم (6.4%) فتتواجد في جنوب قطاع غزة.

ترتبط مستويات الدخل بمستويات الشمول المالي. لذا من المرجح أن يكون لدى الأفراد الذين لديهم دخل منتظم أو بعض الدخل المتاح، حساب بنكي ويستفيدون من خدمات مالية أخرى، مثل حسابات التوفير أو التأمين، أو قادرين على سداد قرض. إذا كانت رواتب الأفراد العاملين تودع مباشرة في حساب مصرفي، قد يكون هؤلاء الأفراد أكثر انفتاحاً على استخدام الخدمات المالية الرقمية. تجني النسبة الأعلى من الأسر (37.6%) التي شملها المسح أقل من 2000 شيكل شهرياً (حوالي 580 دولار)، بينما أفاد 2.9% من المبحوثين أن الأسرة بأكملها ليس لديها مصدر دخل.

الشكل رقم 4: دخل الأسر المستطلعة في المسح

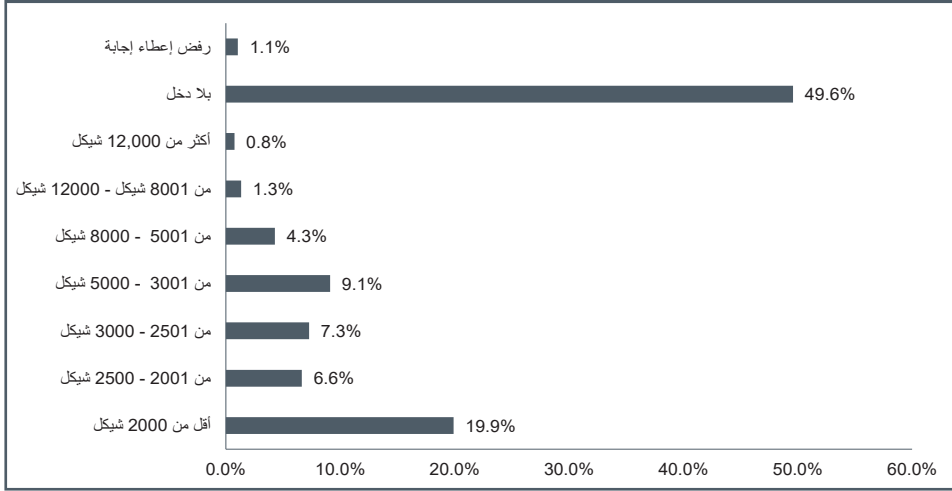


أما على مستوى الأفراد، يؤكد التحليل على أن ما يقرب من نصف المبحوثين من أفراد الأسر (49.6%) أفادوا بأنه لا دخل لديهم وأن حوالي 20% منهم يجنون أقل من 2000 شيكل شهرياً (انظر الشكل رقم 5). يمكن تفسير الإجابات الواردة تحت "لا يوجد دخل"، بأنها تخص الطلاب الذين يدرسون ولا يعملون، أو أحد الوالدين الذي يعتني بالأطفال ولا يعمل، أو الأفراد الذين يبحثون عن عمل. من المرجح أن يكون افتقار الأسر والأفراد إلى دخل معيشي أكبر سبب للإقصاء المالي. في مثل هذه الحالات، من غير المرجح أن يكون لتقديم الخدمات المالية الرقمية أي تأثير يذكر في تعزيز الشمول المالي، ما لم يحصل الأفراد الذين يجنون دخلاً ضئيلاً ولديهم شكل من أشكال الحسابات على الدعم والمساعدة (من خلال تطبيقات الهاتف المحمول، على سبيل المثال) لإدارة شؤونهم المالية بشكل أفضل، حتى يتسنى لهم إيجاد طرق لتوفير بعض المال بشكل شهري.

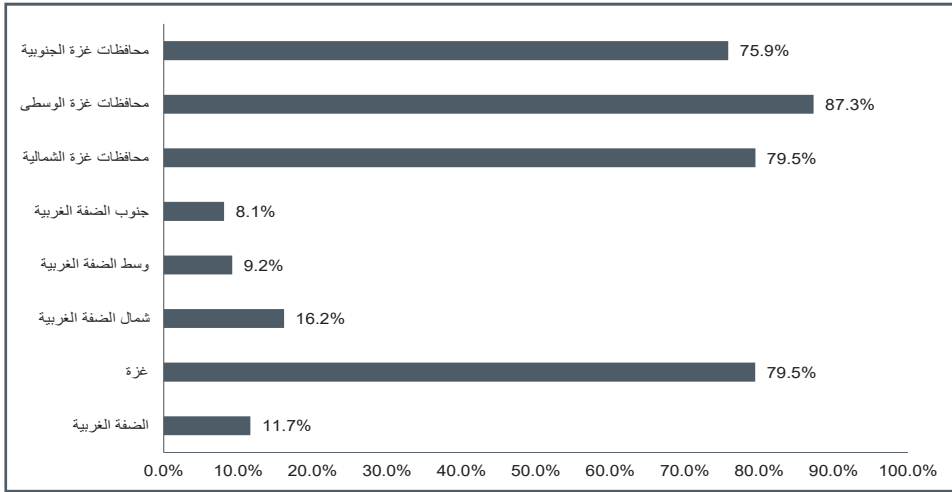
تتواجد النسبة الأكبر من الأسر المشمولة بالمسح والتي يقل دخلها عن 2000 شيكل في المحافظات الوسطى من قطاع غزة (87.3%) والمحافظات الجنوبية (75.9%)، على التوالي، كما هو موضح في الشكل 6. بينما يظهر الشكل 7 أن أعلى نسبة من المبحوثين الذين لا يتوفر لديهم مصدر دخل كانوا من المحافظات الجنوبية من قطاع غزة (6.61%).

يوجد عدد أكبر من الأسر ذات الدخل المتدني والأسر بلا دخل في قطاع غزة بشكل عام، وبالتالي من المرجح أن تكون مستويات الشمول المالي في القطاع أقل مقارنة بالضفة الغربية.

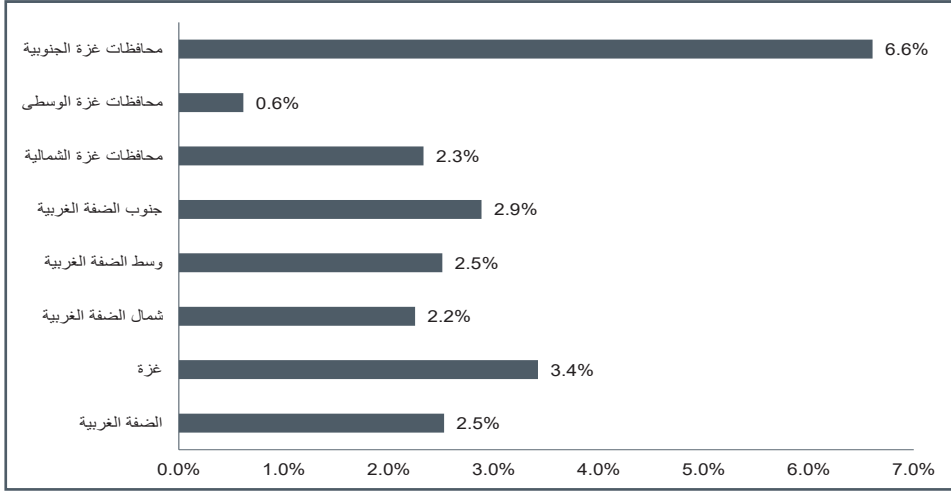
الشكل رقم 5: توزيع الدخل الفردي داخل الأسرة



الشكل 6: توزيع الأسر التي يقل دخلها عن 2000 شيكل بحسب المنطقة



الشكل 7: توزيع الأسر التي لا دخل لها بحسب المنطقة



4-1-2 الوصول إلى التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي

يمكن أن يشجع الوصول إلى الإنترنت والهواتف الذكية على استخدام الخدمات المالية الرقمية. نسبة عالية من السكان المشمولين بالمسح في فلسطين تتوفر في منازلهم خدمة الإنترنت (80.2%) و90.5% منهم يمتلكون هاتفا محمولا، و89.9% ذكروا أن لديهم هاتفا ذكيا. تعد هذه البيانات واعدة على صعيد تعزيز الخدمات المالية الرقمية، شريطة تلقي الناس الدعم والتدريب للاستفادة الكاملة من هذه الأجهزة لإجراء معاملاتهم المالية. كما أن نسبة عالية (79.7%) من المبحوثين يتصفحون وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أفاد 92.04% من هذه النسبة بأنهم يستخدمون حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي يوميا. تبدو هذه البيانات مشجعة، حيث ثبت أن وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك Facebook والواتس اب WhatsApp وأشباهاها تعد أدوات فعالة في تقديم الخدمات المالية، فهي جزء لا يتجزأ من حياة مستخدميها، لذا من المرجح أن يؤدي إضافة الخدمات المالية لهذه القنوات، إلى رفع معدلات استخدام الخدمات المالية، شريطة أن يكون لدى المستخدمين المال للاستفادة من مثل هذه الخدمات.

لكن يبقى هناك بعض أوجه القصور في مثل هذه المؤشرات، حيث ذكر 72.6% من المبحوثين أنهم لم يستخدموا تطبيقات الهاتف المحمول على هواتفهم، ما يدعو للقلق من احتمال رفض شريحة السكان غير المشمولة ماليا، التعامل مع تطبيقات الخدمات المالية الرقمية. على الرغم من ذلك، من بين هؤلاء الذين يستخدمون تطبيقات الهاتف المحمول (27.4%)، هناك 72.6% يستخدمون التطبيقات يوميا. علاوة على ذلك، ذكر 36.3% فقط من السكان المشمولين بالمسح أنهم يتصفحون الإنترنت، وما معدله 73.2% منهم يفعلون ذلك يوميا.

من المرجح أن يستخدم رواد الألعاب الإلكترونية أجهزة الحاسوب أو هواتفهم النقالة يوميا، بالتالي، يمكن استهدافهم بالخدمات المالية الرقمية. برغم ذلك، أفاد 16.2% فقط من المشمولين بال مسح أنهم يلعبون الألعاب الإلكترونية، و78.3% منهم أنهم يمارسونها يوميا.

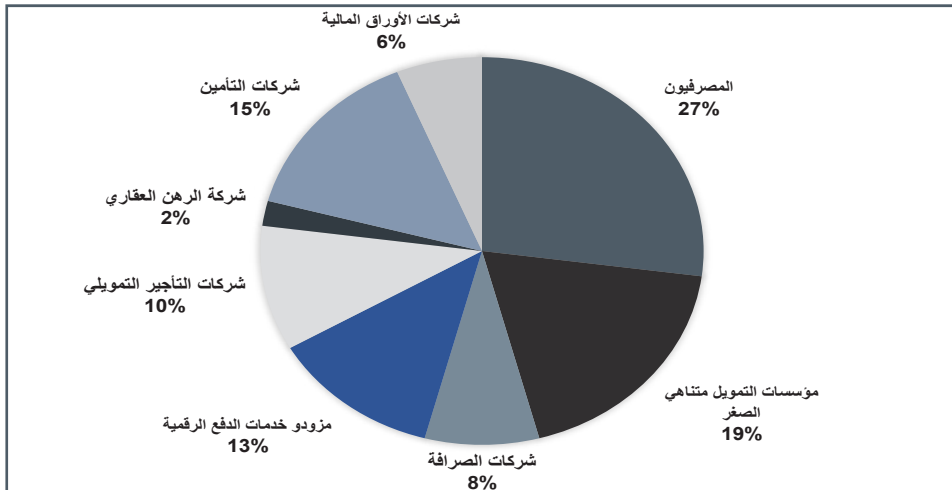
2-2 التركيبة الديمغرافية للمستطلعين في مسح جانب العرض

إذا وُجِد طلب على الخدمات المالية الرقمية، فإنه من المفترض أن تستجيب الشركات المشتغلة في القطاع ورواد الأعمال لتلبية هذا الطلب. بالتالي، ستتشق المنتجات والخدمات المالية الرقمية الجديدة طريقها إلى السوق، ومن خلال هذه العملية ستحقق مستويات أعلى من الشمول المالي.

1-2-2 الملف التعريفي للمستطلعين في مسح جانب العرض

شكّل المصرفيون أكبر شريحة (27.1% أو 13 من أصل 48 مشاركا) من مجتمع البحث في مسح جانب العرض. وكانت مؤسسات التمويل متناهي الصغر ثاني أكبر شريحة (18.8% أو 9 مشاركين). شكل مقدمو خدمات الدفع الرقمية الذين شملهم المسح 12.5% (6 مشاركين)، ما يسلط الضوء على التركيبة الديمغرافية المتغيرة للقطاع المالي، مع ظهور لاعبين جدد في مجال التكنولوجيا المالية إلى جانب الشركات القائمة. شكلت شركات التأمين 14.6% من مجتمع المسح حيث شاركت سبع شركات في الإجابة على المسح. بشكل عام، كان كل قطاع ممثلا تمثيلا جيدا، إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن شركات الإقراض كانت المسيطرة على مجتمع مسح جانب العرض.

الشكل رقم 8: الملف التعريفي لمجتمع المبحوثين في مسح جانب العرض



2-2-2 مجموعة بؤرية

للحصول على رؤية أعمق حول نتائج المسح فيما يخص الابتكار والخدمات المالية الرقمية، عُقدت مجموعة بؤرية مع المؤسسات التالية:

- سلطة النقد الفلسطينية
- هيئة سوق رأس المال الفلسطينية
- وزارة الاتصالات الفلسطينية
- وزارة الاقتصاد الوطني
- مركز مجموعة الاتصالات الفلسطينية للإبداع (فكرة)
- إنجاز فلسطين
- بنك فلسطين
- البنك العقاري المصري العربي
- المؤسسة الفلسطينية للإقراض الزراعي
- الشركة الفلسطينية للتأجير التمويلي
- شركة فيتاس
- جوال باي
- شركة الأندلس للبرمجيات

3-2 محددات نطاق المسح

تركز نطاق مسح جانب الطلب حصرا على الأفراد والأسر المعيشية ككل. واستبعد المسح المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم التي تكافح على حد سواء للحصول على تمويل. ويوصي فريق البحث بشدة بإجراء دراسة مسحية أخرى تستهدف تقييم الشمول المالي على مستوى الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (MSMEs). كما هو موضح في التقرير، ينتج الإقصاء المالي إلى حد بعيد عن الظروف الاقتصادية. ذلك عندما لا يملك المواطنون ما يكفي من المال لامتلاك حساب مصرفي. وتكمن المعضلة في أنه إذا تم التعامل مع قطاع الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة أولاً، ووفر له وصول أفضل للخدمات المالية، سيكون بمقدوره توليد المزيد من فرص العمل، وإنفاق المزيد للنهوض بالاقتصاد عامة. ووجود اقتصاد أقوى سيؤدي بدوره إلى زيادة مستويات الشمول المالي على مستوى المواطنين. لهذا، يجب أن تتناول أي دراسات مستقبلية حول الشمول المالي قطاع الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.

أخيراً، لتحفيز الشمول المالي الرقمي وتطبيقه (وكما هو موضح في قسم المنهجية أدناه)، لا بد من عمل مختلف أصحاب المصلحة معا في هذه المنظومة البيئية. على سبيل المثال، تحتاج الحكومة

إلى تطوير القوانين والسياسات المناسبة لخلق بيئة مواتية تشجع الشمول المالي وإدماج المواطنين والمؤسسات؛ وأن تعمل الهيئات التنظيمية كما هو الأمر حالياً، بجد لفتح السوق أمام اللاعبين الجدد في مجال التكنولوجيا المالية الذين باستطاعتهم تقديم حلول مبتكرة قادرة على تجاوز الحواجز التقليدية التي تواجه الشمول المالي؛ وأن يلعب المستثمرون ومسرعات الأعمال دوراً محورياً في دعم مشاريع التكنولوجيا المالية الجديدة لبدء مسيرة عملها والنمو، بحيث يمكن لهذه الشركات الجديدة التأثير بخلق بيئة تنافسية والتي تشتد الحاجة إليها في النظام المالي؛ ويجب على مزودي التكنولوجيا تطوير حلول تكنولوجية مالية يسهل دمجها في الأنظمة والعمليات الحالية في شركات التكنولوجيا المالية القائمة أو الجديدة ما يسمح لهم بإنشاء منتجات وخدمات مالية مبتكرة قادرة على شمول أفراداً أكثر. من الجدير بالذكر أن الهيئات التنظيمية لقطاع الخدمات المالية في فلسطين كانت المحرك لإجراء هذه المسوح، ما يدل على التزامها بإحداث التغيير الرقمي في قطاع الخدمات المالية لتحفيز مستويات أعلى من الشمول المالي عبر الخدمات الرقمية.

استفادت هذه الدراسة من رؤى الجهات ذات العلاقة وأصحاب المصلحة سواء على جانب الطلب أو العرض. علماً بأن نطاق الدراسة لا يغطي الجهات الفاعلة في مجال البنية التحتية التي تهيئ البيئة الممكنة، باستثناء عدد محدود من جهات نظر هذه الفئة والتي تم استنطاقها من النقاش خلال المجموعة البؤرية. وبما أن سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية كانتا تقودان هذه المبادرة، فقد تمت استشارتهما بشكل موسع. في المستقبل، من المستحسن إجراء دراسة أكثر تعمقاً أو تقييم الفجوات في مكون البنية التحتية للمنظومة البيئية للحصول على صورة متكاملة لكيفية التعامل مع الشمول المالي والخدمات المالية الرقمية.

المنهج العلمي والمداخل المنهجية

سلط كاباكوفا (Kabakova, 2018) الضوء على أهمية وجود منظومة بيئية حيث تلعب العوامل ذات العلاقة دورها بشكل متناغم، لتحقيق الشمول المالي، والحيلولة دون الإقصاء المالي. يستند المنهج المتبنى في التقرير لتقييم تأثير الخدمات المالية الرقمية في فلسطين من هذا المفهوم. إلا أنه بدلاً من البحث في الشمول المالي من منظور عوامل متعددة مرتبطة، يبحث في المجموعات المختلفة من أصحاب المصلحة التي تشكل المنظومة البيئية. ويتمتع هذا المنهج بميزة، حيث أنه يحدد على الفور مجموعة أصحاب المصلحة التي يمكنها اتخاذ إجراءات لإعمال العوامل التي تحفز الشمول المالي.

تتكون المنظومة البيئية اللازمة لتمكين الخدمات المالية الرقمية من تحفيز الشمول المالي، من ثلاثة مكونات رئيسية، كما هو موضح في الشكل أدناه:

1. مكون جانب العرض - مقدمو الخدمات المالية من جانب العرض في الطبيعة والجاهزون والقادرون على تبني تقنيات رقمية جديدة لإزالة المعوقات أمام وصول غير المشمولين مالياً، أو استخدام القنوات الرقمية الجديدة للوصول إلى الأسواق المستهدفة التي ربما لم يكن من الممكن الوصول إليها من قبل، باستخدام الوسائل التقليدية. هناك ثلاث طرق رئيسية لدفع الشمول المالي الرقمي على مستوى جانب العرض:

a. تدرك شركات الخدمات المالية القائمة الفوائد التجارية الممكن تحقيقها من خدمة المستهلكين المقصيين مالياً (والشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة) الذين لم يتمكنوا من الوصول إلى بعض المنتجات أو الخدمات المالية، ناهيك عن مسؤوليتها الاجتماعية التي تحتم عليها خدمتهم. وتقوم هذه الشركات بوضع استراتيجيات تستفيد من التحول الرقمي في خفض التكاليف وجعل الخدمات المالية في متناول الفئات المقصاة مالياً، أو تستخدم التكنولوجيا للوصول إلى أسواق جديدة غير مطروقة من خلال قنوات رقمية قليلة التكلفة. بالإضافة إلى تأمين الوصول إلى الخدمات المالية، تتحمل هذه الشركات أيضاً مسؤولية تعزيز مستويات المعرفة والثقافة المالية بين قاعدة عملائها الحالية وغير المستغلة.

b. على افتراض أن اللاعبين الذين لديهم موقع راسخ في السوق قد لا يرغبون أو غير قادرين على خدمة الفئات المقصاة مالياً (بسبب ضعف الإقبال التجاري أو ارتفاع التكاليف أو نقص المهارات اللازمة لخدمة هذه الفئات وتقييم المخاطر المرتبطة بها)، يتعين خلق بيئة مواتية تتيح لشركات التكنولوجيا المالية الناشئة دخول النظام المالي وإيجاد طرق لخدمة الفئات المقصاة مالياً، يمكنها التغلب على المعوقات التي يواجهها اللاعبون القائمون، من خلال استخدام التقنيات الحديثة ونماذج الأعمال المبتكرة. بدلاً من تنافسها، تخدم كل مجموعة من أصحاب العلاقة أسواقاً مختلفة، حيث قد يكون هناك تداخل بسيط، ما يمنع المنافسة الضارة، على الأقل على المدى القصير، حتى تتوسع شركات التكنولوجيا المالية الجديدة لمنافسة الشركات القائمة.

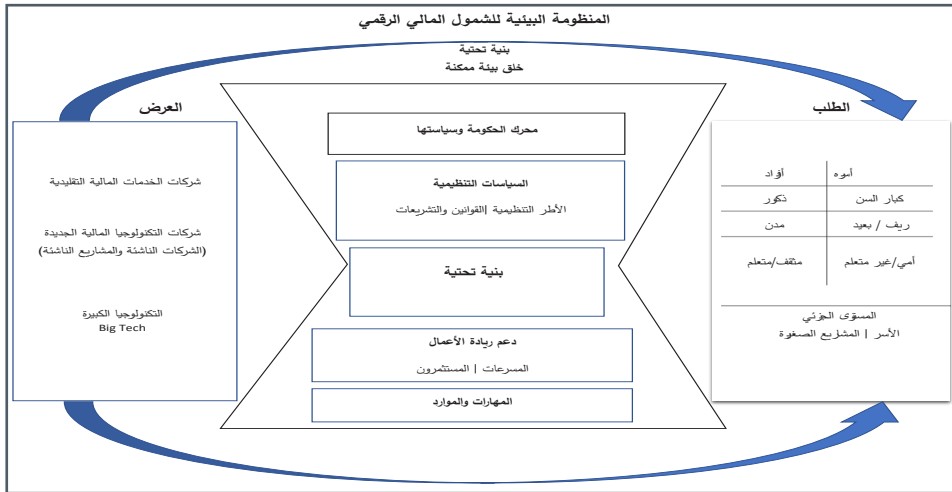
c. كما يتضح من بلدان مثل كينيا، تدخل شركات التكنولوجيا الكبيرة، مثل شركات الاتصالات السلكية واللاسلكية، حيز الخدمات المالية، وتستخدم البنية التحتية للهواتف الأرضية والهواتف المحمولة كقنوات جديدة للوصول إلى الأفراد المقصيين مالياً في المناطق الحضرية والنائية.

2. مكون جانب الطلب - يتم تحفيز الطلب على الخدمات المالية الرقمية من خلال مختلف المبادرات والتدخلات السياساتية داخل التجمعات التي يعاني سكانها ومؤسساتها (متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة) من نقص الخدمات. مع تعزيز المعرفة والثقافة المالية، تتعزز ثقة المجتمع في القنوات الرقمية الجديدة، وفي بعض الحالات، قد تكون قادرة على تجاوز القنوات المالية التقليدية تماماً، مثل الاضطرار إلى فتح حسابات مصرفية. في حين أن التدخل الخارجي يمكن أن يساعد في تحفيز الطلب، يتوجب على الأفراد مساعدة أنفسهم واتخاذ خطوات استباقية نحو الشمول المالي الرقمي (بمجرد أن يصبحوا ذو معرفة مالية كافية). كذلك هناك حاجة إلى تدخلات مختلفة لتحقيق الشمول المالي بين مختلف فئات المجتمع مثل الرجال والنساء، أو الشباب وكبار السن، أو ذوي المعرفة والثقافة المالية الجيدة ومن معرفتهم وثقافتهم المالية ضعيفة، وسكان المناطق الحضرية مقارنة بسكان المناطق الريفية، وغيرها من الفئات. كما يجب أخذ الحيطة من أن تؤدي القنوات الرقمية، عن غير قصد، إلى تفاقم الإقصاء المالي لفئات معينة (مثل كبار السن أو النساء).

3. مكون البنية التحتية - لا يمكن تلبية الطلب والعرض إلا في حالة وجود بيئة ممكنة تساعد على التغلب على الحواجز والعقبات الخارجية (على النقيض من العقبات الفردية والخاصة التي تحد من العرض أو الطلب) أو توفر البنية التحتية اللازمة لتمكين الشمول المالي الرقمي. تتمثل الدوافع والمحفزات الرئيسية لمكونات البنية التحتية في السياسات والمبادرات المناسبة التي تقودها الحكومة والهيئات التنظيمية للخدمات المالية. بإمكان الحكومات إظهار حرصها على تحقيق الشمول المالي الرقمي من خلال اتخاذ السياسات

المناسبة والفعالة. وعليها أن تجمع بين السياسات وبرامج الدعم والتشريعات لتشجيع مؤسسات جانب العرض (شركات التكنولوجيا المالية القائمة أو الجديدة) على خدمة الفئات المقصاة مالياً أو تحسين المعرفة المالية لدى الأفراد أو المشاريع الصغيرة لتشجيعهم على اعتماد الخدمات المالية الرقمية ما سيوسع نطاق انتشارها. تضع الهيئات التنظيمية أطر عمل تمكينية وتشريعات ذات صلة لجعل النظام المالي أكثر انفتاحاً على الابتكار ولتسهيل دخول الشركات الجديدة، التي يمكنها الوصول إلى الفئات المقصاة مالياً، إلى قطاع التكنولوجيا المالية. كما تتيح الهيئات التنظيمية اختبار الأفكار الجديدة في بيئة آمنة ومراجعة التشريعات لاستيعاب نماذج أعمال جديدة. تتضافر جهود أصحاب المصلحة كافة لتطوير بنية تحتية داعمة، كالإنترنت السريع أو خدمات الهاتف المحمول، أو بوابات الدفع الإلكتروني الوطنية، أو حلول للهوية الرقمية الوطنية التي تسهل الانضمام للخدمات الرقمية والتحقق من العملاء، أو نظام تصنيف ائتماني إلكتروني وطني يوفر إمكانية الاقتراض لشتى فئات المجتمع. يعد توافر تقنيات التكنولوجيا المالية للشركات القائمة والشركات الناشئة أمراً بالغ الأهمية لضمان قدرتها على تطوير حلول خاصة بالشمول المالي. إذ ليس بمستطاع شركات التكنولوجيا المالية الجديدة أن تزدهر وتلعب دوراً مؤثراً في انتشار الشمول المالي ما لم تتلقى الدعم الفني والمالي اللازم من المسرعات والمستثمرين. لذلك، لكي تنجح هذه المنظومة البيئية، لا بد من توفير برامج تدعم تطوير وتشجيع مسرعات الأعمال والمستثمرين على اكتشاف مشاريع التكنولوجيا المالية الواعدة وتسريع نموها.

الشكل رقم 9: المنظومة البيئية اللازمة لتحفيز الشمول المالي الرقمي



أخيراً، حتى وإن عملت جميع مكونات المنظومة البيئية لهذا القطاع بتناغم، لن يكون تحقيق الشمول المالي الرقمي ناجحاً دون موارد بشرية موهوبة تطرح أفكاراً رقمية جديدة تعنى بالتصدي للتحديات التي يواجهها الشمول المالي أو مساعدة الشركات القائمة والجديدة في قطاع التكنولوجيا المالية على تطوير عروضها وتوسيع نطاقها. لهذا، يقع على عاتق الحكومات والهيئات التنظيمية والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المالية تنفيذ برامج لبناء قدرات الموارد البشرية ومهاراتها.

3- تحليل نتائج المسح لفهم الجاهزية للخدمات المالية الرقمية

1-3 تحليل نتائج مسح جانب الطلب

الطلب هو المحرك الرئيسي للشمول المالي. إذ ليس بالوسع القيام بشيء يذكر لمن لا يريد أن يكون مشمولاً بالخدمات المالية، سواء من خلال القنوات التقليدية أو الرقمية، وهو ما يشار إليه بالإقصاء المالي الطوعي. يحدث الإقصاء الطوعي في الحالات التي يكون بمقدور الأفراد الوصول إلى الخدمات المالية، سواء مادياً أو رقمياً، ولكنهم يختارون عدم استخدامها. قد تعزى رغبتهم بالبقاء مستبعدين مالياً إلى عوامل مختلفة، مثل الأعراف الاجتماعية والثقافة السائدة (على سبيل المثال، لأسباب دينية أو ثقافية، مثل أن الرجال هم من يتحملون مسؤولية إدارة الشؤون المالية لزوجاتهم). قد يكون المستوى التعليمي سبباً آخر، حيث يجد الأفراد الأميون صعوبة في التعامل مع القطاع المالي الرسمي، بالتالي يعتمدون على قنوات غير رسمية لتلبية احتياجاتهم المالية. غالباً ما يكون الفقر محركاً رئيسياً للإقصاء المالي، حيث يعيش الفقراء لتأمين قوتهم يوماً بيوم، منفقين ما يكسبونه، فلا يتبقى لديهم أموال للاختار أو الاستثمار. ونظراً لوضعهم الاقتصادي تعد الرسوم المصرفية باهظة التكلفة، على الرغم من أن الهيئات التنظيمية في فلسطين قد أصدرت تعليمات للبنوك بتوفير حساب أساسي برسوم بسيطة لأي فرد يستوفي متطلبات اعرف عميلك. يشمل ذلك فئة الشباب (18 عاماً فما فوق) الذين يتابعون دراستهم، فأحياناً يتولى الوالدين أمور أولادهم المالية ويلجؤون لاستخدام النقد (الكاش) في تعاملاتهم المالية الأساسية. لذلك لا يحتاجون إلى حساب مصرفي، على الأقل أثناء الدراسة.

تظهر التركيبة الديمغرافية لعينة مسح جانب الطلب صورة لمجتمع يافع وعلى مستوى جيد من التعليم، بيد أن نسبة كبيرة منه ليس لديها دخل أو دخلها لا يذكر أو أنهم لا يعملون لظروف خاصة بهم. على سبيل المثال، الطلاب الملتزمين بالدراسة دوماً كاملاً وربات البيوت اللواتي يعتمدن على غيرهن مالياً لقضاء احتياجاتهن.

بالرغم من أن الإقصاء المالي من المشاكل الدائمة في الدول النامية، إلا أنه سائد كذلك في أسواق الدول المتقدمة. تظهر دراسة أجراها مجلس محافظي نظام الاحتياطي الفيدرالي (أيار 2019) أن 6% من الأفراد البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية لم يكن لديهم حساب جاري أو مدخرات أو حساب سوق المال في العام 2018. وأن خمسا الأفراد البالغين الذين لا يتعاملون مع البنوك قد استخدموا قنوات بديلة من الخدمات المالية مثل خدمات صرف الشيكات أو قروض من متاجر الرهن (pawnshop loan) أو السلف (payday loans) أو سلف شيكات الدفع (paycheck advances) أو دفعة استرداد الضرائب (tax refund advance). أيضاً، لا يزال 16% من الأفراد البالغين، ممن يتعاملون مع المصارف، يستخدمون قنوات بديلة غير رسمية للخدمات المالية. على مستوى أوروبا، خلص إحدى البحوث (Coffinet, J. and Jadeau, C. May 2017, p. 3) إلى أنه في العام 2008، كان 10% من سكان أوروبا بلا حساب مصرفي (7% في 15 دولة من أعضاء

الاتحاد الأوروبي، 2% في فرنسا، 3% في ألمانيا، 8% في إسبانيا و16% في إيطاليا). ووفقاً لنفس البحث، فإن انخفاض مستويات الدخل والبطالة والأسر بوالد واحد، وعدم القدرة على العمل، والعمر، وتدني المستوى التعليمي، والهجرة والعيش في منطقة مهمشة جميعها عوامل حاسمة في الإقصاء المالي.

سيكون من الصعب على مزودي الخدمات المالية وشركات التكنولوجيا المالية الجديدة، تسويق حلول الخدمات المالية الرقمية دون وجود طلب كافي، حتى لو كانت لديهم الإرادة والقدرة اللازمة. فمن الصعب تنفيذ سياسات لجذب فئات المجتمع المقصاة طوعاً، والتي تنحصر عادة في المبادرات التثقيفية لمساعدتهم على إدراك فوائد الشمول المالي.

وعلى العكس من ذلك، يمكن معالجة العقبات التي تواجه فئات المجتمع المقصاة لأسباب هيكلية في النظام المالي، أو بسبب حواجز وعقبات كبيرة تعيق قيام المؤسسات المالية بخدمة هذه الفئات، من خلال تطوير المنظومة البيئية للخدمات المالية الرقمية. إذ تدرك هذه الفئات فوائد الشمول المالي، وترغب بالوصول للخدمات المالية، إلا أن عوامل عدة - سبق وسلطنا الضوء عليها في قسم مراجعة الأدبيات- تحول دون ذلك.

1-1-3 بحث أسباب عدم الرغبة أو الحاجة إلى حسابات مصرفية في فلسطين

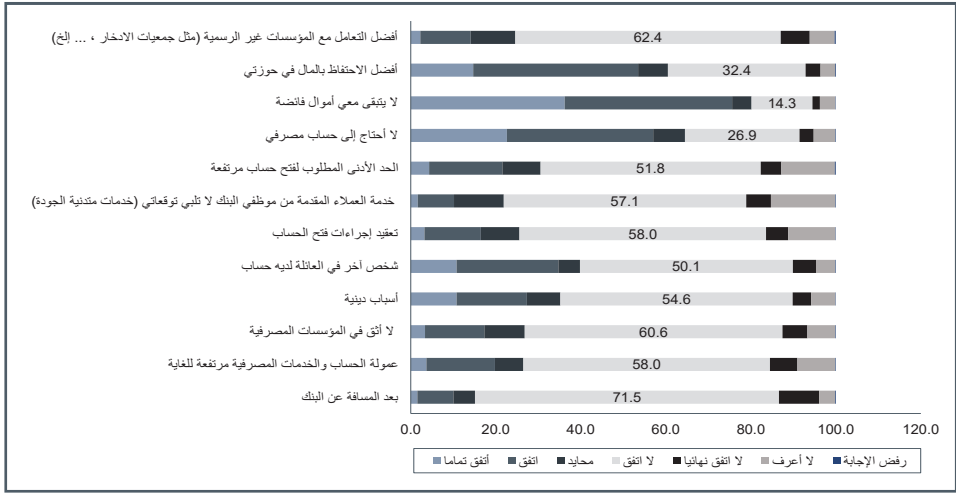
من المهم تقييم المبررات المنطقية للأفراد الذين ليس لديهم أي شكل من أشكال حسابات الخدمات المالية. إذا كان ذلك ناتج عن قرار اختياري، فلا يمكن فعل الكثير لمعالجة إقصاءهم مالياً. لكن إن كان ذلك بسبب حواجز معينة، فيمكن معالجتها حال معرفة سبب الإقصاء المالي في السياق الفلسطيني.

تشير بيانات مسح جانب الطلب إلى أن أهم أسباب عدم امتلاك المبحوثين من الأفراد الفلسطينيين حساباً من أي نوع، كما هو موضح في الشكل رقم 10، هو أنهم لا يملكون أي أموال زائدة للدخار أو الإيداع لدى مؤسسة مالية (36.2% "موافق كلياً" على هذه العبارة و39.4% "موافق"). فعدم توفر أموال فائضة هو السبب الرئيس الذي جعل المبحوثين يعتقدون أنه لا حاجة لحساب مصرفي. بالتالي، يفضل المستطلعون الاحتفاظ بالأموال في حوزتهم، واستخدام النقد (الكاش) قدر الإمكان. وهو ما يبدو منطقياً، ذلك أن 49.6% من إجمالي المبحوثين أفادوا بأنه ليس لديهم مصدر دخل، وكانت النسبة الأكبر (23.4%) ضمن الفئة العمرية 18 و24 عاماً، ممن قد يكونون طلاباً أو زالوا يبحثون عن وظيفتهم الأولى. وهذا يفسر أيضاً سبب ترك 50.1% منهم إدارة شؤونهم المالية لأفراد الأسرة الآخرين. فليس غريباً في أي منطقة من مناطق الشرق الأوسط أن نرى رب الأسرة يدير الشؤون المالية لأفراد الأسرة.

ومن اللافت أن العوامل التقليدية للإقصاء المالي (كما هو موضح أعلاه)، والواردة أيضاً في أبحاث سابقة، ليست بنفس القدر من الأهمية أو الصلة بالسياق الفلسطيني. ويعد هذا تحدياً أمام إيجاد أفضل السبل لمعالجة الإقصاء المالي في فلسطين، حيث أن الدروس المستفادة من الأسواق الناشئة الأخرى قد لا تكون ذات صلة، نظراً للظروف الخاصة بفلسطين. تسلط بيانات المسح الضوء على هذه المسألة بوضوح، حيث أن:

- 71.5% من مجتمع البحث الذين شملهم المسح يعتقدون أن المسافة اللازمة للوصول للبنوك لم تكن طويلة بشكل يمنع الوصول إليها. لذا، لا تعد المسافة إلى إحدى فروع البنك حاجزا، نظرا لوجود نقاط وصول أخرى متاحة وبسبب الرقعة الجغرافية الصغيرة للأراضي الفلسطينية. بالتالي، لا يمكن اعتبار الخدمات المالية الرقمية التي تستطيع التغلب على حاجز المسافة، من العوامل المساعدة التي يمكن أن تفضي لمزيد من الشمول المالي.
- 58% لا يعتقدون أن الرسوم المصرفية مرتفعة للغاية. لذا، فإن تكلفة امتلاك حساب مصرفي لا تعد عائقًا أمام تحقيق الشمول المالي. يمكن أن تلعب التكنولوجيا دورا مهما في خفض تكلفة الحسابات المصرفية. مع ذلك، في السياق الفلسطيني، حتى لو كانت التكاليف منخفضة (أو مجانية)، فمن غير المرجح أن يعزز ذلك من الشمول المالي. في الواقع، أصدرت الهيئات التنظيمية أحكاما للمصارف تفضي بتقديم ما سمته بـ "حساب الشمول المالي"، وهو حساب أساسي برسوم بسيطة أو بلا رسوم مستحقة على العميل، شريطة أن يفي بمتطلبات دنيا معينة مثل اجتياز فحص اعرف عميلك. لهذا، فإن تكلفة الحساب لا تشكل عائقا أمام تحقيق الشمول المالي في فلسطين.
- أفاد 60.6% من المبحوثين بأنهم يثقون في المؤسسات المالية، وبالتالي لا يمكن اعتبار ذلك سببا (أي انعدام الثقة) لتفضيلهم عدم امتلاك حساب لدى مؤسسة مالية. على الصعيد العالمي، أثبتت شركات التكنولوجيا المالية الجديدة أنها أقدر على كسب ثقة العملاء. لكن في فلسطين، قد لا تكون هذه الشركات الجديدة بنفس الفعالية (على الأقل هذا ما تظهره البيانات الحالية) بما يمكنها من رفع مستويات الشمول المالي.
- من اللافت للنظر، أنه برغم أن غالبية السكان يتبعون الدين الإسلامي، الذي يضع قواعد خاصة بشأن استخدام الخدمات المالية، إلا أن هذه الأسباب الدينية لم تمنع 54.6% من السكان من امتلاك حساب مصرفي. قد يكون سبب ذلك أن التمويل الإسلامي جزء لا يتجزأ من النظام المالي الفلسطيني، وجزء من القطاع الرسمي.
- برأي 58% من المبحوثين فإن صعوبة إجراءات فتح الحساب لا تمثل سببا للإقصاء المالي. يُعرف عن شركات التكنولوجيا المالية الجديدة سهولة عملية فتح حساب بسبب الخدمة الرقمية الشاملة والمتكاملة. إلا أنه يبدو أنه من غير المرجح في فلسطين أن تجذب تسهيلات وتعاملات الخدمات الرقمية المقصيين لفتح حساب خدمات مالية.
- كما أفاد 57.1% من المبحوثين أنه لا مشكلة لديهم بجودة خدمة العملاء التي يقدمها موظفو البنك. توفر شركات التكنولوجيا الجديدة تجربة أفضل للعملاء بتوظيفها التقنيات الرقمية. مع ذلك، فإن تحسن نوعية الخدمات لن يساعد في تحفيز نسبة كبيرة من العملاء على فتح حساب مالي.
- في الغالب، يثني الحد الأدنى المطلوب لفتح حساب بنكي، الأفراد ذوي الدخل المتدني عن فتح حساب لدى إحدى البنوك. أما في الحالة الفلسطينية، فقد أبرزت نتائج البحث أن 51.8% من المبحوثين لا يعتبرون أن هذا المتطلب لفتح الحساب يشكل عقبة.

الشكل رقم 10: المبررات المنطقية لعدم امتلاك حساب



يعزى عدم امتلاك حساب مصرفي إلى حد كبير لأسباب تتعلق بعدم امتلاك الأموال. وتبدو نتائج تحليل البيانات متسقة، سواء المحللة بحسب النوع الاجتماعي أو الفئة العمرية والمستويات التعليمية أو الحالة الوظيفية. كما تبرز النتائج التحديات التي تواجه تحقيق الشمول المالي في فلسطين. في حين أن الخدمات المالية الرقمية تذلل العقبات التقليدية التي تواجه الشمول المالي في فلسطين (مثل المسافة/البعد، والتكلفة، وقضايا البنية التحتية)، إلا أنه يبدو أن النهوض بالاقتصاد هو الاستراتيجية الرئيسية الوحيدة التي يمكنها أن تبرز تقدماً على صعيد تحسين مستويات الشمول المالي.

أفضل وسيلة لتشجيع الناس على الاندماج مالياً، هي جعلهم يدركون الفوائد التي سيعكسها ذلك على حياتهم وحياة أسرهم. لذا تعد المعرفة المالية عنصراً أساسياً في استراتيجية الشمول المالي. كما أن التمويل المدمج (embedded finance) هو مسار آخر يمكن طرقة لتسريع الشمول المالي. على سبيل المثال، يُمنح المزارعون في أفريقيا تأميناً مجانياً على المحاصيل لمدة عام واحد عند شراء البذور، باستخدام الخدمات المالية عبر أجهزة الهاتف المحمول. وتمول الشركة المشغلة للهاتف المحمول أقساط التأمين للسنة الأولى ضمن برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. فنجاح المزارع في الاستفادة من مطالبات التأمين، سيجعله يقدر قيمة التأمين وعلى الأرجح سيرغب في الاندماج في النظام المالي الرسمي.

إذا كان عدم امتلاك الأموال يحول دون استفادة الأفراد من الخدمات المالية، يمكن أن تلعب تطبيقات الهاتف المحمول المصممة لمساعدة الأفراد على إدارة شؤونهم المالية، دوراً في تحفيزهم على الادخار والتأهل للاستفادة من منتجات مالية أخرى كالقروض. كما يمكن للحكومة أن تلزم الناس بالاندماج مالياً، بإجبارهم على قبول منح أو المستردات الضريبية عن طريق التحويلات المصرفية (بدلاً من النقد/الكاش). يمكن تشجيع المدفوعات الرقمية للمؤسسات الحكومية (مثل دفع الضرائب،

والغرامات ورسوم السلطات المحلية والضرائب) من خلال خصم مبالغ صغيرة أو فرض رسم جزائي صغير على استخدام النقد (لثني السكان عن هذا النوع من التعاملات المالية).

2-1-3 تحليل أنواع استخدام خدمات المعاملات الرقمية للمشمولين

فيما يتعلق بالمشمولين مالياً، من المفيد التعرف على أنواع المنتجات والخدمات التي يستخدمونها. يتوفر جزء وافي من تحليل البيانات في التقرير الموجز المرفق، المعنون: "دراسة تشخيصية: الشمول المالي في فلسطين" الذي أعده فريق البحث في معهد "ماس"، لكننا لن نعتمد لتكرار النتائج الواردة فيه، باستثناء تلك التي يمكن أن يكون لها دلالات متعلقة بالخدمات المالية الرقمية وتحقيق الشمول المالي الرقمي.

خلاصة القول، التأمين الصحي الحكومي هو أكثر منتجات الخدمات المالية انتشاراً (حيث بلغت نسبة استخدامه 71.4% من السكان)، لأن السلطة الفلسطينية تدير هذا البرنامج ومعظم المستفيدين يحصلون على حق الاستفادة منه من خلال صاحب العمل. تتجاوز نسبة النساء المستفيدات (73.9%) من هذا التأمين نسبة الرجال (69%). كذلك في قطاع غزة، تستفيد نسبة كبيرة من السكان (84%) من التأمين الصحي الحكومي مقارنة بـ 65.5% فقط في الضفة الغربية. وكان استخدام الحساب الجاري (29.3%) واستخدام البطاقات الائتمانية (26.6%) ثاني وثالث أكثر منتجات الخدمات المالية استخداماً.

مقارنة بالدراسة المسحية حول الشمول المالي التي أعدت العام 2016، من المشجع أن نرى ارتفاعاً في استخدام الخدمات المالية الرقمية التي لم تكن متاحة في حينه (ولم تكن جزءاً من استمارة البحث في حينه أيضاً) كما يوضح الجدول أدناه:

جدول 1: زيادة استخدام الخدمات المالية الرقمية منذ آخر مسح للشمول المالي

المنتج	نسبة الملكية/الاستخدام	
	2015	2022
1 استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت	لا ينطبق	12.6%
2 المحفظة الإلكترونية (مثلاً مال تشات Malchat وبال باي PalPay)	لا ينطبق	3.3%
3 تسدد الفواتير عبر الإنترنت	لا ينطبق	6.7%
4 الاستثمار في العملات الرقمية	لا ينطبق	0.3%
5 إرسال التحويلات المالية باستخدام العملة الرقمية	لا ينطبق	0.3%

تستخدم النسبة الأكبر من المبحوثين (13%) إحدى أنواع نقاط البيع الإلكترونية لإنجاز تعاملاتها المالية، مثل أجهزة الدفع ببطاقات الائتمان أو أجهزة الصراف الآلي. استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في ارتفاع حيث يستخدمها 11% من المبحوثين، ويعتقد 20% من المبحوثين أنهم سيستخدمون مثل هذه التسهيلات في المستقبل. مع ذلك، يعتقد 41% أنهم لا يحتاجون إلى الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول الآن أو في المستقبل.

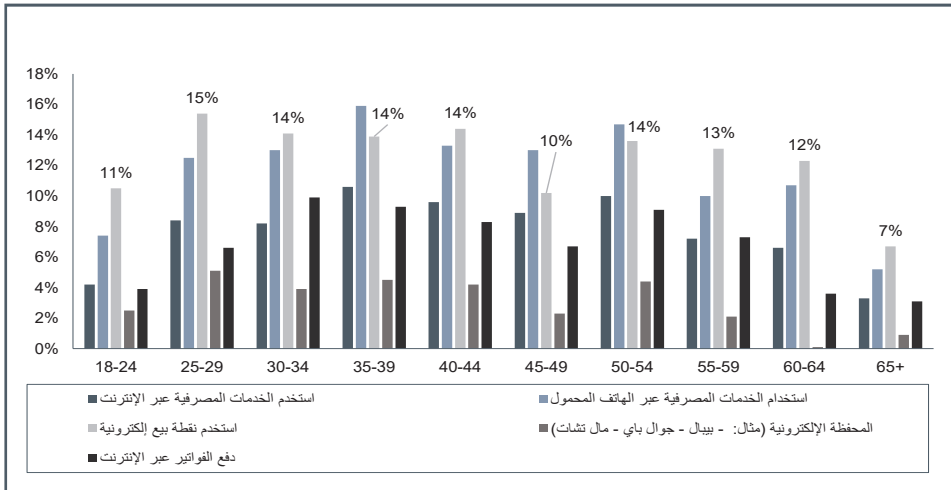
بينما استخدام المحافظ الإلكترونية منخفض حيث اقتصر على 3.3% فقط من السكان الذين شملهم المسح، فيما ذكر 8% من المبحوثين أنه ليس لديهم معرفة مسبقة بالمحافظ الرقمية. بالمقابل، من المشجع أن 18% من المشاركين يعتقدون بأنهم سيستخدمون هذه الخدمات في المستقبل، على الرغم من أن 45% أفادوا أنهم لا يرون أن هناك حاجة لمثل هذه المحفظة الآن أو في المستقبل.

تدرك نسبة متزايدة (7%) قيمة دفع الفواتير عبر الإنترنت، ويعتقد 20% أنهم قد يستخدمون هذه الخدمة في المستقبل. مع ذلك، يرى 43% أنه لا حاجة لهم الآن أو في المستقبل بدفع الفواتير عبر الإنترنت.

تتجلى الفجوة بين الجنسين في نسبة الذكور والبالغة 16.8% الذين يستخدمون نقاط البيع الإلكترونية مقارنة بـ 8.3% فقط من الإناث. ويستخدم 16.7% من الذكور المبحوثين بالمسح الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول مقابل 5.8% فقط من الإناث المستطلعات. ولا تعتقد نسبة كبيرة من الإناث (46.8%) بحاجتها لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول سواء الآن أو في المستقبل، مقابل 35% من الذكور.

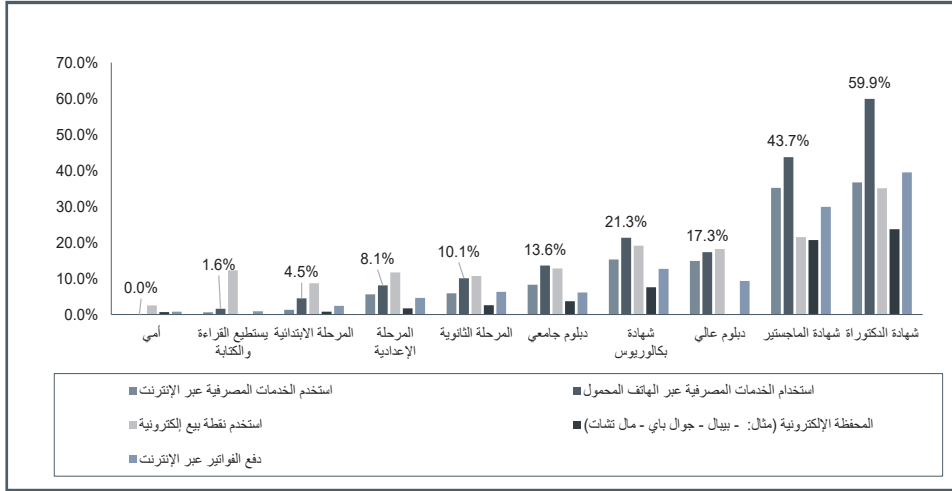
يفضل المستطلعون ضمن الفئة العمرية (35-39 عاما) الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (بنسبة 15.9%) بينما تقع أعلى نسبة من مستخدمي المحافظ الإلكترونية ضمن الفئة العمرية (25-29 عاما) (5.1%). الأفراد بعمر 60 فما فوق هم الأكثر ترددا في استخدام المحافظ الإلكترونية، على الرغم من أن استخدامها بين من هم فوق 65 عاما أكثر منه (0.9%) بين الأفراد ضمن الفئة العمرية 60-65 عاما (0.1%)، ما يكسر القاعدة التي تقول أن الجيل الأكبر سنا أقل معرفة بالتكنولوجيا. من المحتمل أن لديهم وقت أكثر من غيرهم لتعلم كيفية استخدام القنوات الإلكترونية الجديدة ويحصلون على الدعم المطلوب من مزودي الخدمات المالية أو أقاربهم وأصدقائهم. أما الأفراد ضمن الفئة العمرية (30-34 عاما) فهم أكبر نسبة (9.3%) من مستخدمي خدمات دفع الفواتير عبر الإنترنت (انظر الشكل رقم 11).

الشكل رقم 11: استخدام خدمات المعاملات الرقمية بحسب الفئة العمرية



ترتفع احتمالية استخدام الخدمات المالية الرقمية لإجراء المعاملات المالية بين المبحوثين ذوي المؤهلات التعليمية الأعلى، كما هو موضح في الشكل رقم 12. وشكل الأفراد من حملة شهادة الدكتوراة أكبر نسبة من مستخدمي المحافظ الإلكترونية (23.7%)، يليهم الأفراد من حملة الماجستير (20.7%). وكانت هاتان الفئتان أيضا من أكثر الفئات استخداما للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (59.9% و 43.7% على التوالي). وينطبق ذلك على دفع الفواتير عبر الإنترنت (39.5% و 29.9% على التوالي).

الشكل رقم 12: خدمات المعاملات الرقمية بحسب المستوى التعليمي

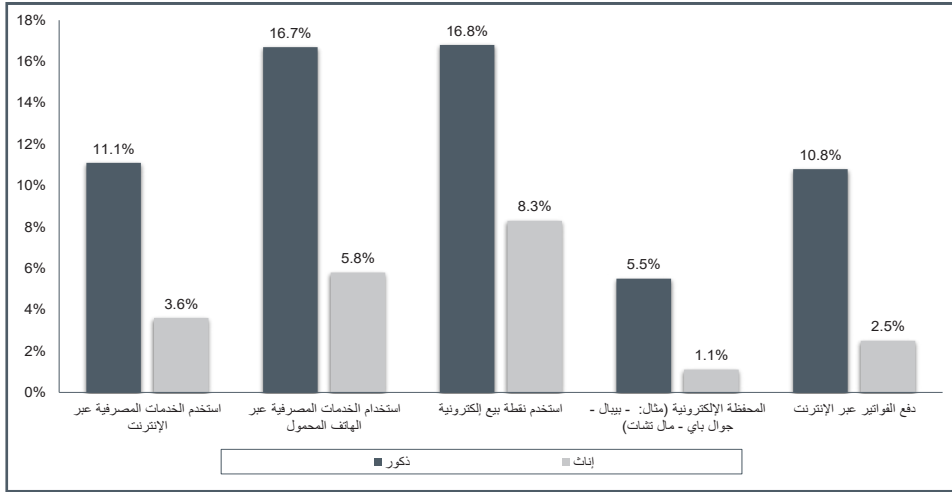


كما يظهر الشكل رقم 13، استخدمت نسبة أعلى من المبحوثين الذكور القنوات الرقمية لإنجاز معاملاتها المالية مقارنة بالإناث. يمكن أن يعزى ذلك لحقيقة أن عددا أقل من الإناث لديهن حساب مصرفي، وتتنطبق هذه الصورة على قنوات الوصول الرقمية. عموما، لا يزال استخدام القنوات الإلكترونية منخفضا نسبيا بين فئتي الذكور والإناث على حد سواء. والأفراد المنفتحين على الخدمات المالية الرقمية هم الأكثر استخداما لنقاط البيع الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

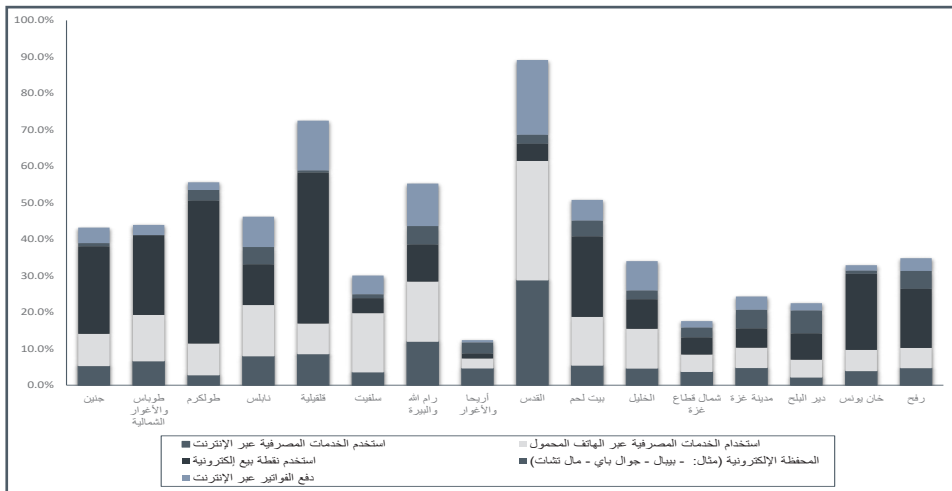
تظهر البيانات دلالات مشجعة نظرا لتزايد استخدام المعاملات الرقمية. على الأرجح أن فئة السكان الأكثر الماما ومعرفة بالقضايا المالية والأصغر سناً أكثر تحفيزا على استخدام الخدمات المالية الرقمية وقد يفضلون هذه القنوات على القنوات التقليدية كزيارة فرع أو إنجاز معاملاتهم من خلال وكلاء. كما أن جائحة كوفيد-19 قد شجعت المستهلكين عبر أنحاء العالم على تبني القنوات الرقمية. وفي حين لم تشهد فلسطين نفس التوجه، إلا أنه يؤمل أن تساهم تصورات السكان حول المنافع التي حققتها هذه الخدمات للمستهلكين خلال الوباء، في جعلهم أكثر انفتاحا على استخدام الخدمات الرقمية.

كانت نسبة استخدام نقاط البيع في قفيلية الأعلى بين المناطق (41%)، في حين احتلت القدس المرتبة الأولى في استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. نسبياً، فإن استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، ونقاط البيع الإلكترونية ودفع الفواتير أدنى بكثير في غزة مقارنة بالمدن الفلسطينية الأخرى مثل رام الله والقدس وبيت لحم والخليل. مع ذلك، فإن غزة تضاهي رام الله وتسبق المدن الكبرى الأخرى في استخدام المحافظ الإلكترونية.

الشكل رقم 13: خدمات المعاملات الرقمية بحسب النوع الاجتماعي



الشكل رقم 14: استخدام خدمات المعاملات الرقمية بحسب المنطقة



3-1-3 تحليل قنوات التحويلات المالية ودور القنوات الرقمية

كانت شركات الصرافة القناة الأكثر استخداماً لإنجاز التحويلات المالية (15% يستخدمون خدماتها حالياً و18% يعتقدون أنهم سيستخدمون خدماتها في المستقبل). والغريب بالأمر أن التحويلات المصرفية بدت أقل انتشاراً، حيث اقتصرت نسبة مستخدميها على 4% فقط، بينما كان 47% يعتقدون بعدم حاجتهم لهذه الخدمة حالياً أو في المستقبل، وذكر 6% أنهم لا يعرفون المقصود بالتحويل المصرفي. ويمكن تفسير هذه الأرقام بعدم امتلاك هذه الفئات من المبحوثين لحساب مصرفي لإجراء هذه التحويلات. بينما شركات صرافة العملات فتقدم تسهيلات خدمات التحويلات النقدية، دون الحاجة إلى أي شكل من أشكال الحسابات المالية. كما يمكن أن توفر المحافظ الإلكترونية نفس التسهيلات، لكن دون الحاجة إلى قيام مرسل الحوالة بزيارة وكيل أو شركة صرافة.

يلجأ حوالي 8% من الأفراد المشمولين بالمسح لمعارفهم أو أصدقائهم لتحويل الأموال إلى آخرين، ويعتقد 14% آخرون أنهم سيستخدمون هذه القناة غير الرسمية في المستقبل لتحويل الأموال إلى شخص آخر.

في عالم العملات الرقمية المشفرة، يمكن تحويل الأموال بسهولة وبأقل تكلفة باستخدام تقنية السجل الموزع (distributed ledger technology). على سبيل المثال، يمكن للمرسل شراء عملة بيتكوين (العملة المشفرة) بالعملة المتداولة واستخدام الشبكة ومحفظة بيتكوين لتحويل الأموال إلى محفظة شخص آخر. في حين أن 0.3% فقط من مجتمع عينة المسح يستخدمون هذه القناة المبتكرة، سيكون من المشجع رؤية التطورات في هذا المجال. إن العمل بالعملة الرقمية المشفرة غير منظم في فلسطين والتذبذب الكبير في أسعارها اليومية، يجعل هذا النوع من التحويلات محفوفاً بالمخاطر. علاوة على ذلك، فإن تقنية السجل الموزع غير قابلة للتعديل (ما يعني أنه لا يمكن عكس المعاملات). بالتالي، قد يكون من المستحيل أو الصعب استرداد الأموال المحولة عن طريق الخطأ. يعتقد أكثر من نصف المبحوثين (51%) أنهم لا يحتاجون لاستخدام هذه القناة لتحويل الأموال سواء حالياً أو في المستقبل، بينما 22% ليس لديهم حتى معرفة بمثل هذه القنوات.

من الواضح أن هناك دوراً لتدخلات القطاعين العام والخاص في تشجيع استخدام القنوات الرقمية لتحويل الأموال بصورة أكبر. مع التقنيات الجديدة التي تقوم بها سلطة النقد الفلسطينية (كما يوضح النقاش أدناه بمزيد من التفصيل) لتسهيل قنوات الدفع الفورية، أصبح بمقدور المؤسسات المالية تحفيز عملائها على اعتماد هذه القنوات الفعالة لتحويل الأموال داخل فلسطين أو خارجها.

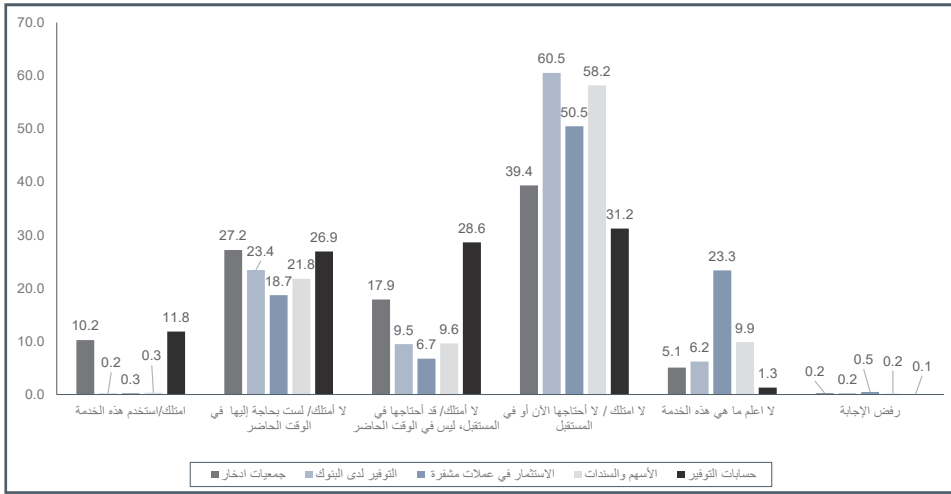
4-1-3 تحليل استخدام منتجات الادخار والاستثمار والدور الذي يمكن أن تلعبه الخدمات المالية الرقمية

لتحقيق انطلاقة جيدة للشمول المالي، لا بد أن يبدأ القائمون على القطاع في تعليم السكان كيفية إدارة

شؤونهم المالية، من ثم مساعدتهم على الادخار، ولو بمبالغ صغيرة فقط، ومن ثم منحهم فرصة الوصول إلى التمويل، كالقروض. وتعد خطوات مماثلة من أشكال التمويل المسؤول، ما يضمن عدم إقبال الأفراد غير المشمولين بالخدمات المالية بالدين في بداية رحلتهم نحو الشمول المالي. كما يوضح الشكل رقم 15، فإن 11.8% من السكان المشمولين بالمسح يمتلكون حساب توفير في إحدى البنوك، في حين أن 10.2% يستفيدون من جمعيات الادخار غير الرسمية (جمعيات الادخار والإقراض الدوار - ROSCA). عادة، تجمع هذه الجمعيات الأفراد معا في مجموعات، يساهم كل من فيها بمبلغ توفير شهري. ونهاية كل فترة محددة (بالعادة شهر) يحصل أحد أفراد المجموعة (أو أكثر من فرد) على سلفة كبيرة أو يدفع/يدفعون دفعة في حساب المدخرات المتركمة للمجموعة. ليس من الواضح كيف يتم التعامل مع الأموال المجمعة، أي اذا كانت الشركة (أو الشخص) التي تقوم بتسيير أعمال جمعية الادخار تقوم بإيداع الأموال في أحد البنوك، أم تتركها محفوظة في خزانة، أم أنها تستخدم في الوقت الحاضر المحافظ الإلكترونية؟

يتضح من الشكل أدناه أن المجموعة الأكبر من المبحوثين بالمسح لا يمتلكون أي نوع من أنواع حسابات التوفير أو الاستثمار، ولا يعتقدون أنهم سيحتاجون إليها في المستقبل.

الشكل رقم 15: استخدام منتجات وخدمات الادخار والاستثمار



يملك 16.9% من الذكور المشمولين بالمسح حساب توفير مصرفي مقارنة بـ 6.6% فقط من الإناث. وكذلك الأمر بالنسبة للحساب الجاري، حيث تفوق نسبة الذكور الذين يمتلكون حسابات جارية مصرفية نسبة الإناث، علما بأن المسح يسلط الضوء على أن نسبة كبيرة من الإناث يعرفن أنفسهن على أنهن ربوات بيوت. ما قد يفسر انخفاض الدافع لدى الإناث اللواتي لا يملكن حسابات ادخار مصرفية. فيما يتعلق بالانضمام لبرامج الادخار غير الرسمية (مثل جمعيات الادخار والإقراض الدوار) فتتقارب النسب لكلا الجنسين (10.5% للذكور

مقابل 10% للإناث). أما أعلى نسبة (14%) ممن يمتلكون حساب توفير مصرفي فهي للفتيات العمريتين (45-49 عاما) و(55-59 عاما). وكانت النسبة الأعلى من حسابات التوفير والمنتجات الاستثمارية (32.7%)، بين حملة الماجستير، مما يسلط الضوء على أن مستويات التعليم الأعلى ترتبط بارتفاع استخدام حسابات التوفير المصرفية بدلا من قنوات الادخار غير الرسمية. وقد استحوذت نابلس على الحصة الأكبر (20.9%) من المبحوثين الذين ادخروا أموالهم باستخدام حساب توفير مصرفي.

أما أعلى نسبة من المبحوثين ممن يدخرون أموالهم من خلال جمعيات الإقراض والادخار الدوار فنقع ضمن الفئة العمرية (50-54 عاما) (بواقع 15.3% من إجمالي المبحوثين). من حيث المستوى التعليمي، فنقع النسبة الأكبر من مستخدمي هذه القناة بين حملة الدبلوم العالي (23.8%). أما مناطقيا، فقد استحوذت جنين على أعلى نسبة (19.1%) من المبحوثين الذين يستخدمون قنوات الادخار غير الرسمية مثل جمعيات الادخار والإقراض الدوار.

دون توجه فكري معين والمصادر المالية الكافية للادخار، سيكون من الصعب على أصحاب السياسات وشركات الخدمات المالية تهيئة الناس لرحلة الشمول المالي. عند توفر المدخرات، تزيد احتمالية تأهل الأفراد للحصول على قروض أو الوصول إلى أنواع أخرى من الخدمات المالية مثل التأمين.

يمكن أن تلعب الخدمات المالية الرقمية دورا حيويا في مساعدة الأفراد ذوي الدخل المتدني على تأمين بعض المال الفائض للادخار والاستثمار. وقد أثبتت منصات الادخار متناهية الصغر أن الحلول التكنولوجية المالية الرائجة تشجع فئتي الشباب والأفراد ذوي الدخل المتدني على الادخار. حيث يمكن تشغيل نموذج أعمال من خلال توفير حساب - إما محفظة إلكترونية أو حساب أموال الكترونية eMoney أو حساب مربوط بالحساب المصرفي للفرد. ومن خلال إحدى تطبيقات الهاتف المحمول يتم مراقبة مصروفات المستخدم وتقديم المشورة له حول فرص توفير أموال إضافية للاستثمار. يمكن أن يفرض التطبيق أيضا على الفرد التوفير. على سبيل المثال، يمكن لبطاقة الخصم الفوري (debit card) المربوطة بحساب الفرد تقريب قيمة النفقات وادخار الفرق في حساب توفير. مثلا عندما يستخدم العميل البطاقة لشراء كوب قهوة بقيمة 2.50 دولار ستخصم البطاقة مبلغ 3.00 دولار، وتدخر 0.50 دولار المتبقية في حساب التوفير.

وبالنظر إلى جاذبية جمعيات الادخار، يمكن للمؤسسات المالية أن توفر برنامجا حاسوبيا كخدمة لمساعدة هذه الفئة من العملاء على تتبع حجم المدخرات الجماعية، وجمع الأقساط الشهرية تلقائيا، ودفع الدفعات بناء على تعليمات محددة والمساعدة في إدارة أي قروض مقدمة للمشاركين في جمعية الادخار. تساعد خدمات مماثلة أعضاء الجمعية على إدراك فوائد النظام المالي الرسمي وتشجعهم على الاندماج ماليا في النظام الرسمي.

5-1-3 تحليل استخدام التأمين وكيف يمكن للخدمات المالية الرقمية تعزيز الشمول بالتأمين

يمكن أن يساعد التأمين في الحماية المالية للأسرة، خاصة في حالات الطوارئ. عندما تكون معدلات الشمول المالي متدنية، غالبا ما يُنظر إلى التأمين على أنه كمالية لا ضرورة.

يبرز الشكل رقم 16 أن التأمين الصحي هو المنتج الأكثر انتشارا حيث أن 71.4% من عينة المسح لديهم تأمين صحي. وكما هو موضح، يمكن تفسير ذلك، بالبرنامج الذي تديره السلطة الفلسطينية الذي يتيح لغالبية الناس إمكانية الوصول للتأمين من خلال صاحب العمل الذي يغطي تكلفة أقساط التأمين. تبين النتائج أن نسبة أكبر من النساء (73.9%) المستطلعات يستفدن من هذا المنتج مقارنة بالرجال (69%). في حين توفر الحكومة برنامج التأمين الصحي، من وجهة نظر المستهلك، يمكن اعتبار هذه الحماية كمنتج مالي وبالتالي لا بد من أخذها بعين الاعتبار عند تحليل الشمول المالي.

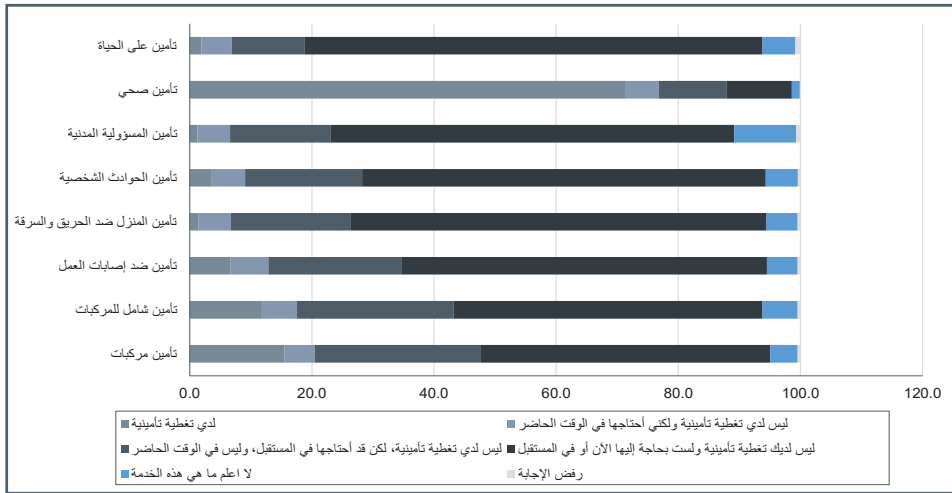
ينص القانون على الزامية تأمين المركبات، وقد كان لدى 15.5% من المبحوثين تغطية تأمينية مماثلة، بينما أعرب 5% عن حاجتهم إليها في الوقت الحالي، لكنهم لا يملكونها بعد. وأفاد 27.2% آخرون أنهم لا يملكون تأمينا على المركبات في الوقت الحالي، لكنهم يتوقعون أنه سيكون متطلبا ضروريا في المستقبل غالبا عندما يشترون سيارتهم الأولى. قرابة 26% من الذكور المبحوثين لديهم تأمين على المركبات مقابل 8.1% فقط من الإناث. تقع أعلى نسبة استخدام للتأمين على المركبات ضمن الفئة العمرية (55-59 عاما) (بواقع 22.2% من السكان الذين شملهم المسح من هذه الفئة). وشكل المستطلعون من حملة الدكتوراة أعلى نسبة (55.6%) من المستفيدين من التأمين على المركبات، وجاء في المرتبة الثانية حملة الدبلوم العالي بواقع 38.8%. وكانت حصة الموظفين بأجر في المنظمات الدولية الأعلى (74.1% من تلك العينة) بين مستخدمي التأمين على المركبات. هناك فرق شاسع في نسب استخدام التأمين على المركبات بين الضفة الغربية (حيث يمتلك 24% من السكان هذا المنتج التأميني) وقطاع غزة، حيث يستفيد 1.8% فقط من السكان من التأمين على المركبات. مناطقياً، استحوذت القدس على أكبر نسبة من مستخدمي التأمين على المركبات، حيث يستفيد 48.7% من هذه الحماية التأمينية.

والغريب أن 1.4% فقط من المبحوثين لديهم تأمين منزلي ضد الحريق والسرقة. إذا كان الفرد المستطلع مستأجرا للبيت الذي يسكنه، لن يتأثر ماليا بشكل يذكر، باستثناء تكلفة الإقامة في سكن مؤقت والانتقال. ويمكن أن يستفيد صاحب الملك، في مثل هذه الظروف، من التأمين على المنزل. مع هذا، بالنسبة لمالك البيت، يمكن أن يؤدي الحريق أو السرقة إلى ضغط مالي كبير على الأسرة، وفي أسوأ الحالات قد يؤدي إلى إفلاسها. كما أفادت ثاني أكبر نسبة من المبحوثين بالمسح (68.1%) أنهم لا يعتقدون أنهم سيحتاجون إلى مثل هذا التأمين في المستقبل. وتمتلك نسبة أعلى من الرجال (2% من الذكور المبحوثين) تأميناً منزلياً مقابل 0.7% فقط من الإناث. ويمكن تفسير ذلك بأن

ملكية المنازل عادة ما تعود للرجال. وكان المبحوثين من الفئة العمرية ما بين 45-49 عاماً، والذين هم على الأرجح ملاك البيوت الناشطين اقتصادياً، يمتلكون أعلى نسبة (2.8%) من التأمين على المنازل. كما كانت أعلى نسبة من المبحوثين الذين استفادوا من التأمين المنزلي متعلمين تعليماً عالياً بدرجة دكتوراة. وكانت نسبة استخدام التأمين المنزلي الأعلى بين المبحوثين الذين يعملون لدى حكومة أجنبية (7.7%). بينما، كانت أعلى نسبة (6%) من مستخدمي التأمين المنزلي من القدس.

تكشف البيانات عن منحى مماثل للتأمين على الحياة، حيث كان 1.9% فقط من المبحوثين يمتلكون بوليصة تأمين على الحياة و75% منهم يعتقدون أنهم لن يحتاجوا إلى مثل هذه البوليصة سواء في الوقت الحالي أو مستقبلاً. يمكن لوفاة المعيل الوحيد للأسرة أن تتسبب بضائقة مالية وخيمة على الأسرة، إذا لم يتوفر غطاء مالي في مثل هذه الحالة. نسبة الذكور المبحوثين الذين لديهم تأمين على الحياة أعلى من الإناث (2.3% مقابل 1.5% من الإناث). بينما تقع أعلى نسبة (3.3%) من مستخدمي التأمين على الحياة ضمن الفئة العمرية (50-54 عاماً) و16.1% من المبحوثين الحاصلين على دبلوم عالي ونفس النسبة المثوية من المبحوثين الحاصلين على شهادة الدكتوراة لديهم بوليصة تأمين على الحياة. وكانت أعلى نسبة (16.7%) من السكان الذين يعيشون في القدس مستفيدة من هذا المنتج التأميني.

الشكل رقم 16: استخدام المنتجات التأمينية

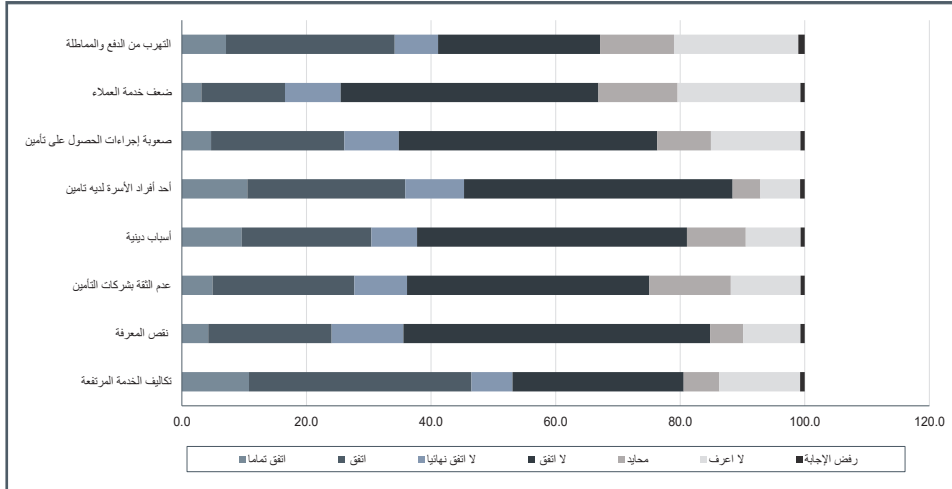


6-1-3 أسباب انخفاض معدلات الاخرق التأميني

كما يوضح الشكل رقم 17، يُعرض المبحوثين عن شراء بوليصة تأمين نظراً لارتفاع تكلفة الخدمة أو تكلفة التأمين (وفقاً لـ 10.8% أجابوا بـ "أوافق بشدة" على هذه العبارة و35.7% الذين أجابوا "أوافق" – أي ما مجموعه 46.5% من المبحوثين). قرابة 35.8% من المبحوثين ليس لديهم تأمين لأن أحد أفراد أسرته قد اشترى بالفعل تأميناً إما لنفسه أو للعائلة بأكملها. أيضاً، من المقلق أن 34.2% من

المبحوثين لديهم تخوف من تأخر دفع مطالبات التأمين أو من الأساليب المستخدمة من قبل شركات التأمين للتهرب من دفع مطالبات التأمين. كما عزا حوالي 30% من المبحوثين عدم رغبتهم في الحصول على الحماية التأمينية لأسباب دينية. أجاب حوالي 26% من المبحوثين إما بـ "موافق بشدة" أو "موافق" على أن صعوبة عملية شراء التأمين هو ما أثناهم عن استخدام هذه المنتجات.

الشكل رقم 17: مبررات تدني معدل الاختراق التأميني



ترى نسبة أعلى من الذكور (12.9% أجابوا بـ "موافق بشدة" و39.5% بـ "موافق") مقارنة بالإناث (8.6% ممن أجبن "موافق بشدة"، و31.8% أجبن "موافق") أن تكاليف خدمة التأمين مرتفعة للغاية. على وجه مماثل، فإن ما مجموعه 30.3% (ممن أجابوا بـ "موافق بشدة" و "موافق") من الذكور لا يتقنون في شركات التأمين و25.1% من الإناث لا يتقن أيضا في شركات التأمين، بالتالي لا يرون حاجة لشراء غطاء تأميني.

ويدعي عدد أكبر قليلا من الذكور (24.8%) أنه ليس لديهم معرفة بمنتجات التأمين مقارنة بالإناث (23.3%) وينطبق الشيء نفسه على عدم الثقة في شركات التأمين. إذ أن حوالي 30.3% من الذكور لا يتقنون بشركات التأمين مقارنة بـ 25.1% من الإناث. وأعرب عدد أكبر من الذكور (40.5%) عن إحباطهم من أساليب شركات التأمين في المماطلة وتأخير دفع المطالبات أو التهرب من دفع التعويض، مقابل 27.7% من الإناث اللاتي يشعرن نفس الشعور.

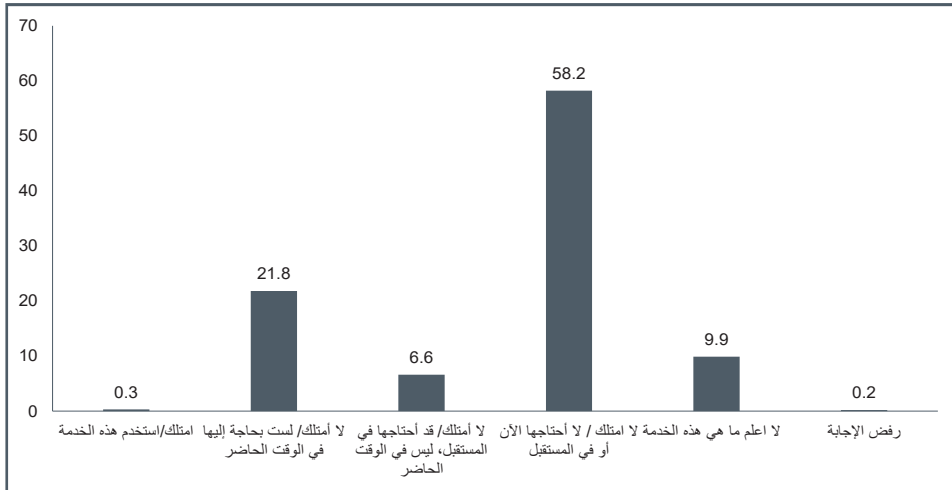
إن خفض تكلفة خدمات التأمين، وتقليص الوقت اللازم لإنهاء المطالبات، وتسهيل شراء المستهلكين لخدمة التأمين، وتوفير المعلومات حول منتجات التأمين، جميعها من القضايا التي يمكن أن تساهم خدمات التكنولوجيا المالية في إيجاد حلول لها، ما قد يساهم في رفع مستويات الشمول التأميني، شريطة أن يكون هناك تقبل لتقافة منتجات التأمين.

يمكن تخفيض التكاليف بأتمتة الخدمات أو استخدام القنوات الرقمية فقط لتقديم خدمات التأمين (بدون وجود مادي)، وإغلاق فروع الشركات. هناك وفرة من الوسائل المبتكرة لتبسيط عملية إدارة مطالبات التأمين، ويمكن لشركات التأمين بحث سبل إدماج مثل هذه الحلول في عملياتها، ما سيساعد على تسريع معالجة المطالبات وتقديم خدمة أفضل للعملاء. كما أن جعل عملية المطالبات أكثر سلاسة سيزيد من ثقة العملاء في شركات التأمين التي يتعاملون معها. علاوة على ذلك، يمكن أن تساعد برامج معالجة المطالبات في ضبط محاولات الاحتيال على التأمين، ما سيحفز شركات التأمين على تحمل مخاطر أكبر، وتوسيع نطاق خدماتها لفئات المجتمع غير المشمولة بالخدمات، والتي قد يُنظر إلى تأمين قاطنيتها على أنه تأمين عالي المخاطر. علاوة على ذلك، يجب على شركات التأمين تثقيف المستهلكين المحتملين حول فوائد الغطاء التأميني، فمن شأن هذا أن يساعد على تحسين اختراق هذه المنتجات للفئات المهمشة. قد يكون التأمين المدمج من أسهل الطرق لإدماج الأفراد ذوي الدخل المتدني أو الشركات صغيرة ومتوسطة الحجم، مثل المزارعين.

7-1-3 تحليل استخدام منتجات الأوراق المالية وخدماتها

يوجد في فلسطين سوق أوراق مالية واحدة (بورصة). لكن بالنظر إلى مستويات الشمول المالي في البلاد، ليس غريباً تدني الطلب على مثل هذه المنتجات المالية، خاصة بين الأفراد. كما هو موضح في الشكل رقم 18، قرابة 0.3% فقط من السكان يمتلكون أسهم أو سندات مدرجة في البورصة. تشمل عملية الشمول المالي النموذجية، الحصول بداية على نوع من أنواع الحسابات المصرفية. عندما يصبح المستهلكون المقصيين من الخدمات أكثر معرفة وثقافة بالمسائل المالية، سيبدئون البحث عن فرص للادخار. ومع تزايد ثروتهم، قد يصبحون مؤهلين للحصول على قروض. لن يتحلى الأفراد غير المشمولين بالثقة الكافية للاستثمار في أدوات أكثر تعقيداً مثل الأسهم والسندات، إلا في نهاية رحلتهم نحو الشمول المالي.

الشكل رقم 18: تداول الأسهم والسندات في البورصة



برغم ما ذكر، هناك عدد لا يحصى من منصات التكنولوجيا المالية الناشئة في جميع أنحاء العالم (مثل Acorn و eTorro) والتي تتيح للأفراد ذوي الدخل المتدني والخبرة المحدودة، الاستثمار في أسواق الأوراق المالية. حيث توفر الخدمات المالية الرقمية نماذج أعمال جديدة لمنصات تعمل على جمع المستثمرين في مكان واحد وتسمح بالتداول بكسور الأسهم. ويتم تشجيع المستثمرين على التعلم من بعضهم البعض فيما يتعلق بالاستثمارات التي يفضل أن يستثمروا بها، أو يمكنهم استخدام التداول الاجتماعي لمحاكاة استراتيجية التداول الخاصة بالتداوليين الآخرين على المنصة. يمكن لمنصة الاستثمار أيضًا إنشاء محافظ مواضيعية قياسية (thematic portfolios) وإتاحة الوصول إليها للمستثمرين (مقابل مال استثماري منخفض نسبيًا) دون الحاجة إلى معرفة الكثير حول كيفية الاستثمار في الأسهم والسندات (أي، مستثمرين غير فاعلين في إدارة استثماراتهم – passive investors).

تسلط البيانات والتجارب العالمية الضوء على أن الشمول المالي في قطاع الأوراق المالية قد يكون هدفًا مستقبليًا بعيد المنال، وذلك عندما تصبح مستويات الشمول المالي أعلى ويصبح لدى الأفراد دخل إضافي يمكنهم استثماره، وبعد أن يصلوا للمستوى المطلوب من المعرفة والثقافة المالية. يمكن للخدمات المالية الرقمية تسريع هذه العملية من خلال توفير منصات لتتقيف المستهلكين ومنحهم الوسائل اللازمة للاستثمار بمبالغ مالية صغيرة.

كما تُعد منصات التمويل التشاركي أو الجماعي (crowdfunding) من الخيارات الأخرى المتاحة للأفراد للاستثمار في الأوراق المالية غير المدرجة في السوق، وعادة ما يستثمر هؤلاء الأفراد في شركات بدأها ونماها أحد الأصدقاء أو أفراد العائلة.

8-1-3 أمور يتوجب أخذها بعين الاعتبار عند شراء المنتجات والخدمات المالية وكيف يمكن للخدمات المالية الرقمية التأثير على قرار المستهلك بما يخدم الشمول المالي

من المرجح أن يُعرض المستهلكون عن شراء المنتجات والخدمات المالية، إذا ما واجهتهم أي عقبات أو مشاكل أثناء عملية الشراء، وقد يختاروا استبعادهم من هذه الخدمات. يمكن أن يساعد فهم هذه العقبات في تحديد ما إذا كان يمكن التغلب عليها باستبدالها بالخدمات المالية الرقمية وجعل عملية شراء المنتجات أيسر.

يسلط الشكل رقم 12 الضوء على أهم الأمور الواجب أخذها بعين الاعتبار عند شراء منتج أو خدمة مالية، وهو مدى تلبية المنتج أو الخدمة لاحتياجات العميل، والفوائد التي ستقدمها له، وكذلك فهم تكاليف المنتج. كما يهتم المستهلكون بمعرفة ما إذا كان المنتج أو الخدمة مناسبة لاحتياجاتهم، اعتمادًا على مستوى خبرتهم المالية.

فإذا كانوا مدركين تمامًا أن المنتجات قد لا تلبى احتياجاتهم، يكون أخذ القرار سهلاً، ويصبح رفض شراء المنتج هو القرار السليم. لكن، إذا تم التوصل إلى قرار (أن المنتج غير مناسب لهم) بسبب

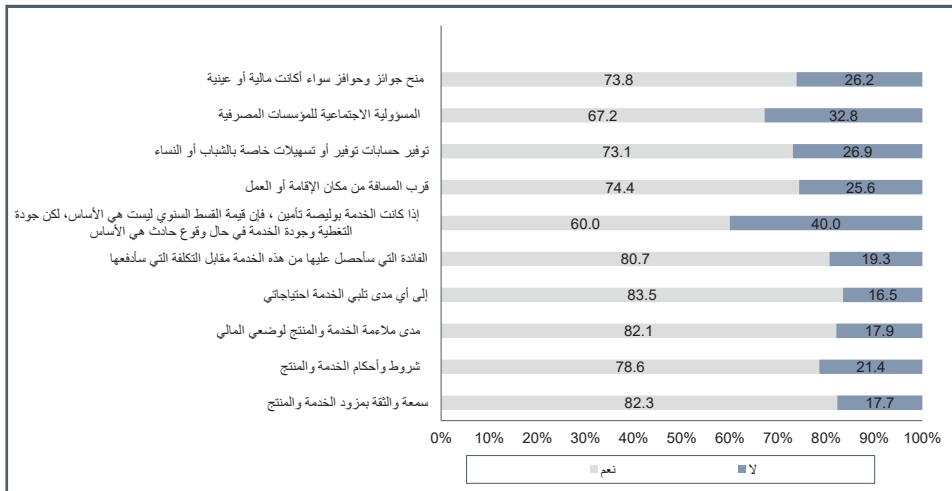
نقص المعلومات أو عدم فهم المعلومات حول المنتج أو الخدمة بدقة وبشكل كامل، فسيفضي ذلك إلى استبعادهم مالياً على نحو غير عادل وغير ضروري.

المنتجات والخدمات المالية معقدة بما تنطوي عليه من شروط وأحكام معقدة، ولعدم وضوح هيكل الرسوم وشروطها. على سبيل المثال، قد تحتوي عقود التأمين على بنود جوهرية حول شروط الدفع في حالة تقديم مطالبة. وقد لا يكون العميل مدركاً لهذه البنود المضمنة في العقد وبشترتي بوليصة التأمين دون معرفة كاملة بالمنتج. لذلك، عندما تنشأ مطالبة، يتم التعامل معها بشكل غير عادل، فتوقعات العملاء لمنتج التأمين قد تختلف جذرياً عن حقيقة كيفية هيكلة المنتج والشروط التي تحكمه.

قد تفرض اللوائح متطلبات محددة للإفصاح تتطلب من المؤسسات المالية التأكد من توضيح السمات الرئيسية للمنتج أو الخدمة بوضوح، وتحري الإنصاف في العقود والشروط والأحكام. كما يجب ألا تكون المواد التسويقية مضللة، ويمكن أن تحدد اللوائح الحد الأدنى من متطلبات الترويج للخدمات المالية.

تعد هذه الجوانب بالغة الأهمية عند بيع الخدمات المالية عبر الإنترنت. غالباً ما يميل المستهلكون إلى غض الطرف عن الشروط والأحكام، ومن غير المرجح أن يقرأ معظمهم أي أحكام تعاقدية حيث يتوجهون مباشرة إلى خيار "قبول" أو "موافق". يجب إتاحة خيار التحدث مع الموظف بشكل مباشر للمستهلكين عند شراء منتج أو خدمة من الخدمات المالية، وعندما يكونون غير متأكدين من ميزات وفوائد ومخاطر المنتج. يمكن لشركات الخدمات المالية أيضاً انتهاز الفرصة عند القيام بعملية الشراء لتثقيف عملائها المحتملين حول المنتج، من خلال عرض مقاطع فيديو خلال مراحل إتمام العملية.

الشكل رقم 19: الأمور الواجب أخذها بعين الاعتبار عند شراء المنتجات والخدمات المالية

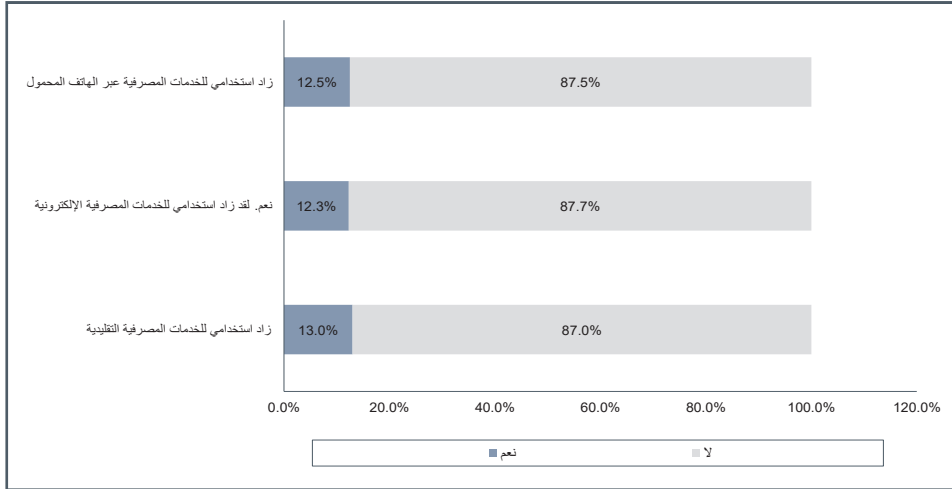


تعتبر سمعة الشركات المزودة للخدمات المالية والثقة بها من الاعتبارات الهامة لدى المستهلكين الذين يقررون شراء خدمات مالية. في هذا الصدد، من المهم أن توضح المؤسسات المالية لجمهور المتعاملين معها أن أعمالها تخضع لأحكام الهيئات التنظيمية كسلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية، اللتان قامتتا بإجراءات العناية الواجبة والفحص اللازم قبل ترخيص أعمال هذه الشركات، وأن الشركات تخضع لإشراف هذه الهيئات التنظيمية وتخضع لقوانينها النافذة. كما يمكن أن يساعد وجود إجراءات محددة وواضحة للشكاوى في بناء الثقة في هذه الشركات، وقد يؤدي توفير هذه المعلومات كجزء من عملية شراء المنتج إلى تعزيز هذه الثقة ما قد يحسن بدوره من الشمول المالي.

9-1-3 تحليل استخدام الخدمات المالية الرقمية في الوقت الحاضر والمستقبل

على الصعيد العالمي، ساهمت جائحة كوفيد-19 في تسريع انتشار الخدمات المالية الرقمية، بحكم الضرورة، حيث لم يتمكن السكان من الوصول لفروع شركات الخدمات المالية نظرا لما تم فرضه من إجراءات احترازية ووقائية كالتباعد الاجتماعي. في الحالة الفلسطينية، كانت الزيادة في استخدام الهاتف المحمول والتعاملات المصرفية الإلكترونية هامشية، وكان معدل الزيادة في استخدام القنوات المصرفية التقليدية (المادية) (مثل زيارة الفروع) أعلى قليلا (بنسبة تتراوح بين 0.5% و 0.7%) مقارنة بالخدمات والمعاملات المصرفية الإلكترونية، كما هو موضح في الشكل رقم 20.

الشكل رقم 20: تأثير جائحة كوفيد-19 على استخدام القنوات المصرفية الرقمية والتقليدية



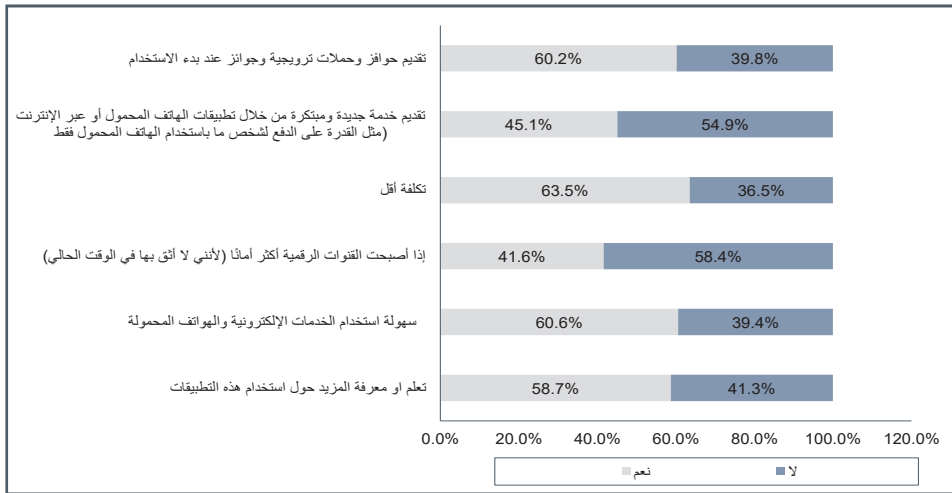
مناطقيا، استحوذ سكان القدس على أعلى نسبة (45.3% من سكان القدس) من السكان الذين زادوا من استخدامهم للخدمات المالية التقليدية خلال الجائحة. وينطبق الشيء نفسه على الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث كانت أعلى نسبة (51.2%) من الأفراد الذين زاد استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من القدس (58% من سكان

القدس). سجلت الفئة العمرية (35-39 عاما) أعلى زيادة نسبية (16%) في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والخدمات المصرفية الإلكترونية (حيث أن 15.2% من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (35-39 عاما) كثفوا من استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بعد الجائحة). تقع أعلى نسبة (17.7%) من الأفراد الذين زادوا من استخدامهم للقنوات المصرفية التقليدية (المادية) هم ضمن الفئة العمرية (55-59 عاما). وتجاوز عدد الرجال الذين استخدموا القنوات الثلاث خلال الجائحة عدد النساء.

ما العوامل التي تشجع الناس على زيادة استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والهاتف المحمول؟

أفادت النسبة الأكبر من المبحوثين (63.5%) أنها ستستخدم الخدمات المالية الرقمية أكثر، لو كانت تكلفتها أقل، كما هو موضح في الشكل رقم 21.

الشكل رقم 21: ما هي العوامل التي قد تشجع على زيادة استخدام قنوات الخدمات المالية الرقمية عبر الإنترنت والهاتف المحمول



جاءت سهولة الاستخدام في المرتبة الثانية ضمن قائمة العوامل التي من شأنها تشجيع زيادة استخدام القنوات الرقمية (60.6% من المبحوثين). ذكر قرابة (60.2%) من المبحوثين ضرورة تقديم حوافز كجوائز أو حملات ترويجية لتشجيعهم على استخدام هذه القنوات. أفاد أكثر من نصف المبحوثين (58.7%) أنهم إذا سلحوا بالمعرفة والدراسة اللازمة لكيفية استخدام هذه القنوات الرقمية للتعامل مع مزودي الخدمات المالية سيتشجعون أكثر على استخدام هذه القنوات.

بالنسبة للذكور، فإن الحافز لنحو 69% من الذكور المبحوثين هو أيضا انخفاض تكلفة القنوات الإلكترونية. كما ينطبق الأمر نفسه على الإناث (57.9%).

جدول 2: أهم العوامل التي تشجع على استخدام الخدمات المالية الرقمية

النسبة المئوية بحسب الفئة العمرية	العامل الأكثر أهمية	الفئة العمرية
72.4%	تكلفة أقل	24-18 عاما
63.9%	سهولة الاستخدام	29-25 عاما
66.5%	تكلفة أقل	34-30 عاما
66.5%	تكلفة أقل	39-35 عاما
64.7%	تكلفة أقل	44-40 عاما
61.4%	تكلفة أقل	49-45 عاما
60.7%	تكلفة أقل	54-50 عاما
54.3%	تكلفة أقل	59-55 عاما
50.8%	تكلفة أقل	64-60 عاما
40.6%	تكلفة أقل	65 عاما فما فوق

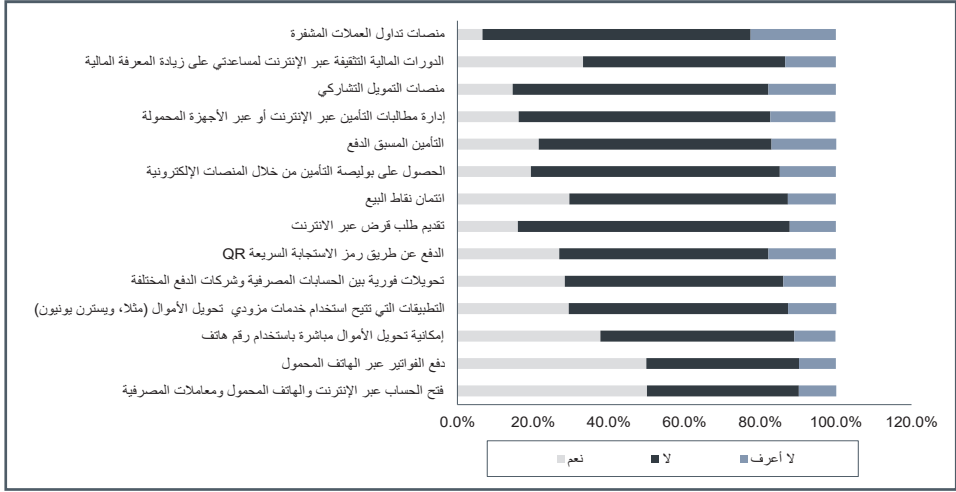
كان انخفاض تكلفة الخدمات المالية عبر الإنترنت العامل الأكثر أهمية بالنسبة لجميع الفئات العمرية باستثناء الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و29 عاما، كما هو موضح في الجدول 2. وكانت النتائج متشابهة في جميع المناطق الجغرافية، حيث اعتُبر انخفاض التكلفة أهم عامل يشجع على استخدام الخدمات المالية الرقمية. بطبيعة الحال توفر البنوك حسابا مصرفيا مجانيا أساسيا، بالتالي فإن عائق التكلفة لا ينطبق سوى على المنتجات والخدمات المالية غير المصرفية.

قد تكون الخدمات المالية المزودة عبر القنوات الرقمية أرخص بكثير، لأنها لا تتطلب استثمارات كبيرة في البنية التحتية مثل إنشاء فروع وأنظمة تشغيلية وموظفين. يمكن استخدام رفع رسوم المعاملات من خلال الفروع أو خفض رسوم المعاملات عبر الإنترنت كوسيلة لتحفيز الخدمات الرقمية. مع تأسيس سلطة النقد الفلسطينية للبنية التحتية الجديدة للمدفوعات (كما هو موضح أدناه)، يمكن تخفيض تكلفة المعاملات المالية بشكل كبير.

من المحتمل أن يزداد الطلب على المنتجات والخدمات المالية الرقمية في المستقبل

يوضح الشكل رقم 20 أن الطلب على خدمات فتح الحسابات والمعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول سيكون على الأرجح أعلى منه على الخدمات الأخرى (حيث حصلت على أعلى نسبة من الإجابات بـ "نعم" - 50.1%). وكانت "إمكانية دفع الفواتير عبر الإنترنت" ثاني أكثر خدمة مالية طلبا في المستقبل القريب، والخبر السار هو أن سلطة النقد تعمل حاليا على إطلاق منصة مشابهة (كما هو موضح أدناه). تعد خدمة "الدفع من الناس إلى الناس PtoP" باستخدام عنوان بريد إلكتروني أو رقم هاتف، ثالث أكثر خدمة مالية رقمية يطالب المستعملون بتوفيرها في فلسطين.

الشكل رقم 22: الطلب المستقبلي على مختلف الخدمات المالية الرقمية



تحتل "دورات التثقيف المالي عبر الإنترنت" المرتبة الرابعة، ما يسلط الضوء على الحاجة إلى الثقافة والمعرفة المالية للوصول لمستويات أعلى من الشمول المالي الرقمي. وخلافاً للاعتقاد السائد، كانت "منصة تداول العملات الرقمية المشفرة" الأدنى مرتبة في قائمة المنتجات والخدمات المالية الرقمية التي يعتقد المبحوثين بضرورتها، ويمكن تفسير ذلك بعدم معرفة المبحوثين بمثل هذه المنصات، أو إدراكهم لما تحمله مثل هذه الاستثمارات من مخاطر مرتفعة. هناك طلب متوسط على حلول ائتمان "نقاط البيع" أو "اشترى الآن ادفع لاحقاً"، وكذلك تأمين الدفع المسبق. وأشار أقل من 20% من المبحوثين إلى أنهم يفضلون الحصول على قروض من خلال منصة حصرية عبر الإنترنت أو شراء التأمين من خلال بوابة إلكترونية. بينما شدد قرابة 15% فقط من المبحوثين على الحاجة إلى منصة تمويل تشاركي لإتاحة فرصة الاستثمار في المشاريع المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر.

بالنظر إلى الطلب المستقبلي على المنتجات والخدمات المالية الرقمية على المستوى التفصيلي، يبين الملحق -أ- أن منتجي الخدمات المالية الرقمية الأكثر طلباً هما:

1. فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات المصرفية عبر الإنترنت والهاتف المحمول.
2. دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول.

اختار أكبر عدد من المبحوثين في كل فئة (باستثناء عدد محدود من الاستثناءات)، المنتجات المذكورة أعلاه.

2-3 تحليل إجابات مسح جانب العرض

إذا ما نفذت الاستراتيجيات المناسبة على جانب العرض يصبح تحقيق الشمول المالي، وخاصة الشمول الرقمي، ممكناً. ذلك أن بإمكان شركات التكنولوجيا المالية الناشئة والشركات القائمة والشركات التكنولوجية الكبرى إنتاج منتجات وحلول رقمية للتغلب على الحواجز التقليدية التي تحول دون الوصول إلى الفئات المقصاة مالياً. حيث تقوم شركات التكنولوجيا المالية الناشئة بالبحث عن الفرص التي لا تقوم الشركات التقليدية القائمة بسد الحاجة فيها. لذا تستهدف هذه الشركات الأسواق التي تفتقر إلى الخدمات الرقمية وفيها منافسة محدودة، وتعمل على توفير فرص الوصول إلى التمويل لأولئك الذين ربما لم يتمكنوا من التعامل مع البنوك التقليدية وشركات التأمين وشركات إدارة الثروة. تؤدي النقلات الجذرية المماثلة إلى توسع السوق (فذلك يؤدي لاكتشاف أسواق جديدة لم تكن مستغلة قبلاً). تدرك الشركات القائمة المشتغلة في القطاع الفرصة المتاحة أمامها لتعزيز حصتها السوقية مما يعني زيادة إيراداتها. وأحياناً تدخل إلى نفس الأسواق، في منافسة مباشرة مع شركات التكنولوجيا المالية الناشئة أو كبرى الشركات التكنولوجية التي تستهدف جذب الأفراد المقصيين مالياً. بصورة عامة، تؤدي المنافسة الشديدة إلى شمول أفراد أكثر في النظام المالي، أما الأفراد اللذين سبق وادمجوا بالنظام، ينتهي الأمر بحصولهم على عروض وتجربة عملاء أفضل.

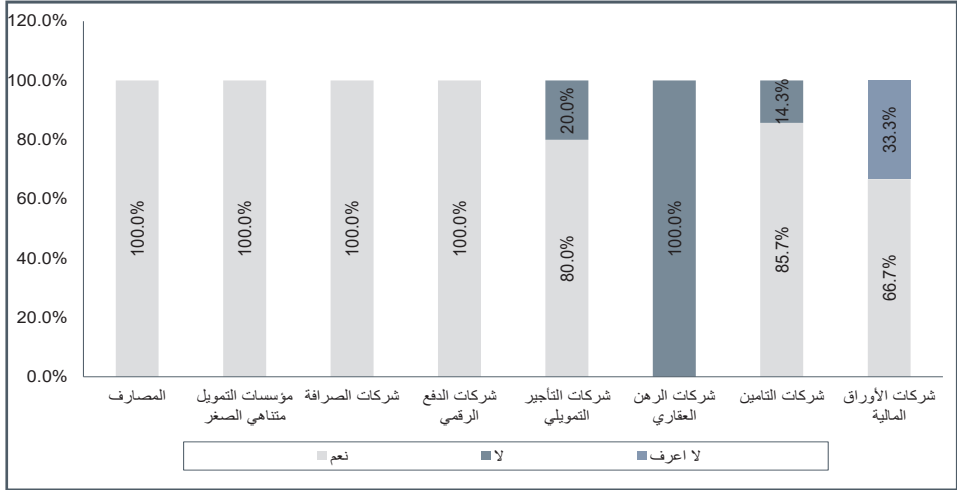
1-2-3 مسؤولية المؤسسات المالية في تحفيز الشمول المالي

لا يمكن تحقيق الشمول المالي الرقمي ما لم تظلمع المؤسسات المالية وتقر بأن لها دوراً في غاية الأهمية في تأمين وصول الفئات المقصاة مالياً إلى الخدمات المالية. كما يظهر الشكل رقم 23، لحسن الحظ يتفق جميع المبحوثين من مختلف المؤسسات المالية على أن لديهم دوراً يؤديونه لتحقيق الشمول المالي.

فيما يتعلق بأولئك الذين يعتقدون أن لديهم دوراً في إحراز الشمول المالي، فإن 72.9% من مستطلعي جانب العرض من هذه الفئة، يصممون منتجات وخدمات مالية جديدة لاستهداف الشرائح السكانية المقصاة مالياً. أقل من النصف (47.9%) يشرعون في حملات إعلانية للوصول إلى أكبر عدد ممكن من السكان، بما في ذلك غير المشمولين بالخدمات، ما يسهم في رفع الوعي بهدف زيادة استخدام الخدمات المالية. من المنطقي أن أكثر من 64.6% من المبحوثين لم يفتحوا فروعاً جديدة للوصول إلى فئات المجتمع المقصاة مالياً. فالقنوات الرقمية أكثر كفاءة بكثير وفعالية للوصول إلى أسواق جديدة، بغض النظر عن قربها الجغرافي.

في حين يعتقد المبحوثين على جانب الطلب أن الجوائز النقدية والعينية أو الحوافز التشجيعية لاستخدام الخدمات المالية قد تغريهم بالاندماج مالياً، يعتقد عدد قليل من المؤسسات المالية (35.4% فقط) بصحة ذلك.

الشكل رقم 23: هل تعتقد الشركات القائمة أنها مسؤولة عن إدماج المزيد من الناس في النظام المالي؟



تشمل الطرق الأخرى التي تروج بها المؤسسات المالية للشمول المالي المبادرات التالية (أعطيت الإجابات على شكل نصوص حرة):

- توفير إمكانية الحصول على التمويل (مثل القروض) للعمال الذين لا يتم دفع رواتبهم من خلال حساب مصرفي فلسطيني.
- أفادت إحدى المؤسسات أنها تقوم بنشر الوعي حول المنتجات الاستثمارية، من خلال توفير معلومات عن التخطيط المالي والادخار.
- تستأنف إحدى الشركات العمل في غزة بعد انقطاعها عن العمل بسبب الحرب، وتقوم حالياً بتكثيف أعمال التسويق في المنطقة من خلال الاتصالات الإلكترونية أو الزيارات الميدانية. وتقوم أيضاً بجهود موسعة، من خلال الشراكات، لتوفير خدمات التثقيف المالي عند الطلب.
- ذكرت إحدى الشركات أنها تسهل على العملاء التعامل معها من خلال القنوات الرقمية.
- وتقوم شركتان باستكشاف طرق استخدام التكنولوجيا لتوفير منتجات التأمين وجمع الأقساط.

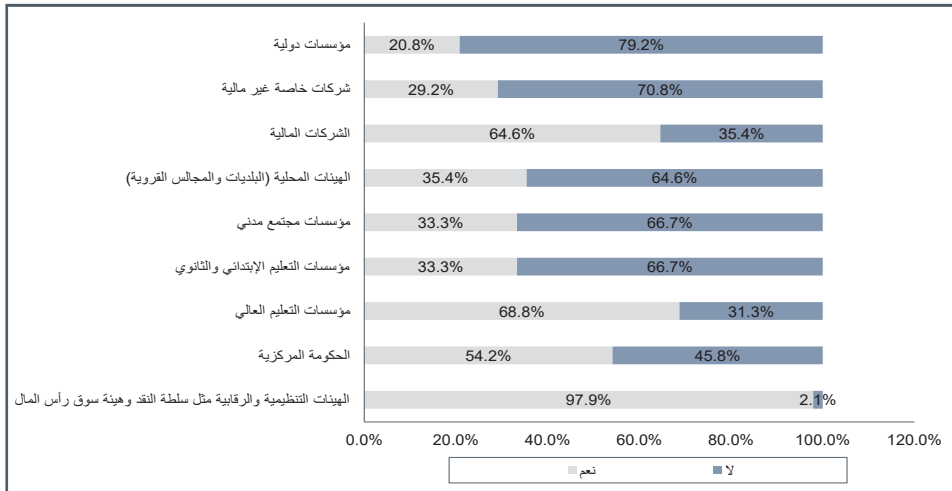
على المستوى التفصيلي، تقوم جميع المؤسسات المالية بتطوير منتجات وخدمات جديدة لخدمة الفئات غير المشمولة، باستثناء شركات التأمين، التي تفضل فتح فروع/مكاتب جديدة لخدمة الفئات المهمشة وغير المشمولة بالخدمات (85.7% من شركات التأمين).

بينما تقبل الشركات القائمة تحمل جزء من مسؤولية تعزيز الشمول المالي، إلا أنها تعتقد أن الجهات الأخرى ذات العلاقة تتحمل نفس القدر أو حتى قدر أكبر من المسؤولية عن هذه المبادرة. هناك إجماع

بقرابة 97.9% بين المبحوثين على جانب العرض أن الهيئات التنظيمية مثل سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية لديهما دور رئيسي تؤديانه. يمكن فهم هذه الإجابات، فهاتان الهيئتان التنظيميتان تلعبان دورا محوريا في تعزيز الشمول المالي في فلسطين. كما وضعتا استراتيجية وطنية للشمول المالي للأعوام 2018-2025 وتم تشكيل لجنة وطنية لمتابعة تنفيذ هذه الاستراتيجية، وتتولى كل من الهيئتان المذكورتان رئاسة اللجنة بشكل مشترك. تضم اللجنة أعضاء من: ديوان الرئاسة، وزارة المالية والتخطيط، وزارة التربية والتعليم العالي، واتحاد غرف التجارة والصناعة، وزارة الاقتصاد الوطني، وبورصة فلسطين، الاتحاد الفلسطيني لشركات التأمين، وزارة التنمية الاجتماعية، وجمعية البنوك، والشبكة الفلسطينية للإقراض. وتعد لقاءات اللجنة منبرا متميزا، يمتلك إطار حوكمة متين وآليات تنفيذ يمكن استخدامها لتحفيز الشمول المالي الرقمي على وجه التحديد.

يسلط المسح الضوء على أن هناك قبول بأن مؤسسات التعليم العالي (68.8% من المبحوثين) تلعب دورا في تعزيز المعرفة المالية، وبالطبع، فإن المؤسسات المالية نفسها (64.6%) تلعب دورا هاما على المستوى الجزئي، حيث تحرص على تطوير منتجات وخدمات مناسبة للأفراد الذين يعانون من نقص الخدمات، وفي إيجاد طرق (مثل القنوات الرقمية) تضمن الوصول إلى هذه الفئات المستهدفة وتوفير حلول فعالة من حيث التكلفة.

الشكل رقم 24: وجهات نظر المبحوثين على جانب العرض حول من يجب أن يتحمل مسؤولية تحفيز الشمول المالي في فلسطين



كان هناك انقسام في وجهات النظر حول ما إذا كانت الحكومة المركزية تلعب دورا في تحفيز الشمول المالي، حيث يعتقد أكثر من نصف المبحوثين (54.2%) أنه يتعين عليها ذلك. علما بأن هناك ممثل عن الحكومة في اللجنة الوطنية للشمول المالي، وهي تؤدي دورا حاسما في التأكد من تهيئة البيئة المحيطة بأصحاب المصلحة بما يمكنهم من وضع الاستراتيجيات التي تعمل على شمول عددا أكبر من الناس في النظام المالي.

2-2-3 العوائق والعقبات الرئيسية التي تحول دون قيام المؤسسات المالية بخدمة الفئات غير المشمولة بالخدمات

كما كشفت دراسة الشمول المالي للعام 2016، فإن معدلات الشمول المالي منخفضة، حيث أن قرابة 36% فقط من السكان البالغين مشمولين ماليين. تهدف الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي لرفع هذه النسبة إلى نحو 50% بحلول العام 2025. مع مثل هذا المعدل المنخفض للشمول المالي، من المؤكد أن المؤسسات الحالية ستدرك الإمكانيات المتاحة وغير المستغلة. مع ذلك، فقد كافحت المؤسسات المالية لجذب المزيد من الفئات المقصاة إلى النظام المالي.

إن فهم الحواجز والمعوقات الرئيسية أمر ضروري، حيث يمكن أن يساعد هذا في توجيه المؤسسات المالية لإيجاد الحلول المناسبة للتغلب على هذه الحواجز. غالباً ما تكون الخدمات المالية الرقمية الحل الأفضل والأكثر فاعلية، ويمكن أن تساعد معرفة العوائق على تطوير حلول رقمية محددة للوصول إلى الفئات المقصاة مالياً.

العوامل السياسية

يبرز الشكل رقم 25 أن الأزمة المالية المستمرة التي تعاني منها السلطة الوطنية الفلسطينية (العوامل السياسية) هي أكبر عائق يعيق المؤسسات المالية عن تحقيق الشمول المالي (بلغت نسبة إجابات المبحوثين بـ "موافق تماماً" و"موافق" مجتمعين نحو 85.4% على هذا العامل). بحسب ما ذكر 82.6% من المبحوثين، كان إغلاق غزة عاملاً سياسياً آخر، فقد شكل حاجزاً كبيراً أمام تصديهم للإقصاء المالي خاصة في هذه المنطقة. بالإضافة إلى ذلك، تعد القيود المفروضة على المنطقة "ج" عائقاً سياسياً آخر كبيراً، ما يصعب على المؤسسات المالية تقديم الخدمات المالية للفئات المهمشة هناك، بحسب ما أفاد 79.2% من المبحوثين بالمشح.

ومن الجلي أن البيئة السياسية معقدة في الأراضي الفلسطينية، ما يفرض معيقات وتحديات تحول دون التصدي للاستبعاد المالي. تعد هذه تحديات شائكة ولا يبدو أن هناك حلول لخدمات مالية رقمية يمكنها تذليل هذه المعوقات. ومع ذلك، فإن المزيد من الجهود التي تبذلها الحكومة لدفع نظام الحكومة الإلكترونية وتشجيع أو إجبار المواطنين على الدفع من خلال القنوات الإلكترونية، قد تثبت كاستراتيجية فعالة لتحسين استخدام الخدمات الرقمية. عندما يعتاد المستهلكون على الدفع للحكومة من خلال القنوات الرقمية، فإنها ستحوز على ثقتهم، فيصبح من المرجح أن يستخدموا قنوات مماثلة تقدمها مؤسساتهم المالية. قد تكون القنوات الرقمية هي الطريقة الوحيدة لخدمة التجمعات السكانية في قطاع غزة والمنطقة "ج"، ونشجع المؤسسات المالية على استكشاف إمكانيات تحقيق ذلك.

الشكل رقم 25: العقبات التي تحول دون توسيع نطاق الخدمات المالية لإدماج المستبعدين ماليًا



معوقات توفير الائتمان والتأمين

أظهر البحث في العوامل التي يمكن أن تتأثر بالخدمات المالية الرقمية أن ثاني أكثر العوائق إلحاحاً كما حددها نسبة كبيرة من المبحوثين (85.1% ممن أجابوا بـ "أتفق كلياً" و "أتفق" مجتمعين) هي نقص البيانات الائتمانية أو ضمانات مقبولة (العوامل السوقية). لا يزال هذا العائق قائماً برغم إطلاق سلطة النقد الفلسطينية نظام التصنيف الائتماني في العام 2010. كون الفئات المهمشة مستبعدة من النظام المالي في الواقع، سيجعل من المستحيل تقريباً بناء أي سجل ائتماني، برغم قصارى الجهود التي تبذلها سلطة النقد الفلسطينية كما أوضحنا أعلاه. ما يزيد من تعقيد المشكلة أن مؤسسات الإقراض تسعى لتأمين قروضها بالضمانات، لكن قد لا يكون لدى الأفراد الفقراء ضمانات كافية تؤهلهم للحصول على قروض. كما أن هناك عاملاً آخر يضاعف من حجم المشكلة وهو ارتفاع المخاطر لدى الأفراد في الفئات المهمشة (بحسب ما ذكر 76.6% من المبحوثين).

كما توضح التجارب الدولية، يمكن أن تلعب الخدمات المالية الرقمية دوراً مهماً في التغلب على هذه المعوقات، حيث تسلط التجارب الضوء على أن الشركات الناشئة القائمة على التكنولوجيا المالية تتفوق على غيرها في إيجاد طرق مبتكرة لبناء تصنيف ائتماني بين فئات المجتمع المقصاة ماليًا أو إيجاد حلول مبتكرة (قائمة على التكنولوجيا) لتقديم قروض دون الحاجة لضمانات.

سلطت ورقة عمل رقم 1041 بعنوان "تأثير إقراض التكنولوجيا المالية على وصول الشركات الأمريكية الصغيرة إلى الائتمان"، المنشورة في أيلول 2022 من قبل بنك التسويات الدولية، الضوء

على كيفية استخدام شركات التكنولوجيا المالية (أو عثورها) على مصادر بديلة للبيانات وكيف تستخدم التعلم الآلي لتقييم نوعية ائتمان الشركات الصغيرة. وأبرزت أبحاثهم أن منصات التكنولوجيا المالية للإقراض قدمت المزيد من القروض للشركات الصغيرة في المناطق التي ترتفع فيها معدلات البطالة وملفات إفلاس الشركات. كانت تصنيفات الائتمان الداخلية لديها قوية كفاية بحيث تستطيع التنبؤ بدقة بأي تعثر في المستقبل، مقارنة بتصنيفات درجات المقترضين التقليدية. عموماً، الهدف من إتاحة التمويل للأعمال التجارية الصغيرة هو النهوض بأوضاع المنطقة المحيطة بها.

من الأمثلة على طرق حث فئات المجتمع المهمشة لبناء سجل للتصنيف الائتماني؛ تقديم حلول ائتمانية صغيرة مثل دفع الاشتراك الشهري للهاتف المحمول مباشرة إلى الشركة المشغلة، على أن يسدد العميل قيمة المبلغ المقرض إليه عندما يستلم راتبه؛ كذلك التمويل المؤقت قصير الأجل ومنخفض القيمة.

لا تقتصر مشكلة تقييم مخاطر الأفراد المهمشين ذوي السجل المالي الضعيف على قطاع الإقراض، بل تمتد أيضاً إلى خدمات التأمين. حيث يتفق أكثر من نصف الشركات المبحوثة (52.6%) بأنه من الصعب تقييم مخاطر اكتتاب التأمين عند وجود نقص في البيانات المالية التاريخية. كما أكدت نسبة مرتفعة من المبحوثين (74.5%) أن ضعف التكنولوجيا المالية في بعض القطاعات المالية مثل قطاع التأمين تشكل عائقاً.

هناك مجال آخر تجد فيه الشركات الجديدة الداخلة حديثاً إلى مجال التكنولوجيا المالية مصادر بديلة للبيانات لضمان مخاطر التأمين. مثال على ذلك التصوير بالأقمار الصناعية لتقييم وضع المحاصيل في المزارع وتقديم التأمين بناء على هذه البيانات. أو كبديل، يمكن استخدام أجهزة الاستشعار (إنترنت الأشياء IOT) لإعلام شركات التأمين بكيفية إدارة المزارع لظروف التربة أو مراقبة الفيضانات والجفاف، إما لاستخدام هذه البيانات لتغطية بوليصة التأمين أو دفع تعويضات عن الخسائر، دون أن يحتاج المزارع إلى تقديم مطالبة رسمية. مثال آخر على ذلك منتج التأمين عن بعد (أو تأمين الصندوق الأسود) المضمن في تأمين المركبات، حيث يتم فرض رسوم إضافية على السائقين بناء على تقييم طريقة قيادتهم للمركبة، وليس استناداً للبيانات العامة مثل العمر (على افتراض ارتفاع المخاطر للسائقين الأصغر سناً).

بالتالي، يمكن أن تلعب الخدمات المالية الرقمية دوراً حاسماً في الحد من العوائق التي تحول دون وصول الفئات المهمشة إلى تمويل ائتماني أو حماية تأمينية.

ارتفاع تكاليف خدمة الفئات المهمشة والمقاصة من الخدمات المالية ومبادرات التحول الرقمي

تبين نتائج المسح أن 71.1% من المبحوثين في جانب العرض يرون أن ارتفاع تكاليف إدارة الودائع أو القروض الصغيرة (العوامل السوقية) تشكل عائقاً. علاوة على ذلك، أشار 68.8% من المبحوثين إلى أن ارتفاع التكاليف المرتبطة بتقديم الخدمات المالية في المدن الصغيرة أو المناطق

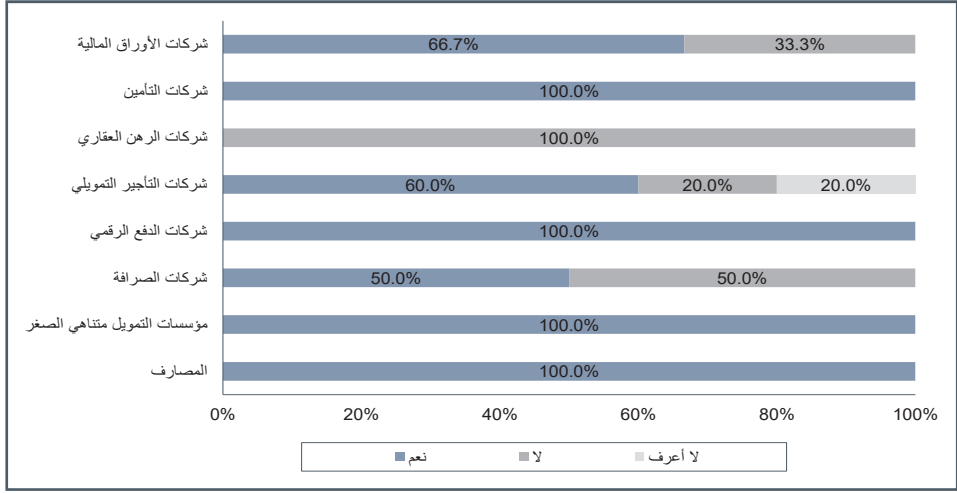
الريفية كانت عائقا حقيقيا. يمكن لجهود التحول الرقمي أن تساعد المؤسسات المالية على تقليل تكاليف خدمة الفئات سابقة الذكر. ويمكن لخصر الخدمات بالفنوت الرقمية فقط أن يوفر تكاليف تشغيلية مقارنة بخيار تطوير البنية التحتية للفروع. مرة أخرى، يمكن لأتمتة المهام باستخدام تقنيات كالتعلم الآلي أن تثبت كفاءتها من حيث التكلفة.

تنفذ المؤسسات المالية أحد أشكال مبادرات التحول الرقمي كما هو موضح في الشكل رقم 26. أفاد جميع المبحوثين بالمشح (100%) من شركات التأمين ومزودي خدمات الدفع الرقمي، ومؤسسات التمويل متناهي الصغر، والبنوك، بأنهم بصدد التحول للخدمات الرقمية. بينما أكد ما يزيد على الـ60% بقليل من المبحوثين من شركات التأجير التمويلي وشركات الأوراق المالية على سعيهم لتنفيذ مبادرات التحول الرقمي. تشمل الأمثلة (الإجابات على السؤال المفتوح) عن مبادرات التحول الرقمي التي ذكرها المبحوثون ما يلي (كما تم تصنيفها وتلخيصها):

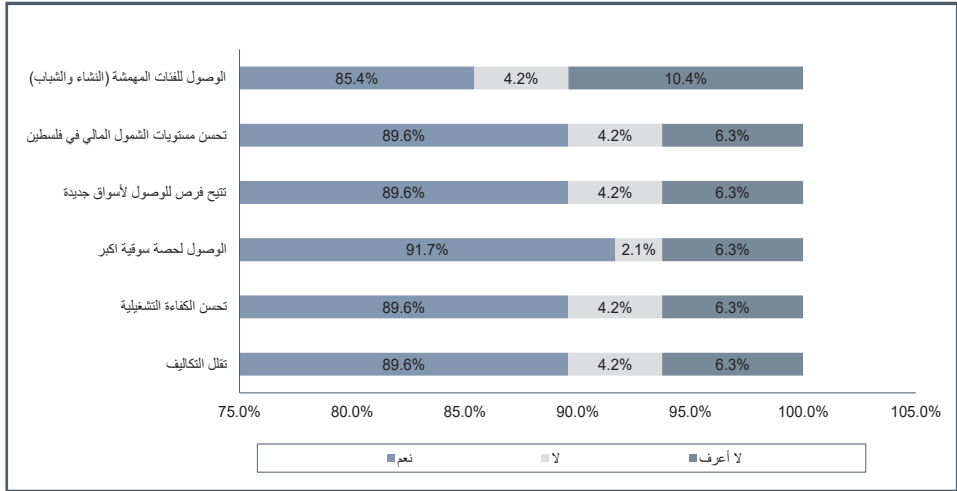
- إطلاق تطبيقات الهاتف المحمول والإنترنت لتمكين العملاء من إجراء معاملاتهم المالية عن بعد.
- إطلاق خدمة طلب دفتر شيكات أو فتح حساب مصرفي بشكل كامل عن بعد.
- تسهيل المدفوعات الإلكترونية لدفع أقساط التأمين، أو تحصيلها، أو سداد الفواتير.
- خدمة طلب قرض عبر الإنترنت واستخدام قواعد البيانات لاستكمال طلب قرض مع حقول البيانات المعبأة مسبقا.
- روبوتات الدردشة لتوفير خدمات العملاء الآلية وإنشاء مركز اتصال رقمي متاح 24/7 أيام
- أتمتة العمليات الداخلية والاستغناء عن المعاملات الورقية، باستثناء الأوراق الرسمية التي تتطلب توقيع العميل
- فروع الكترونية
- تطوير أنظمة تسهل خدمات التأمين من خلال تطبيق على الهاتف المحمول.
- تسعى بعض المؤسسات المالية لعقد شراكات مع مزودي خدمات الدفع الجدد بهدف العمل سويا على تطوير حلول جديدة لخدمات الدفع.
- نظام تداول إلكتروني باستخدام تطبيق على الهاتف المحمول.

يتمثل أكبر محرك لتنفيذ إحدى أشكال التحول الرقمي في الحصول على حصة سوقية أكبر (بحسب ما ذكر 91.7% من مستطلي جانب العرض)، كما هو موضح في الشكل رقم 27. غالبا سيؤدي حصول العملاء على تجربة جيدة إلى ابتعاد العملاء عن المؤسسات المالية التي كان لهم تجربة سيئة معها. وكان تحسين الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف بنفس الأهمية بالنسبة لـ 89.6% من المبحوثين الذين ركزوا على هذا الهدف. كما رأت نفس النسبة (89.6%) أن التحول الرقمي يمكن أن يفتح آفاقا جديدة، بالتالي يجب أن يكون هدفا يُسعى لتحقيقه. من المشجع معرفة أن أكثر من 85% من الشركات المبحوثة، يعتقدون أن التحول الرقمي يمكن أن يحقق مستويات أفضل من الشمول المالي في فلسطين والوصول إلى الفئات المهمشة مثل النساء والشباب.

الشكل رقم 26: مبادرات التحول الرقمي في المؤسسات المالية



الشكل رقم 27: أسباب سعي المنظمات إلى التحول الرقمي



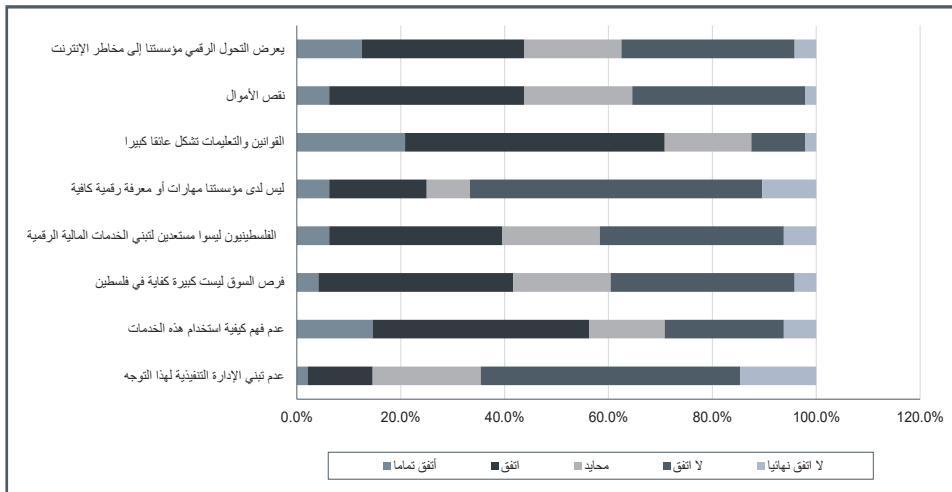
تظهر بيانات مسح جانب العرض أن المؤسسات المالية تسير على المسار الصحيح للتصدي لحواجز السوق والمعوقات التنظيمية التي تشكل تحديات أمام الوصول إلى فئات المجتمع المقصاة مالياً. مع إحراز مزيد من التقدم في هذه المبادرات، من المرجح أن تؤتي الاستثمارات في التحول الرقمي ثمارها ليس فقط بالنسبة للمؤسسة المالية ولكن أيضاً لعملائها والتجمعات التي لا يتم خدمتها حالياً.

مع ذلك، لا تزال هناك تحديات بارزة، كما أوضح المبحوثون، تواجهها مؤسساتهم التي تطبق آليات التحول الرقمي، كما هو مبين في الشكل رقم 28. يعتقد (70.8% من الذين أجابوا إما بـ "اتفق تماما" أو "اتفق") أن أصعب تحدي يواجهها هو التنظيم. وتناول عدد من المبحوثين هذا الجانب بمزيد من التفصيل، مما وفر قدرا أكبر من الوضوح، مشيرين إلى أن المحاكم لا تعترف بقوانين المعاملات الإلكترونية (أو التوقيع الإلكتروني) كما يجب، ما يجعل من الصعب تطوير حلول رقمية شاملة.

علاوة على ذلك، يعتقد 56.3% من المبحوثين أن ضعف فهم المستهلكين للخدمات المالية الرقمية يشكل عائق، بالتالي يصعب على المؤسسات المالية طرح مثل هذه المنتجات والخدمات. ما يؤكد على ذلك، أن 39.6% من المبحوثين يعتقدون أن الفلسطينيين غير مستعدين لتبني الخدمات المالية الرقمية. وأشار قرابة نصف المبحوثين (43.8%) إلى نقص الميزانيات وتزايد مخاطر تهديدات الأمن السيبراني باعتبارها تحديات رئيسية لتنفيذ التحول الرقمي.

من المشجع للغاية أن 66.7% أجابوا بأنهم لا يعتقدون (لا اتفق) بأن نقص المهارات أو المعرفة الرقمية في مؤسساتهم سيشكل أي تحدٍ. نسبة كبيرة من سكان فلسطين من المتعلمين الذين أثبتوا قدراتهم ومعرفتهم بتكنولوجيا المعلومات في الأسواق الدولية، حيث يقومون بتعهيد خدماتهم. أي أن المهارات متوفرة، لكن ذلك لا يعني أنها ستكون دائما متاحة للمؤسسات المالية المحلية أو قد تكون مكلفة جدا، لأن الشركات الأجنبية قادرة على دفع رواتب أعلى. وأمر آخر مشجع أن 64.6% يعارضون أنهم يفتقرون إلى دعم مدراءهم التنفيذيين للتحول الرقمي.

الشكل رقم 28: أهم التحديات التي تواجه التحول الرقمي



المعيقات التنظيمية

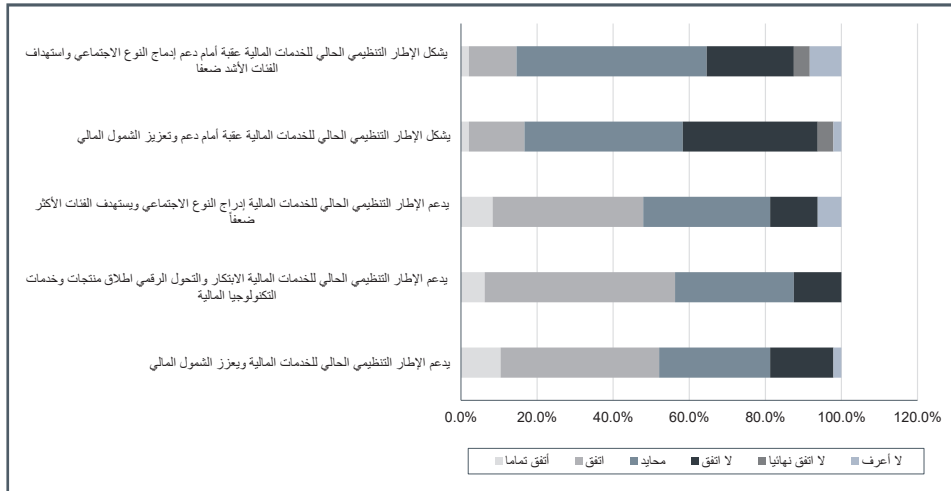
من الواضح أن التحديات التنظيمية تعوق تطور الخدمات المالية الرقمية، وبالتالي تؤثر على تحقيق الشمول المالي الرقمي. وذلك ليس بالغريب، فالمؤسسات المالية قد ترى في التنظيم استنزافاً لأرباحها، ذلك أن المبادرات التنظيمية لا تولد إيرادات مباشرة بل تؤدي إلى تآكل الأرباح النهائية. ذكر حوالي 75% من المبحوثين أن المتطلبات الصارمة لتعريف الهوية وطلب الوثائق والمتطلبات الأخرى لـ اعرف عميلك (KYC) والقوانين التي تتطلب مراقبة غسل الأموال وتمويل الإرهاب تشكل تحدياً. عند انضمام العملاء عن بعد، يتعين على المؤسسات المالية القيام بإجراءات العناية الواجبة والتدقيق، وسيكون لدى الشركات المختلفة معايير مختلفة للوفاء بهذه المتطلبات. في حالة تطبيق إجراءات أكثر صرامة تطلب المؤسسة المالية من العملاء زيارة أحد أفرعها للتحقق من هويتهم. كما هو موضح أعلاه، حتى إن وجد قانون ينظم الانضمام للخدمات أو شراء المنتجات المالية عن بُعد، قد تفسر المحاكم الأحكام الناظمة بشكل متحفظ، وقد لا تعترف بالعقود التي يتم تنفيذها عن بُعد برغم سلامتها.

مؤخراً (في العام 2022) قامت سلطة النقد الفلسطينية بتحديث قوانين مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب (القانون رقم (39) لعام 2022) التي لا تتطلب إجراءات تدقيقية مشددة (إجراءات العناية الواجبة) عندما تحدد المؤسسة أن المخاطر التي أظهرها اعرف عميلك منخفضة بناءً على تقييم شامل للمخاطر، والتي يمكنهم تقديم إثباتات بها لمدراءهم. بالتالي، تتمتع المؤسسات المالية بسلطة تقديرية للتغاضي عن إجراءات العناية الواجبة المشددة بناءً على أدلة موضوعية. علاوة على ذلك، ما بعد كوفيد-19، أصبحت القوانين الدولية لمكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب تأخذ بعين الاعتبار الشمول المالي كأحد مكونات عمليات العناية الواجبة لـ اعرف عميلك. وهو يعتمد على نهج قائم على المخاطر بدلاً من إطار تنظيمي "واحد مناسب للجميع" لـ اعرف عميلك ومتطلبات العناية الواجبة المشددة.

قد تحد متطلبات كفاية رأس المال المرتفعة ومتطلبات الامتثال التنظيمية المشددة من القدرة على جذب صغار المودعين، أو تقديم قروض صغيرة، أو تغطية عقود التأمين منخفضة القيمة (وفقاً لـ 55.3% من المبحوثين). كذلك قد تجد شركات التكنولوجيا المالية الجديدة والقائمة (أو الشركات الناشئة) متطلبات كفاية رأس المال المرتفعة عائقاً أمام إطلاق مشروع تمويل بديل لديه القدرة على تحسين الشمول المالي الرقمي.

برغم أن بعض اللوائح أو القوانين تشكل عائقاً أمام التحول الرقمي، إلا أن 56.3% من المبحوثين (أجابوا إما بـ "اتفق تماماً" أو "اتفق") يعتقدون أن الإطار التنظيمي الحالي للخدمات المالية يدعم الابتكار والتحول الرقمي وإنشاء منتجات وخدمات التكنولوجيا المالية (انظر الشكل 29 الشكل رقم 29: 27).

الشكل رقم 29: مدى دعم الإطار التنظيمي الحالي للابتكار والتحول الرقمي

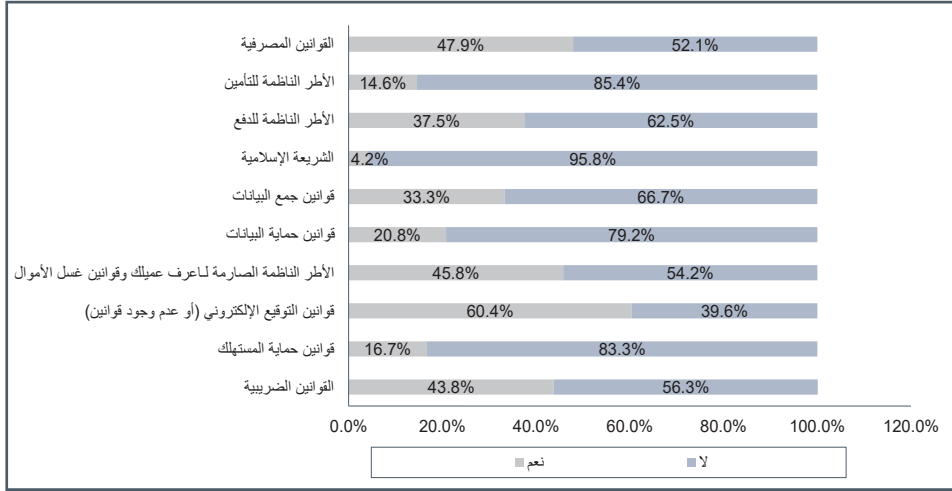


على نحو مشابه، يعتقد 52.1% من المبحوثين أن الإطار التنظيمي الحالي للخدمات المالية يدعم ويعزز الشمول المالي، بينما أجاب 16.7% فقط بـ "لا اتفق" أو "لا اتفق بشدة"، في حين أعرب 29.2% عن موقف محايد. ووفقاً لـ 47.9% من المبحوثين، فإن الإطار التنظيمي الحالي يدعم إدماج النوع الاجتماعي واستهداف الفئات السكانية الأكثر ضعفاً. بينما لا يتفق 12.5% فقط من المبحوثين مع هذه العبارة.

بالتالي، يمكن الاستنتاج أن الإطار التنظيمي ليس محل قلق مؤسسات الخدمات المالية الذين يعتقدون أنه يدعم تطوير منتجات وخدمات مالية رقمية. كما هو موضح بالتفصيل أدناه، فإن هذه النتائج منطقية، لأن كلا من سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال قد كثفتا جهودهما لتطوير الأنظمة وتعديل القوانين واللوائح وتطوير مهارات الموظفين لغاية تشجيع الجهات الفاعلة في قطاع التكنولوجيا المالية ودعم دخولهم إلى السوق وتعزيز انتشار الخدمات المالية الرقمية أو تشجيع الشركات القائمة المزودة للخدمات على تطوير منتجات وخدمات مماثلة تهدف لتحقيق الشمول المالي من خلال القنوات الرقمية.

كما يبين الشكل رقم 30، تتعلق العوائق التي تواجهها المؤسسات المالية بتشريعات محددة أو متطلبات تنظيمية بعينها، حيث أشارت أعلى نسبة من المبحوثين (60.4%) إلى عدم وجود قوانين خاصة بالتوقيع الإلكتروني. في المقابل، كما هو موضح أعلاه، ذكرت 45.8% من الشركات المشمولة في المسح قوانين مكافحة غسل الأموال واعرف عميلك كعائق. ربما أجابوا هذه الإجابات لعدم اطلاعهم على التعديلات الأخيرة على هذه القوانين. بصرف النظر عن قوانين التوقيع الإلكتروني، في جميع الحالات الأخرى، أكثر من 50% من الشركات المالية المشمولة بالمسح لا تعتقد بأن لوائح تنظيمية محددة تشكل عائقاً أو عقبة. تعد هذه النتيجة مشجعة، حيث أن التصدي للعقبات التنظيمية (إذا ذكر أنها غير كافية) أصعب من غيرها من العقبات في بعض الأحيان.

الشكل رقم 30: أكبر العقوبات القانونية والتنظيمية التي تواجهها الشركات المالية



3-2-3 يمكن لشركات التكنولوجيا المالية الجديدة العمل جنباً إلى جنب مع الشركات القائمة

كما أوضح التقرير سابقاً، تواجه الشركات القائمة تحديات عدة في إدماج الفئات المهمشة المقصاة مالياً. يمكن أن تعيق عوامل متعددة، كالأنظمة القديمة/التقليدية، والبنية التحتية للفروع، والموقف المؤسسي من الابتكار، الجهود الساعية لتحقيق الشمول المالي من خلال الخدمات المالية الرقمية. خلافاً لذلك، تستطيع شركات التكنولوجيا المالية الجديدة (الشركات الناشئة) الدخول إلى السوق دون قيود، وهذه الشركات لديها تجارب شخصية غنية وفهم لأدق تفاصيل فجوات السوق. كما أن الشركات الناشئة تحصر أعمالها ومنتجاتها في أسواق متخصصة للغاية (micro niche) لتركز جهودهم في بدايات تأسيسها ونموها. كما يمكنها أن تجد حلولاً للعقبات التي يصعب على الشركات القائمة التعامل معها لاعتمادها على التقنيات التكنولوجية (مثل "البيانات البديلة" لضمان الائتمان والتأمين).

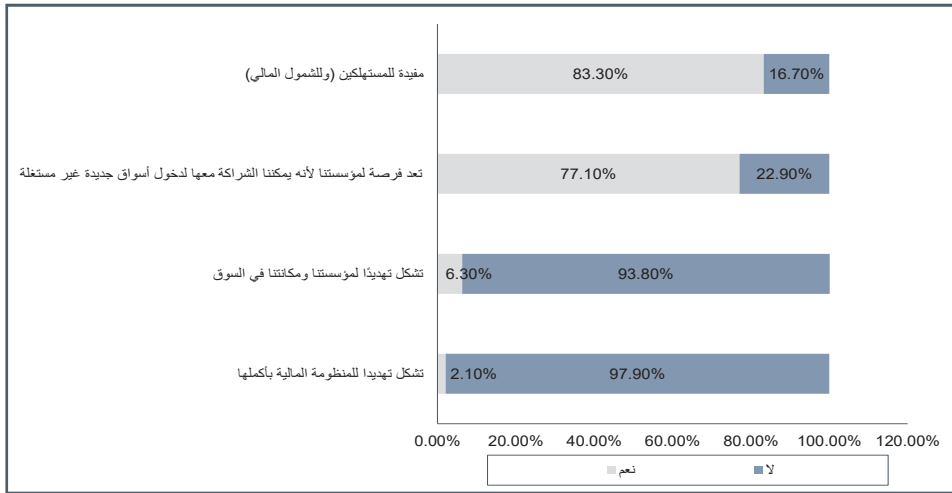
مع ذلك، تواجه الشركات الناشئة تحدياً هائلاً لإطلاق أفكارها، والصمود في بداياتها، ومواصلة العمل حتى تتمكن في النهاية من التوسع، عندها فقط يمكنها فعلاً تحفيز الخدمات المالية الرقمية. تحتاج الشركات الناشئة إلى رأس المال للاستثمار في البنية التحتية، والتعامل مع تعقيدات عملية الترخيص. وحتى لو استطاعت هذه الشركات تجاوز هذه العراقيل، يتحتم عليها في المرحلة التالية مواجهة التحدي الصعب المتمثل في جذب العملاء، الذي يتطلب الكثير من الجهد لبناء ثقة المستهلكين بمنتجاتها.

وبدلاً من أن تحاول شركات التكنولوجيا المالية القائمة والناشئة إحداث التغيير بمفردها، أظهرت التجارب العالمية أن علاقات التعاون غالباً ما يكون لها نتائج أفضل بكثير خاصة عند السعي

لتحقيق هدفها بزيادة استخدام الخدمات المالية الرقمية. تمتلك الشركات القائمة الموارد المالية وقاعدة عملاء ضخمة لكنها تفتقر إلى روح المبادرة وهي أبطأ في الابتكار وإطلاق مشاريع أو منتجات جديدة. من ناحية أخرى، تتمتع الشركات الناشئة بروح المبادرة والإرادة، لكنها تكافح من أجل الحصول على التراخيص التنظيمية، وفي بناء ثقة العملاء لجذبهم.

عندما سئلت الشركات المبحوثة عن رأيها بسماع الهيئات التنظيمية للاعبين الجدد في قطاع التكنولوجيا المالية بدخول النظام المالي، كانت إجاباتهم إيجابية. أولاً، أقر 83.3% بأن مثل هذه السياسة ستكون مفيدة للمستهلكين وللشمول المالي، كما هو موضح في الشكل رقم 31. تستغل الشركات وعلاقات التعاون أفضل ما في العالمين وتوجه الجهود نحو الخدمات المالية الرقمية، بدلاً من المنافسة الهدامة.

الشكل رقم 31: هل تشكل شركات التكنولوجيا المالية الجديدة فرصة أم تهديداً؟



تعد فرص الشراكة أمراً محبذاً، حيث يعتقد 77.1% من المبحوثين أن شركات التكنولوجيا المالية الجديدة ستتيح العديد من الفرص لإيجاد واستغلال أسواق جديدة غير مستغلة بعد. بإمكان الشركات القائمة إما الشراكة مع شركات التكنولوجيا المالية الجديدة لإطلاق منتجات وخدمات مشتركة، أو يمكن للأطراف التعاون في إنشاء مشروع ثالث منفصل تحت علامة تجارية مختلفة. وهناك أمثلة من هذا القبيل في فلسطين حيث أطلق أحد البنوك القائمة شركة مزودة لخدمات الدفع وينطبق الشيء نفسه على شركة الاتصالات التي أطلقت أيضاً شركة للدفع الإلكتروني.

هناك العديد من المؤشرات الإيجابية، حيث يمكن أن تساعد علاقات التعاون بين شركات التكنولوجيا المالية القائمة والشركات المبتكرة في تحفيز الشمول المالي في فلسطين.

3-3 تقييم البيئة الممكنة أو البنية التحتية

في حين لم يشمل المسح استطلاع آراء ذوي العلاقة في البيئة الممكنة بشكل مباشر، فقد تم استقراء وجهات نظرهم من منظور المبحوثين على جانب العرض وكذلك خلال المجموعات المركزة حيث تمت مقابلة عدد من أصحاب المصلحة (كما هو موضح في مكون البنية التحتية للمنظومة البيئية). علاوة على ذلك، ظهرت التطورات والخطط الحالية التي يسلط هذا القسم الضوء عليها من خلال البحث المكتبي.

سُئل المبحوثين في مسح جانب العرض عن المناهج التي يمكن أن يتبناها واضعو السياسات لتحقيق مستويات أعلى من الشمول المالي والشمول الرقمي. كما هو موضح في الشكل 32، أجاب 100% من المبحوثين بأنهم يتفوقون بأن تطوير منتجات وخدمات مبتكرة (مثل إتاحة الوصول إلى خدمات الدفع الأساسية، والمنتجات والخدمات المالية متناهية الصغر، والودائع المصرفية برسوم مخفضة، والقروض الصغيرة والتأمين متناهي الصغر، والخدمات المصرفية للوكلاء والفروع)، هو أفضل طريقة لإدماج عدد أكبر من السكان، حيث من المرجح أن تكون المنتجات الجديدة مصممة خصيصا لتلبية احتياجات محددة للفئات المهمشة أو فئات مقصاة ماليا كالتساء والشباب.

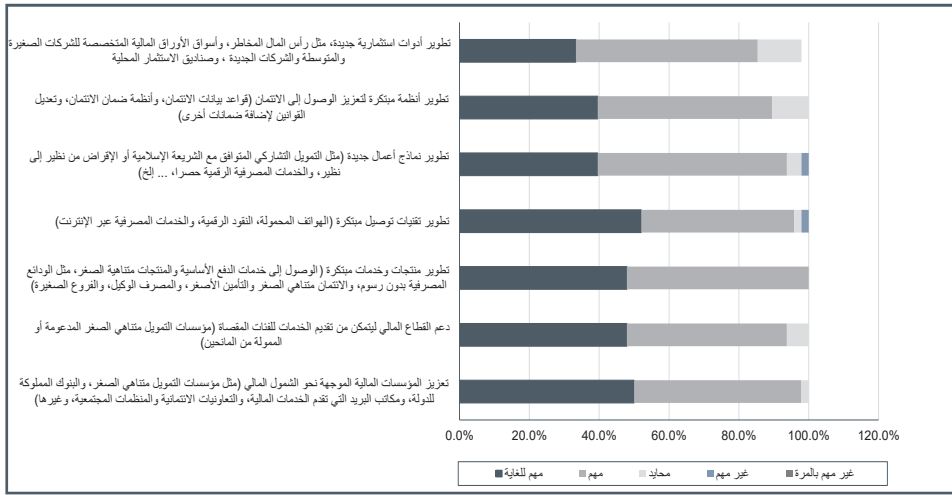
يعتقد حوالي 98% من المبحوثين أن أنواع جديدة من المؤسسات (مثل مؤسسات التمويل الأصغر المتخصصة، وبنوك البريد-مكاتب بريد تقدم خدمات مالية، والجمعيات التعاونية الائتمانية، ومنظمات المجتمع المدني) تعد وسيلة فعالة لنشر الخدمات المالية بين الفئات المستبعدة من الخدمات. ويمكن إدراج شركات التكنولوجيا المالية الجديدة ضمن هذه المجموعة، وبالفعل حققت الهيئات التنظيمية تقدما كبيرا في خلق بيئة مواتية لشركات التكنولوجيا المالية الجديدة لتمكينها من دخول النظام المالي أو اختبار منتجاتها أو خدماتها قبل الإطلاق الكامل. وكان العامل الثالث الأكثر أهمية بحسب المبحوثين (بنسبة 95.8%) تطوير تقنيات إيصال مبتكرة مثل الهواتف المحمولة والدفع الإلكتروني e-money والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. ولكي تكون هذه القنوات فعالة ومناسبة ومثينة، نحتاج لوجود بنية تحتية/بنية أساسية، مثل خدمات الإنترنت عالية السرعة والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، وعملية الترخيص المناسبة والمتناسبة بما يسمح بدخول الأطراف الفاعلة الجديدة (مثل مؤسسات الدفع الإلكتروني).

سلط حوالي 90% من المبحوثين الضوء على مكونات محددة للبنية والهيكل الأساسية لتعزيز وصول مختلف فئات المجتمع إلى الائتمان، التي يُنظر إليها على أنها ذات مخاطر أعلى أو ليس لديها سجل ائتماني. عناصر البنية الأساسية التي يمكن تطويرها لتعزيز الشمول المالي تشمل قواعد بيانات الائتمان، وبرامج ضمان الائتمان، وتخفيف الشروط لتوسيع قائمة الضمانات الإضافية المقبولة. تنطبق نفس المبادئ على التأمين الشامل. حيث يمكن استخدام بيانات التأمين المجمعة في أعمال الاكتتاب. على سبيل المثال، يمكن أن تساعد البيانات المركزية عن عدد الحوادث في مناطق معينة، أو عدد حالات استدعاء سيارات الإسعاف بسبب الحوادث أو الحالات الصحية في بعض المناطق، شركات التأمين على فهم المخاطر التي قد تؤدي لتكبد خسائر بشكل أفضل. يمكن

أن تستخدم شركات التأمين التصوير بالأقمار الصناعية لتقييم مدى فعالية المزارعين في إدارة محاصيلهم. ويمكن أن تساعد فعالية إدارة المحاصيل شركة التأمين على تسعير أقساط التأمين بشكل أكثر عدالة واعتمادا على نهج موضوعي قائم على المخاطر.

وقد أفاد 93.8% من الشركات التي شاركت في مسح جانب العرض على ضرورة تطوير نماذج أعمال جديدة (مثل مشاريع التكنولوجيا المالية، والمنتجات والخدمات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، والإقراض من نظير لنظير أو التمويل الجماعي أو البنوك الرقمية)، ودعم الخدمات المالية، كحلول فعالة.

الشكل 32: العوامل التي يمكن أن تحفز مستويات أعلى من الشمول المالي بحسب الأهمية



بوجه عام، يعتقد 85.4% من المبحوثين أن أدوات الاستثمار الجديدة مثل صناديق دعم المشاريع أو البورصات المتخصصة يمكن أن تساعد في تمويل مزودي الخدمات المالية البديلة الذين يقدمون حلولاً واعدة لاستهداف المستبعدين مالياً.

تعرض الأقسام التالية مبادرات محددة لتطوير بيئة ممكنة للشمول المالي والخدمات المالية الرقمية بشكل خاص في فلسطين.

1-3-3 تطوير المنظومة البيئية للتكنولوجيا المالية والشمول المالي

بذل الكثير من الجهود في سبيل تعزيز الشمول المالي في فلسطين. وقد تم إعداد استراتيجية وطنية للشمول المالي، وحددت آلية مفصلة لتنفيذ هذه الاستراتيجية. كما تم تشكيل اللجنة الوطنية للشمول المالي¹ لتضطلع بمسؤولية تنفيذ الاستراتيجية بموجب القانون. ويشارك في قيادة اللجنة الهيئات

1 <https://www.financialinclusion.ps/the-national-committee>

الناظمة لقطاع الخدمات المالية ويضم أعضاؤها ممثلين رفيعي المستوى عن كافة الجهات الرئيسية ذات العلاقة. وقد شكلت اللجنة الوطنية لجنة فنية² يرأسها أيضا ممثلون عن الهيئات التنظيمية، لتتولى، بشكل أساسي مسؤولية الإشراف على تنفيذ خطط عمل الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي، وإصدار التوجيهات التنفيذية اللازمة لأصحاب المصلحة المشاركين بناءً على توجيهات اللجنة الوطنية، والتنسيق الكامل بين الشركاء على المستوى التنفيذي لضمان سير العمل.

وقد أنشئت ثلاث مجموعات عمل لدعم اللجنة الفنية، وهي: (1) مجموعة المشاريع الريادية والصغيرة والمتوسطة، (2) مجموعة تمكين المستهلك، (3) مجموعة المنتجات المالية المبتكرة.³ تخصص مجموعة العمل المعنية بتمكين المستهلك في تقديم الدعم الفني للجنة الفنية لمساعدتها على إيجاد سبل لتعزيز ونشر مبادرات التثقيف المالي للفئات المستهدفة من المواطنين المهمشين أو المقصيين من الخدمات المالية. وتساعد الحملات الإعلامية المختلفة على دعم مبادرات تعزيز المعرفة المالية. أما مجموعة المنتجات المالية المبتكرة فتساعد اللجنة الفنية في فهم كيف يمكن للتكنولوجيا المالية تحفيز الشمول المالي والوصول إلى مجتمع بلا نقود. كما تقدم المجموعة المشورة بشأن الثغرات والعقبات التي تحول دون الوصول إلى الخدمات المالية واستخدامها، لا سيما تلك التي تواجه الفئات المهمشة. وتعتمد اللجنة الفنية على توجيهات المجموعة بشأن تطوير منتجات وخدمات رقمية جديدة يمكنها الإسهام في تعزيز الشمول المالي الرقمي. ويتسم إطار الحوكمة هذا بالفعالية في جمع مختلف أصحاب العلاقة للعمل على تحقيق الشمول المالي. لذا، يمكن الاستفادة من اللجنة في تطوير وتنفيذ استراتيجية وطنية للشمول المالي الرقمي تركز بشكل خاص على تحفيز الشمول المالي الرقمي.

2-3-3 تطوير البنية التحتية والسياسات التنظيمية للإسهام في تحفيز الشمول المالي الرقمي

أظهر مسح جانب العرض أن القوانين (وليس الإطار القانوني) هي أحد أكبر الحواجز أمام إعادة التوزيع العادل لرأس المال من جانب العرض إلى جانب الطلب. مع ذلك، في فلسطين، تأخذ الهيئات التنظيمية، أي سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية، خطوات استباقية لدفع عجلة الشمول المالي بصورة عامة، والشمول المالي الرقمي بصورة خاصة. من المهم تسليط الضوء على ما أحرز من تقدم في تطوير البنية التحتية وعلى صعيد السياسات، حتى تكون مؤسسات الخدمات المالية على دراية بها، وللإستفادة منها في استكشاف سبل إطلاق حلول رقمية مبتكرة للخدمات المالية تعمل على تسهيل نشر الشمول المالي الرقمي وتوسيع نطاق الشمول المالي. تشمل المبادرات الرئيسية الجديرة بالملاحظة والمعرفة ما يلي:

2 <https://www.financialinclusion.ps/technical-committee>

3 <https://www.financialinclusion.ps/financial-inclusion-working-groups/473.html>, <https://www.financialinclusion.ps/financial-inclusion-working-groups/475.html> and <https://www.financialinclusion.ps/financial-inclusion-working-groups/476.html>

1-2-3-3 انفتاح وتعريف الشركات الجديدة على البيئة التنظيمية

أطلقت هيئة سوق رأس المال الفلسطينية منصة "ابتكر"⁴، وهي منصة تهدف لتعزيز وتسهيل التواصل الفعال بين الهيئة وأصحاب الابتكارات في القطاع المالي غير المصرفي. تقدم المنصة الدعم والإرشاد حول النواحي التنظيمية للمبتكرين الذين يرغبون في طرح نماذج أعمال أو تقنيات جديدة في السوق الفلسطينية بما يخدم الشمول المالي. تعد المنصة فرصة قيمة لشركات التكنولوجيا المالية الناشئة لإتاحتها فرصة التواصل مع هيئة سوق رأس المال بحرية، وتعفيهم من النفقات القانونية الضخمة التي كانوا سيتكبدونها لفهم موقف اللوائح التنظيمية من أفكار مشاريعهم.

كما أن هيئة سوق رأس المال بصدد إطلاق المختبر التنظيمي والذي يتيح للمبتكرين اختبار الطول التي لا تتوافق مع الإطار التنظيمي الحالي. يتم تسهيل فترة التجربة من خلال أدوات تنظيمية منها "خطاب عدم ممانعة" يسمح لمبتكري التكنولوجيا المالية (في ظل بيئة رقابية مشددة) بإطلاق واختبار منتجاتهم في بيئة حقيقية بشكل قانوني، دون الحاجة إلى ترخيص. علماً بأن فترة التجربة تنتهي خلال فترة محددة من الزمن، ويتعين على الشركة التقدم بطلب الحصول على ترخيص كامل أو التفاوض على تمديد فترة التجربة.

في العام 2022، أطلقت هيئة سوق رأس المال مبادرتين جديدتين لتعزيز اليقين القانوني وموثوقية تنظيم شركات التكنولوجيا المالية المختصة بنماذج أعمال المنصات الإلكترونية لتوزيع المنتجات والخدمات المالية غير المصرفية.

- a. قرار رقم (1) لسنة 2022 بشأن الضوابط التكنولوجية وقواعد تأمين وحماية المعلومات المرتبطة بتقديم الخدمات المالية غير المصرفية عبر المنصات الإلكترونية؛ و
- b. تعليمات رقم (2) لسنة 2022 بشأن ترخيص المنصات الإلكترونية لبيع أو تقديم خدمة تجميع ومقارنة خدمات مالية غير مصرفية.

يمكن الاطلاع على تفاصيل هذه المبادرات من خلال موقع هيئة سوق رأس المال الفلسطينية.⁵

طورت سلطة النقد الفلسطينية المختبر التنظيمي⁶ الذي يهدف أيضاً إلى تشجيع الابتكار من خلال إتاحة فرصة اختبار نماذج أعمال للتكنولوجيا المالية المبتكرة في بيئة حقيقية، خاصة الأفكار التي لا تتوافق مع الإطار التنظيمي الحالي، أو ترغب سلطة النقد الفلسطينية في اختبار نموذجهم في المختبر، قبل مرحلة التقدم بطلب ترخيص.

لا تقتصر كلتا المبادرتان على شركات التكنولوجيا المالية الناشئة فقط، فهي مفتوحة أمام أي مبتكر، سواء من شركات الخدمات المالية التقليدية المرخصة القائمة أو مزودي الخدمات أو مزودي خدمات الاتصالات أو مكاتب البريد أو أي شركة ترغب في إطلاق منتجات وخدمات مالية مبتكرة.

4 <https://ebtaker.ps/index.php/aboutus/>

5 <https://www.pcma.ps/en/digital-financial/>

6 <https://www.pma.ps/fintech/en/index.html>

تجدر الإشارة إلى أن سلطة النقد الفلسطينية قد قامت بالفعل بمراجعة اللوائح الخاصة بالمدفوعات وسمحت للعديد من مزودي خدمات الدفع بدخول السوق لخلق بيئة تنافسية مع شركات الدفع الحالية مثل البنوك وشركات التمويل الأصغر. تنتشر سلطة النقد الفلسطينية على موقعها الإلكتروني دليل مزودي خدمات الدفع الجدد⁷ والذي يشمل الشركات التالية (كما هي في العام 2022): شركة الشرق الأوسط لخدمات الدفع، والشركة الوطنية للدفع الإلكتروني، وشركة "مدفوعاتكم" للدفع الإلكتروني، وشركة مال تشات لخدمات الدفع الإلكتروني، وشركة بال باي لأنظمة الدفع المسبق.

تتنافس هذه الشركات في بعض الحالات، وفي حالات أخرى تدخل في شراكات تعاون مع الشركات القائمة لتطوير حلول رقمية جديدة ومبتكرة تخدم تطوير تقنيات الشمول الرقمي.

شكّلت كل هيئة تنظيمية لجنة للتكنولوجيا المالية لتبنت في طلبات أصحاب الابتكارات والمشاريع الناشئة، وما إذا كانت ستقدم الدعم التنظيمي لهذه المشاريع وأشكال هذا الدعم التنظيمي.

2-2-3-3 بناء قدرات سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية في مجال التكنولوجيا المالية

أطلقت الهيئات التنظيمية بدعم من مؤسسة التعاون الألماني الدولية (GIZ)، أكاديمية التكنولوجيا المالية للنهوض بمهارات المشرفين على نماذج أعمال وتقنيات التكنولوجيا المالية، حتى يتمكنوا من التفاعل بشكل نشط مع شركات التكنولوجيا المالية الجديدة ودعمها. ترمي المرحلة الأولى من تأسيس الأكاديمية لإكساب المشاركين بالمعرفة النظرية حول مفاهيم التكنولوجيا المالية ومنحهم شهادة الدبلوم من جامعة ألمانية. أما الجزء الأخير من البرنامج فيتضمن الحصول على تدريب على رأس العمل، بتقديم خبراء خارجيين تدريباً على دراسات لحالات مخصصة، بالإضافة إلى دعم إدارة التكنولوجيا المالية في معالجة استفسارات أصحاب ابتكارات التكنولوجيا المالية، بالإضافة إلى مساعدتهم في تطوير دليل للإجراءات التشغيلية الداخلية لدعم المبتكرين بالإضافة إلى إتاحة فرصة الاستفادة من المختبر التنظيمي.

بمساعدة الأكاديمية أصبحت الهيئات التنظيمية اليوم ضليعة بمجموعة واسعة من موضوعات التكنولوجيا المالية، بالإضافة للخبرة العملية التي حصلت عليها، والدعم الذي سيوفره دليل إجراءات التشغيل للمبتكرين وتطورهم التدريجي بدءاً بتقديم الاستشارة والتوجيه الأولي مروراً بمرحلة الاختبار في المختبر التنظيمي وحتى مرحلة الترخيص والإشراف الكامل.

تقدم شركات التكنولوجيا المالية الجديدة أفكاراً جديدة للمساعدة في تحسين مستويات الشمول المالي من خلال التقنيات المالية الرقمية. كما أنها تخلق بيئة تنافسية إيجابية والتي تحسن من مستوى الخدمات وتجربة العملاء وتخفيض التكاليف. مع تعزيز إمكانيات الخدمات المالية الرقمية، ستكون الهيئات التنظيمية أكثر فعالية في فتح الأبواب أمام لاعبين جدد لإطلاق خدمات جديدة والتوسع وإحداث تأثير جيد.

7 <https://www.pma.ps/en/Control-of-financial-sector/Payment-Service-Companies-Directory>

3-2-3-3 تطوير بنية تحتية تمكينية للمدفوعات

غالبا ما يكون تسهيل إجراء المدفوعات الرقمية نقطة الدخول الأولى للعملاء في رحلة الشمول المالي الرقمي. وقد أحرزت سلطة النقد الفلسطينية تقدما في تطوير البنية التحتية التي تسهل المدفوعات قليلة التكلفة. ففي شباط 2022، أطلقت سلطة النقد نظام مدفوعات جديد يتيح إجراء المقاصة المركزية لجميع معاملات نقاط البيع في فلسطين.⁸ سيساعد النظام الجديد الشركات الصغيرة على قبول المدفوعات الإلكترونية بتكلفة أقل حيث تم تخفيض الرسوم من 3% إلى 0.5%. هذا بالإضافة إلى أنه لدى المؤسسات المالية الحرية في تطوير بوابات أمامية للدفع تستخدم نظام المقاصة الخاص بسلطة النقد الفلسطينية.

في تشرين ثاني 2022، وقعت سلطة النقد الفلسطينية اتفاقية لشراء نظام للدفع الفوري،⁹ والذي سيسهم في الحد من استخدام النقد من خلال توسيع نطاق الوصول إلى قنوات الدفع الإلكترونية الأكثر انتشارا والأقل تكلفة. سيسمح النظام بإجراء معاملات الدفع بصورة آمنة عبر الإنترنت والهاتف المحمول على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع. سيضمن النظام إمكانية إجراء تعاملات بينية/تبادلية بين المشتركين. وتهدف سلطة النقد الفلسطينية من خلال نظام الدفع الفوري هذا إلى تعزيز الشمول المالي وتقليل استخدام النقد. وقد بدأ مشروع إصدار معايير رموز الاستجابة السريعة QR لعمليات الدفع الإلكتروني.

كما قامت سلطة النقد الفلسطينية بإطلاق تجربة إحدى حلول الدفع الإلكتروني (بما في ذلك الدفع من خلال المحافظ الإلكترونية) للمدفوعات الشخصية إلى الحكومة ولدفع الفواتير. فقد سمح قرار بقانون رقم (41) لسنة 2022م بشأن المدفوعات الوطني بصيغته الحديثة بإصلاح قطاع المدفوعات، ما سمح لمزيد من اللاعبين بدخول السوق، وخلق بيئة منافسة بما يخدم مصلحة المستهلكين والشركات الصغيرة. وبالتعاون مع مزودي خدمات الدفع والشخصيات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي، شرعت سلطة النقد الفلسطينية في حملة ترمي لزيادة وعي السكان الفلسطينيين حول مزايا الخدمات المالية الرقمية.

هناك تطورات هائلة في البنية التحتية لنظام المدفوعات والتي يمكن لشركات التكنولوجيا المالية الجديدة والقائمة توظيفها لخدمة فئات المجتمع المستفيدة من الخدمات أو الفئات المهمشة غير المستفيدة بإتاحة إمكانية إجراء المدفوعات الرقمية. لا تعد هذه الوسائل من وسائل الراحة فحسب، بل يمكن أن تساعد البصمة الرقمية أيضا المستهلكين والشركات الصغيرة على تتبع نفقاتهم بشكل أفضل، وبالتالي وضع خطط لبناء مستقبلهم المالي.

8 <https://www.centralbanking.com/central-banks/financial-stability/fmi/7928426/palestine-monetary-authority-launches-new-payment-system>

9 <https://www.pma.ps/en/Media/Press-Releases/palestine-monetary-authority-signed-an-agreement-with-montran-corporation-to-implement-the-instant-payment-system-in-palestine>

4-2-3-3 مبادرة اعرف عميلك الرقمية eKYC

تبحث سلطة النقد الفلسطينية في تطوير منصة إلكترونية للتحقق من الهوية يمكن أن تساعد المؤسسات المالية الحالية وشركات التكنولوجيا المالية الجديدة على ضم العملاء والتحقق من المعاملات المالية بسهولة. إذا أثمرت هذه الجهود، فستحتفظ سلطة النقد بقاعدة بيانات مركزية للهويات الشخصية للعملاء التي تم التحقق منها (والتي سيتم جمعها من مصادر مختلفة، بما في ذلك المؤسسات المالية). يمكن للمؤسسات المالية بعد ذلك الاعتماد على هذه البيانات لاستقطاب العملاء وإتاحة إمكانية إجراء المعاملات عن بُعد دون الحاجة إلى التحقق منها بشكل فردي.

5-2-3-3 تنظيم هاكاثون لتعزيز تطوير قطاع التكنولوجيا المالية

يعد قطاع التأمين أقل تطوراً، لهذا أطلقت هيئة سوق رأس المال في العام 2022 هاكاثون متخصص في تكنولوجيا التأمين باسم لتشجيع أفكار لحلول جديدة لمنتجات التأمين بهدف إدماج عدد أكبر من السكان الفلسطينيين في قطاع التأمين.¹⁰ هدَف الهاكاثون إلى تشجيع تقديم أفكار جديدة في المجالات التالية: (1) إتاحة الوصول إلى التأمين الشمولي والثقافة والمعرفة التأمينية، و(2) تحسين تجربة العملاء. وشملت المبادرة مسارا آخر باسم تحدي تكنولوجيا التأمين وهو خاص بحلول تكنولوجيا التأمين قيد التنفيذ والجاهزة للتنفيذ والتي ستتلقى الدعم سواء على الصعيد التنظيمي أو غيره من خلال المؤسسات الشريكة.¹¹ مع التركيز على تقديم الدعم التنظيمي والدخول في شراكات مع ذوي العلاقة الآخرين، تشجع هيئة سوق رأس المال دخول لاعبين جدد في مجال تكنولوجيا التأمين على دخول السوق من خلال هذه المبادرات، بهدف خلق بيئة تنافسية في قطاع التأمين، وتقديم وسائل مبتكرة لمعالجة تحديات الشمول التأميني.

6-2-3-3 توفير حساب مصرفي أساسي

أصدرت سلطة النقد الفلسطينية تعليمات للبنوك الفلسطينية بتقديم حساب مصرفي أساسي للمقيمين مالياً. بحسب التعليمات، يحق للعملاء الحصول على حساب مصرفي دون رسوم أو فوائد، شريطة استيفاءهم متطلبات "اعرف عميلك"، ولا يشترط الحساب وجود حد أدنى من النقد ويمنح العملاء بطاقة خصم مجانية حتى يتمكنوا من إجراء عمليات دفع غير نقدية. نظراً للوضع السياسي الخاص بفلسطين، يجب أن يكون لدى جميع المواطنين بطاقة هوية، لذلك لا توجد قيود مفروضة على حساب الشمول المالي لأي شخص بالغ وقادر على الحصول على حساب مصرفي.

10 <https://www.fintech-galaxy.com/hackathon/hackathondetail?hid=119>

11 <https://www.fintech-galaxy.com/challenge/challengeDetail?cid=26>

3-3-3 تطوير منظومة بيئية ريادية لتمكين الشركات الجديدة في مجال التكنولوجيا المالية من إطلاق أعمالها والنمو بما يخدم الشمول المالي

كما تمت الإشارة سابقاً، تجد الشركات الجديدة الداخلة إلى مجال التكنولوجيا المالية طرقاً للوصول إلى الفئات المقصاة مالياً والمهمشة وتزويدها بالخدمات المالية التي ربما لم يتمكنوا من الوصول إليها في الماضي. تستخدم شركات التكنولوجيا المالية الجديدة التقنيات التكنولوجية ونموذجاً مبتكراً للأعمال لتذليل الحواجز التي تواجهها.

مع ذلك، تفرض البيئة المحيطة على أي مشروع ناشئ أو جديد تحديات جمة ولا تسانده، ومع الوضع السياسي الذي تنفرد به فلسطين، تزداد حدة التحديات التي تواجهها الشركات الناشئة. قد لا تنجح بعض المشاريع في الوصول إلى السوق أبداً، وإذا استطاعت الوصول، هناك احتمالية كبيرة في أن تفشل (كما هو الحال مع جميع أنواع الشركات الناشئة). لذلك فهي تحتاج لدعم الحكومة، ومسرعات الأعمال، والمستثمرين لبناء وتطوير أفكار مشاريعها وتمويلها.

أنشئت العديد من مسرعات الأعمال الفلسطينية بدعم من جهات مانحة، لكن اثنتين فقط (في الوقت الحالي) تركزان على التكنولوجيا المالية وهما حاضنة "انترسيكت" للريادة¹² (Intersect Inno- vation Hub) ومسرعة الأعمال "فلو"¹³ (Flow Accelerator). أطلقت انترسكت أول هاكاثون للتكنولوجيا المالية في فلسطين في العام 2021 ولاحقاً في آذار 2022 أعلنت عن إطلاق برنامج حاضنة التكنولوجيا المالية¹⁴. أطلقت فلو برنامجاً لاحتضان مشاريع التكنولوجيا المالية، باسم مخيم التكنولوجيا المالية، والذي يساهم في رفع الوعي بالتكنولوجيا المالية في مجتمع المبتكرين ورواد الأعمال الشباب.

ومع ذلك، يعد قطاع التكنولوجيا المالية قطاعاً حديث النشأة في فلسطين، وستحتاج المسرعات نفسها إلى بناء قدراتها حتى تتمكن من توفير الدعم اللازم وبالمستوى المطلوب للشركات الجديدة الداخلة إلى مجال التكنولوجيا المالية بما يسمح بازدهارها واستمرارها في إحداث تأثير حقيقي في مستويات الشمول المالي الرقمي.

وبرغم أن البيئة الاستثمارية كذلك في تطور؛ إلا أنها لا تزال بحاجة لمزيد من التطوير في مجال التكنولوجيا المالية. صندوق ابتكار هو المستثمر الأبرز في الشركات الناشئة في فلسطين¹⁵. مع ذلك، ليس من المستغرب أن الصندوق لا يمول حالياً أي مشروع استثماري مختص بالتكنولوجيا المالية. فلا تزال التكنولوجيا المالية في مرحلة مبكرة من التطور، وبيحث المستثمرون عن أفكار بإمكانات نمو عالية قبل الاستثمار ومع تطور المنظومة البيئية أكثر فأكثر، ستجد ابتكار فرصاً استثمارية جديدة.

12 <https://intersecthub.org/>

13 <https://flow.ps/>

14 <https://www.wattan.net/ar/news/356060.html>

15 <https://ibtikarfund.com/>

القسم الثاني:

خارطة طريق للشمول المالي الرقمي في فلسطين

1- العوامل المؤثرة في الشمول المالي ودور الخدمات المالية الرقمية

تؤكد الدراسات السابقة أن خدمات التكنولوجيا المالية والخدمات المالية الرقمية تساهم في تعزيز الشمول المالي. فقد تسارع استخدام الخدمات المالية الرقمية خلال جائحة كوفيد-19 نظرا لفرض تدابير التباعد الاجتماعي الصارمة.

أظهر بحث أعده ساهاي وآخرون (Sahay et als,2000) أن التمويل الرقمي يزيد من الشمول المالي ويرتبط بدوره بزيادة نمو الناتج المحلي الإجمالي. حيث وجد البحث الذي يغطي 52 دولة مشمولة بالتحليل، أن معدلات الشمول المالي الرقمي شهدت تحسنا، حتى في الوقت الذي تعطلت أو تراجعت فيه الخدمات المالية التقليدية. ويرجع ذلك إلى أن الخدمات المالية الرقمية يمكنها الوصول إلى الأسواق التي لا تستطيع القنوات المالية التقليدية الوصول إليها، لوجود حواجز يصعب التغلب عليها كارتفاع تكاليف الوصول إلى المناطق الريفية لتوفير الخدمات لسكان تلك المناطق النائية، أو عدم وجود تاريخ ائتماني تقليدي للعملاء.

تسلط البحوث السابقة الضوء على العديد من العوامل الممكنة للشمول المالي، بما في ذلك تحديد هوية العملاء، والبنية التحتية الرقمية، والثقافة والمعرفة المالية، والبيئة التنظيمية والقانونية الداعمة.

رغم أن الفلسطينيين ملزمين بحمل وثيقة تعريف شخصية (بطاقة هوية)، لم تأخذ الوثيقة شكلا رقميا حتى هذا الوقت. تستكشف سلطة النقد الفلسطينية فكرة إنشاء قاعدة بيانات مركزية لإجراءات العناية الواجبة الخاصة بتحديد هوية العملاء. في حين أن الهوية الرقمية (المرتبطة بالبيانات البيومترية على سبيل المثال) تعد مكونا هاما في البنى التحتية للخدمات المالية الرقمية، إلا أنها ليست أمرا ضروريا لإحراز تقدم على الأقل. مع ذلك، فقد ثبت أن اعتماد استخدام بطاقة "أدهار" Aadhaar card (نظام وطني لتحديد الهوية البيومترية) في الهند قد غير قواعد لعبة الشمول المالي وفقا لنتائج بحث ساهاي وأبحاث أخرى، ويتوجب على السلطة الفلسطينية النظر في هذه النتائج.

يسلط المسح الضوء على أن نسبة مرتفعة من المبحوثين يمكنهم الوصول إلى خدمات الإنترنت (80.2%) و90.5% لديهم هواتف محمولة و89.8% من هذه الهواتف هواتف ذكية، أي تتيح تشغيل تطبيقات الخدمات المالية المتطورة. بكلمات أخرى، لا تشكل البنية التحتية الرقمية عائقا في الحالة الفلسطينية.

كما يتم العمل بشكل حثيث على نشر المعرفة والثقافة المالية بما يتفق مع الاستراتيجية الوطنية للشمول المالي، وتم إحراز تقدم في هذا الصدد. وكما سبق وذكر سابقا، تعمل سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية بلا كلل لتمكين المزيد من شركات التكنولوجيا المالية الجديدة من دخول المنظومة المالية، ما سيوفر بيئة تنافسية لتحسين جودة الخدمات المالية عموما، ولإدماج أعداد أكبر من السكان. لدى الهيئات التنظيمية تقبل لفكرة إزالة الحواجز والمعوقات التنظيمية التي تعيق الشمول المالي عامة، والشمول الرقمي تحديدا. على عكس الحال في الدول الأخرى التي لا يوجد فيها بطاقات هوية، وطول المسافة إلى فرع البنك أو الصراف الآلي، وارتفاع تكاليف فتح حساب أساسي، وانعدام الثقة في الخدمات المالية، لا تواجه فلسطين مثل هذه العقبات التي تحول دون الشمول المالي. فقد تم وضع جميع اللبانات الأساسية ويتم بذل الكثير من الجهود لدفع عجلة الشمول المالي والشمول الرقمي.

إلا أن التحديات في فلسطين أكثر تعقيدا وفي جملها اقتصادية، ذلك أن الإقصاء المالي مرتبط إلى حد بعيد بما تعانيه التنمية الاقتصادية من قصور، نشأ عن توليفة من العوامل منها الاحتلال الإسرائيلي.

لذلك، عند وضع خارطة طريق لتعزيز الشمول المالي الرقمي من خلال الخدمات الرقمية، علينا تناول الوضع الخاص بفلسطين، كما علينا الاعتراف أيضا أن الممارسات الدولية المثلّية لا تنتهي بالنتيجة المطلوبة دوما.

وضع كاباكوف وبلاكسينكوف (Kabakova & Plaksenkov, 2018) إطارا للمنظومة البيئية والعوامل التي يمكن أن تفسر المستويات العالية من الشمول المالي أو الإقصاء المالي، والتي قد تساعد في توجيه عملية تطوير خارطة طريق للخدمات المالية الرقمية في فلسطين. يحلل البحث المذكور المنظومة المالية من منظور مكونات المنظومة البيئية الممكنة للشمول المالي والمنظومة المغايرة التي تؤدي إلى الإقصاء المالي.

بناء على البحوث السابقة، يفترض الباحثان أن العوامل الرئيسية الأربعة التالية يمكنها التأثير على نسب الشمول المالي:

1. العوامل الاجتماعية-الديموغرافية - الطريقة التي يتصرف بها الناس ويتخذون بها قراراتهم في الأسواق المالية. كلما كانت الخصائص الاجتماعية-الديموغرافية أقل تطورا، كلما زادت احتمالية تفضيل السكان تجنب الخدمات المالية الرسمية، أو فضلوا استخدام النقد/الكاش أو حتى نظام المقايضة. في ظل ظروف مشابهة، من المتوقع أن يكون انتشار الحسابات المصرفية منخفضا، نظرا لانخفاض الطلب على الخدمات المالية.

2. العوامل التكنولوجية (الرقمية) - تتغير المنظومة البيئية للشمول المالي مع ظهور المزيد من اللاعبين الجدد والحلول الرقمية في الساحة. يمكن أن تساهم التكنولوجيا في تعزيز الشمول المالي، لقدرتها على تجاوز الحواجز التي تواجهها القنوات التقليدية، مثل طول المسافة إلى الفرع أو عدم وجود سجل ائتماني.
3. العوامل الاقتصادية - يؤثر الفقر وعدم المساواة [الدخل] سلبا على الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية.
4. العوامل السياسية - يمكن أن تؤثر البيئة السياسية والسياسات الحكومية والتنظيمية على تنمية الشمول المالي.

وضع كاباكوفا وبلاكسينكوف (من خلال جمع هذه العوامل) ثلاث تراكيب لمنظومات بيئية، تفسر معدلات الشمول المالي المرتفع.

- التركيبة الأولى هي لبيئة اجتماعية وسياسية متطورة للغاية لا تحتاج إلى التنمية الاقتصادية. بعبارة أخرى، حتى في الدول ذات التنمية الاقتصادية الضعيفة، يمكن إذا وجد التوجه الفكري السليم (التنمية الاجتماعية-الديموقراطية) والسياسات السياسية، تحقيق الشمول المالي. (من الأمثلة لدول ذات تركيبة مشابهة: بوليفيا، وجمهورية الدومينيكا، والإكوادور، وإندونيسيا).
- أما تركيبة البيئة الثانية فتجمع بين التنمية الاجتماعية والتكنولوجية والاقتصادية المتقدمة كشرط أساسي، في سياق تطور سياسي محدود. بعبارة أخرى، ستعمل العقلية الاستهلاكية الصحيحة والتنمية الاقتصادية الواضحة على رفع مستويات الشمول المالي تلقائيا (من الأمثلة على هذه البيئة: الأرجنتين، وكوستاريكا، وبنما، والاتحاد الروسي، وجنوب إفريقيا، وفنزويلا).
- أما التركيبة الثالثة، فتجمع بين بيئة متقدمة اقتصاديا وسياسيا، لكن ضعيفة تكنولوجيا واجتماعيا. بعبارة أخرى، يمكن أن تؤدي البيئة السياسية والتنظيمية المتقدمة إذا اقترنت باقتصاد نشط إلى تحفيز مستويات مرتفعة من الشمول المالي (مثل على ذلك رواندا).

على العكس من ذلك، يظهر البحث أن تركيبتين من عوامل المنظومة البيئية تساهم في مفاومة الإقصاء المالي.

التركيبة الأولى للإقصاء المالي - هي بيئة متقدمة تكنولوجيا وسياسيا، ولكن مع مستويات متدنية من التنمية الاجتماعية والاقتصادية. الفلبين مثال جيد على ذلك، إذ تشهد ارتفاعا في معدلات استخدام الهاتف المحمول والإنترنت وتطورا أعلى من المتوسط للحكومة الإلكترونية، وإطارا تنظيميا متطور للأسواق المالية. لكن العوامل الاقتصادية أقل تطورا، ومستوى المعرفة المالية لدى الفلبينيين متدني، ما يرسخ من الإقصاء المالي برغم التقدم التكنولوجي والمحيط السياسي الجيد.

في التركيبة الثانية للإقصاء المالي - يؤدي تدني مستويات التنمية الاجتماعية والسياسية والتكنولوجية إلى الإقصاء المالي. وأشار في البحث إلى أن بنغلاديش، والكاميرون، وغواتيمالا، ومدغشقر، ونيبال، ونيجيريا، والسنغال، وطاجيكستان، تجمع عددا من العوامل التي تؤدي إلى زيادة الإقصاء المالي. فالتنمية الاجتماعية، بما في ذلك الرفاه الاجتماعي-الديموقراطي والمعرفة المالية، هي المحرك الرئيسي للشمول المالي. عندما يتزامن ذلك مع محيط سياسي متقدم للغاية، تزداد فرص

تعزيز الشمول المالي، دون الحاجة إلى تدابير اقتصادية معززة. حيث يؤدي التطور الاجتماعي- الديموغرافي إذا تزامن مع التطور التكنولوجي والاقتصادي إلى ارتفاع معدلات الشمول المالي، برغم ضعف تطور البيئة السياسية.

تتلخص الآراء المستقاة من هذا البحث في أن الاعتبارات السياسية للشمول المالي يجب أن تأخذ بالحسبان المنظومة البيئية، حيث لا يمكن لأي عامل بمفرده تعزيز الشمول المالي. علاوة على ذلك، تعتبر التنمية الاجتماعية والتكنولوجية ذات أهمية قصوى في تعزيز الشمول المالي الرقمي. كذلك تساهم العقلية الاستهلاكية التقدمية للأفراد (أو المؤسسة الصغيرة)، الذين يرغبون في استخدام التكنولوجيا للوصول إلى الخدمات المالية، في رفع مستويات الشمول المالي. لهذا السبب، تعد المعرفة والثقافة المالية وتمكين تطوير الخدمات المالية الرقمية أو قطاع التكنولوجيا المالية أمراً بالغ الأهمية. وما يساعد أيضاً، وجود إطار سياساتي حكومي معد جيداً واللوائح والقوانين المساندة. عندما تكون مستويات الشمول المالي جيدة، ينعكس ذلك على نمو الناتج المحلي الإجمالي، ويقل انعدام المساواة في الدخل، كما أوضح كاروبيسكي (2014). يدعم الاقتصاد النامي بدوره تحقيق مستويات أعلى من الشمول المالي، ما يخلق تأثير سببي تصاعدي.

تفسر التركيبة الثانية للإقصاء المالي الحالة الفلسطينية:

- وجود مستويات مرتفعة نسبياً من التطور التكنولوجي مع معدل انتشار مرتفع للإنترنت والهواتف المحمولة الذكية. فكما أظهر المسح، فإن البنى التحتية، مثل أنظمة المدفوعات، متطورة.
- بينما الوضع السياسي والعلاقات مع إسرائيل لا تزال شائكة، داخلياً، تدعم السلطة الفلسطينية مساعي تحفيز الشمول المالي. تبذل الهيئات التنظيمية جهوداً كبيرة في هذا الاتجاه، وتسيطر اللجنة الوطنية للشمول المالي على جميع هذه المبادرات، حيث تشرف وتنفذ الاستراتيجية الوطنية للتكنولوجيا المالية. لهذا (بمعزل عن حالة عدم الاستقرار السياسي الناجمة عن توتر العلاقات مع إسرائيل)، فإن العوامل السياسية الداخلية في فلسطين متطورة بما يتناسب مع متطلبات الشمول المالي.
- بينما، تكمن المعوقات الحقيقية أمام تحقيق الشمول المالي في تدني مستويات التنمية الاجتماعية والاقتصادية. على الرغم من سهولة فتح أي نوع من الحسابات المالية، وقلة الإشكاليات التي تعيق ذلك، إلا أن السكان الفلسطينيين يختارون عدم التعامل مع القطاع المالي، ويعززون ذلك إلى الصعوبات الاقتصادية التي يواجهونها. فقلة الموارد المالية هي السبب الأول لاختيار الناس البقاء خارج المنظومة المالية طوعاً.

تبذل الحكومة والهيئات التنظيمية والرقابية كامل جهدها لتحسين مستويات الثقافة والمعرفة المالية، بدءاً بطلاب المدارس وحتى الأفراد البالغين. مع ذلك، لا بد من بذل المزيد من الجهود، خاصةً لتعزيز الخدمات المالية الرقمية. برغم صعوبة التصدي للعوامل الاقتصادية، تظهر الدراسات أن الخدمات المالية الرقمية يمكن أن تساعد بشكل غير مباشر في تحسين الأوضاع الاقتصادية. بناءً على ما سبق، يبدو أن معالجة التحديات الاقتصادية في فلسطين هو مفتاح الحل لدفع عجلة الشمول المالي.

2- خارطة طريق للشمول المالي الرقمي في فلسطين

تأخذ خارطة الطريق بعين الاعتبار البيانات والآراء المستقاة من مسوح جانب العرض والطلب، كما تضع نصب عينيها الظروف الفريدة الخاصة بفلسطين التي تساهم في تفاقم الإقصاء المالي، على الرغم من الجهود الضخمة التي يبذلها صانعو السياسات والمؤسسات المالية. كما تدرك أهمية عمل مكونات المنظومة البيئية في تناغم، فضلاً عن العوامل متعددة الأبعاد التي تساهم في تعزيز مستويات الشمول المالي أو استفحال الإقصاء المالي.

وتشكل مجالات التركيز اللبنة الأساسية لخارطة الطريق، حيث تحدد كل منها الإجراءات التي يتعين على مختلف أصحاب المصلحة اتخاذها والتي تشكل جزءاً من المنظومة الأوسع للشمول المالي الرقمي والتكنولوجيا المالية. إن إجراءات العمل المطروحة أمام أصحاب القرار في هذا التقرير ما هي سوى مقترحات يحتاج أصحاب العلاقة كافة إلى الاتفاق على جدواها وأخذ قرار بشأن الجدول الزمني لتنفيذ كل إجراء منها.

1-2 مجال التركيز

1-1-2 تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تعزيز قطاع الشركات المتوسطة والصغيرة ومنتجاتها المالية التقليدية والرقمية

يعزى الإقصاء المالي في فلسطين إلى حد كبير إلى العوامل الاقتصادية التي ساءت بسبب الوضع السياسي الشائك مع إسرائيل. بينما يصعب إيجاد حل للوضع السياسي، تبين الأبحاث أنه بالإمكان تحقيق النمو الاقتصادي من خلال تمكين قطاع الشركات المتوسطة والصغيرة ومنتجاتها الصغيرة. فإذا تمكن هذا القطاع من الوصول إلى الخدمات المالية فقد تم تمكينه. تسهل القنوات الرقمية ونماذج الأعمال المبتكرة على هذه الشركات الوصول إلى الخدمات المالية الحيوية، والتي تتيح لها الاستثمار والتوسع والنمو من خلال الإنفاق على شراء المزيد من البضائع، أو امتلاك الأصول، أو توظيف المزيد من العاملين. كل هذه الإجراءات لها تأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية الشاملة. إذا تمكن المزارعون أصحاب الحيازات الصغيرة من الوصول إلى التأمين الزراعي، سيساهم ذلك في حمايتهم من الفيضانات أو الجفاف، ما سيساعدهم على الحفاظ على استمرار أعمالهم. يمكن أن يساعد الوصول إلى التمويل المزارعين على توسيع أعمالهم ما سيولد فرص عمل إضافية، ومنتجات زراعية طازجة أكثر في سلسلة التوريد وحتى تصدير منتجاتهم.

برغم ما ذكر، استثنيت الشركات المتوسطة والصغيرة ومنتجاتها الصغيرة من المسح، وسيكون من المفيد فهم العوائق الرئيسية التي تعترض طريق الشمول المالي الرقمي لهذا القطاع من الشركات. سيسهم إجراء مسح مماثل في تحديد العوائق الرئيسية أمام الشمول المالي والشمول الرقمي لقطاع الشركات. كما يمكن أن تساعد النتائج في تطوير خارطة طريق خاصة بهذا القطاع للمساعدة في إدماجه، وإذا تم تنفيذ مقترحات الخارطة على النحو المطلوب، سيكون تحسين وصول هذه الشركات إلى التمويل مجرد عامل محفز لتسريع وتيرة التنمية الاقتصادية في فلسطين. وستساعد التنمية الاقتصادية في الوصول لمستويات أعلى من الشمول المالي، حيث يشعر الناس بأن لديهم المال للدخار أو الاستثمار أو استخدامه كضمان للقروض.

الإجراء 1: إعداد مسح للشمول المالي خاص بالشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر

على سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال (بدعم فني من مؤسسة بحثية وتمويل جهات مانحة) إجراء مسح للشمول المالي خاص بالشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر، يشمل إجراء تقييم للشمول المالي الرقمي لهذه الشريحة من الشركات. يجب أن يستهدف المسح على وجه التحديد المؤسسات بكافة الأحجام لفهم كيف يمكن للشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر أن تستفيد من الشمول المالي، وكيف يمكن للشركات الكبيرة العمل بشكل أفضل مع الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة من خلال القنوات الرقمية. على سبيل المثال، يمكن أن يساهم إنشاء بوابة للدفع الإلكتروني في تسريع دفع المؤسسات الكبيرة لمطالبات الشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر، وهي حلول يمكن أن تطورها شركات التكنولوجيا المالية الجديدة. يمكن أن تشمل الدراسة إجراء تقييم للنهوض بالاقتصاد من خلال تمكين الشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر في فلسطين.

الإجراء 2: إعداد تقرير حول المسح المذكور أعلاه وخارطة طريق

يتعين على سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال وضع تقرير شامل (استنادا إلى تحليل نتائج المسح)، يسلط الضوء على التحديات والعقبات الرئيسية التي تحول دون إدماج الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة وتقييم كيف يمكن أن تساهم الخدمات المالية الرقمية في تحقيق الشمول المالي الرقمي بشكل أكبر في هذا القطاع من الشركات. كما يجب أن يبين التقرير الفوائد المحتملة للشمول المالي الرقمي على قطاع الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة وعلى التنمية الاقتصادية الشاملة في فلسطين. ويجب أن يختتم التقرير بخارطة طريق واضحة المعالم لكيفية تحقيق مستويات أعلى من الشمول المالي والشمول المالي الرقمي في قطاع الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. ويمكن توفير دعم فني ومالي لهذه المبادرة من الجهات المانحة أو بتمويل حكومي.

الإجراء 3: تنفيذ توصيات الشمول المالي الخاصة بالشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة

يجب أن يغطي نطاق عمل اللجنة الوطنية للشمول المالي شمول الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بالخدمات الرقمية. وفي هذا المجال، يجب على مجموعة عمل المشاريع الريادية والصغيرة والمتوسطة ومجموعة عمل المنتجات المالية المبتكرة، توسيع نطاق عملهما ليغطي تنفيذ التوصيات الواردة في التقرير المستقاة من مسح الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.

قد يتطلب ذلك موافقة اللجنة الوطنية واللجنة الفنية نظرا لهيكل الحوكمة الحالي للشمول المالي. كما قد يتطلب تنفيذ ذلك تمويلا إضافيا ودعما فنيا خارجيا، ويمكن أن تساعد الوكالات المانحة أو الحكومة أو الهيئات التنظيمية في توفير تمويل لمثل هذه المبادرات.

نظرا لأن غزة فيها نسبة أعلى من الأسر ذات الدخل المتدني/ أو بلا مصدر دخل (قياسا على التركيبة الديمغرافية لعينة المسح)، يجب أن تكون تنمية الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة أولوية في غزة، كوسيلة للنهوض بالاقتصاد.

2-2 تطوير منظومة بيئية للتكنولوجيا المالية (أو الشمول المالي الرقمي) واستراتيجية وطنية للتكنولوجيا المالية

لكي يكون الشمول المالي الرقمي ناجعا وفعالاً، لا بد من عمل مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة بتناغم واتساق لتحقيق مستويات أعلى من الشمول المالي، باستخدام أحدث التقنيات ونماذج أعمال جديدة. المنظومة البيئية معقدة، وتحتاج كحد أدنى إلى انخراط أصحاب المصلحة المذكورين أدناه في وضع المكونات الأساسية التالية:

1. أن تقوم الحكومة أو السلطة الفلسطينية بإعداد سياسة خاصة لتشجيع الشمول المالي الرقمي وتمكينه.
2. أن تقوم الهيئات التنظيمية والرقابية بتهيئة بيئة مواتية تتيح دخول لاعبين جدد أو أفكار جديدة إلى السوق، تعمل بشكل خاص على معالجة تحديات الشمول المالي، باستخدام نماذج وتقنيات الأعمال المبتكرة.
3. أن تلعب الشركات القائمة (أو المؤسسات المالية الحالية) دوراً رئيسياً، فبمقدورها توسيع نطاق خدماتها ومنتجاتها بما يسمح بالوصول إلى الأسواق المقصاة، ولديها القدرة على فعل ذلك باستخدام التقنيات المالية، أو الشراكة مع شركات التكنولوجيا المالية المبتكرة. مثلاً، بإمكان الشركات المزودة القائمة التعاون مع الشركات التكنولوجية الكبرى مثل شركات الاتصالات التي تتبنى توجهها مؤسسياً لاستخدام بنيتها التحتية ومهاراتها الرقمية لتقديم الخدمات المالية.
4. أن يطرح ربيادي الأعمال أفكاراً جديدة حول كيفية الاستفادة من التكنولوجيا ونماذج الأعمال للوصول إلى الفئات المقصاة والمهمشة، والتغلب على الحواجز والمعوقات التي يواجهها اللاعبون التقليديون.
5. أن يلعب مزودو الخدمات التكنولوجية دوراً رئيسياً في توفير الحلول التكنولوجية أو البنية التحتية المركزية التي تسمح لشركات الخدمات المالية التقليدية وريادي الأعمال بتطوير منتجات وخدمات جديدة تشمل المجتمعات المقصاة والمهمشة.
6. أن تشارك المؤسسات التعليمية في لعب دور محوري ليس في تثقيف المستهلكين حول فوائد الشمول المالي والشمول المالي الرقمي فحسب، بل في التدريب على المهارات المالية الرقمية وتنمية هذه المهارات التي تحتاجها المؤسسات المالية التقليدية أو شركات التكنولوجيا المالية الجديدة على حد سواء، حتى تتمكن من تطوير منتجات وخدمات مالية مدعومة بالتكنولوجيا تعزز الشمول المالي.
7. أن يصبح المستهلكون المثقفون مالياً جزءاً أساسياً من المنظومة البيئية، وعليهم "مساعدة أنفسهم حتى يتمكن الآخرون من مساعدتهم". يجب أن يبادر المستهلكون محاولين تعلم كيفية إدارة شؤونهم المالية بطريقة مسؤولة. كما يتوجب عليهم البحث بلا كلل عن الحلول المالية التي يمكن أن تساعدهم، وتساعد أسرهم وأعمالهم التجارية، كما عليهم تجربة تحديات رقمية جديدة تم تطويرها من أجل راحتهم. فللمستهلك الواعي والمطلع الذي يرغب بإدماجه في المنظومة المالية، دور في تحفيز الطلب الضروري لتحفيز الشركات المزودة القائمة وأصحاب الابتكارات في مجال التكنولوجيا المالية على تطوير حلول مالية رقمية.

هذا هو الحد الأدنى المطلق لعدد وأنواع أصحاب المصلحة الضروريين لعمل المنظومة البيئية الممكنة للشمول المالي الرقمي.

المنظومة البيئية المعروضة هنا معقدة بما تضمه من مجموعات متنوعة من أصحاب المصلحة المطلوب منها على اختلافها العمل في تناغم لتحقيق الهدف المشترك بتعزيز الشمول المالي الرقمي. تبذل كل

مجموعة من هذه المجموعات ذات العلاقة قصارى جهدها لتحفيز الشمول المالي والشمول الرقمي. مع ذلك، فإن كل مجموعة منها تعمل وفق وتيرتها الخاصة وأحياناً دون التنسيق مع المجموعات الأخرى. ما ينتج عنه ازدواجية في المهام، والتداخلات، والمعوقات (لأن ترابط المهام واعتمادها على بعضها لم يؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم أنشطة التنفيذ) وفي حالات نادرة، يسفر عن منافسة هدامة.

في الحالات التي لا يعمل فيها أصحاب المصلحة في المنظومة البيئية في انسجام تام تحدث النتائج غير المرغوب بها. على سبيل المثال، يمكن للهيئات التنظيمية تطوير آليات (مثل مراكز للابتكارات ومرافق للاختبار). مع ذلك، فإنها ستواجه صعوبة في تلقي طلبات من الشركات الناشئة عالية الجودة للحصول على الإسناد التنظيمي إذا لم يتم إعداد المسرعات بشكل يمكنها من بناء مشاريع التكنولوجيا المالية، أو إذا لم يكن لدى المستثمرين معرفة في أو يخشون الاستثمار في شركات التكنولوجيا المالية الناشئة.

لضمان أن جميع أصحاب العلاقة يعملون في انسجام تام، لا بد من وضع استراتيجية واضحة وآلية تنفيذ تضمن مستوى جيد من التنسيق لكافة الأنشطة، وأن الجميع يعملون لتحقيق نفس الهدف.

الإجراء 4: تطوير استراتيجية وطنية للخدمات المالية الرقمية أو للتكنولوجيا المالية

يمكن أن تكلف اللجنة الفنية مجموعة عمل الخدمات المالية المبتكرة بإجراء دراسة لفهم المنظومة البيئية الممكنة للشمول المالي الرقمي في فلسطين والعقبات والتحديات الرئيسية التي يواجهها أصحاب المصلحة بكافة فئاتهم. يمكن أن تستفيد الدراسة المشار إليها من نتائج المسح الحالي. ويجب أن يعهد إلى سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال بقيادة هذه المبادرة.

استناداً لما يتوصل إليه هذا البحث (الذي يفترض أن يعتمد إلى حد كبير على المقابلات ومجموعات التركيز)، يمكن أن تضع مجموعة العمل توصيات محددة لكل مجموعة من المجموعات المختلفة لأصحاب المصلحة وأن يتم جمع هذه التوصيات في استراتيجية وطنية للتكنولوجيا المالية (أو الخدمات المالية الرقمية) لاعتمادها من اللجنة الوطنية.

تم إطلاق مبادرة مماثلة من سلطة النقد الفلسطينية في 2019/20 ونوصي بالبناء على العمل المنجز سابقاً لهذا الغرض، وذلك لتسريع إطلاق هذه الاستراتيجية.

الإجراء 5: آلية لحوكمة الاستراتيجية الوطنية للتكنولوجيا المالية وتنفيذها

نظراً لوجود ترتيبات مسبقة لتطوير وحوكمة الشمول المالي، يمكن استخدام هذه الآلية لتنفيذ توصيات الاستراتيجية الوطنية للتكنولوجيا المالية. يمكن تحديث الشروط المرجعية لاختصاصات اللجنة الوطنية واللجنة الفنية لتشمل مسؤولية تولى مهمة تنفيذ استراتيجية التكنولوجيا المالية. كما تحتاج اللجنة الوطنية إلى إعادة النظر في مسألة العضوية وإذا كان هناك حاجة إلى تغيير أعضاء أو إضافة آخرين في كلتا اللجنتين لإنفاذ الاستراتيجية الوطنية للتكنولوجيا المالية. على سبيل المثال، قد يكون هناك حاجة لتمثيل مسرعة الأعمال ومجتمع المستثمرين في هذه اللجان، لضمان تطوير بيئة مواتية لرياديي مشاريع التكنولوجيا المالية.

3-2 تعزيز الثقافة المالية الرقمية وتشجيع استخدام الخدمات المالية الرقمية

يبين كاباكوفا وبلاكسينكوف (Kabakova & Plaksenkov, 2018) أن العوامل الاجتماعية-الديموغرافية مهمة للشمول المالي أو يمكن أن تفسر ارتفاع مستويات الإقصاء المالي. فهي تشير للطريقة التي يتصرف بها الناس ويتخذون بها قراراتهم في الأسواق المالية. يبرز المسح ضعف التنمية الاجتماعية-الديموغرافية في فلسطين، ويصاحبها مستويات متدنية من التنمية الاقتصادية، ما فاقم من الإقصاء المالي.

هناك بالفعل العديد من المبادرات الجارية لتعزيز الثقافة والمعرفة المالية وحتى المعرفة المالية الرقمية بين المستهلكين. مع ذلك، تظهر نتائج المسح أنه لا يزال هناك الكثير مما يمكن فعله، وتبين دراسة كاباكوفا أن تنمية هذا العامل يمكن أن تساعد في تسريع الشمول المالي.

في حين أن 80.2% من سكان فلسطين يمكنهم الوصول إلى الإنترنت، و89.8% لديهم هواتف ذكية، إلا أن 72.6% من المبحوثين أفادوا أنهم لم يستخدموا أي من تطبيقات الهاتف المحمول على هواتفهم. بالتالي، فإن الوصول إلى القنوات الرقمية ليس كافياً، ويجب تشجيع الأفراد على استخدام هذه التطبيقات. وحتى يقوموا باستخدامها لا بد من تعليمهم على ذلك.

بينما يتزايد استخدام الخدمات المالية الرقمية (مثلاً، يستخدم 13% من المبحوثين الخدمات المصرفية عبر الإنترنت و3.3% يستخدمون المحافظ الإلكترونية و6.7% فقط يدفعون الفواتير عبر الإنترنت، على الرغم من كل الشركات الجديدة في السوق وكثرة التسهيلات المتاحة). تسلط البيانات الضوء أيضاً على أن استخدام الأفراد الأصغر سناً والأكثر سنناً للخدمات الرقمية أقل مقارنة بمن هم ضمن الفئة العمرية المتوسطة. بالمثل، فإن احتمالية استخدام القنوات الرقمية لإجراء المعاملات المالية أقل بين الأفراد ذوي المستويات التعليمية الأدنى. هناك فروقات شاسعة في استخدام الخدمات المالية الرقمية. حيث يبدو أن القدس استحوذت على أعلى نسبة من الأفراد الذين يستخدمون القنوات الرقمية، في حين أن أريحا والأغوار وشمال قطاع غزة لديها نسبة أقل من الأفراد الذين يستخدمون الخدمات المالية الرقمية.

استناداً إلى المسح، من الضروري إعادة النظر في جميع المبادرات الحالية بما يتيح زيادة مستوى الثقافة المالية والمعرفة المالية الرقمية. سوف تساعد الثغرات التي تم تحديدها صانعي السياسات على تطوير المبادرات، لتحقيق نتائج أفضل.

الإجراء 6: مراجعة (أو تقييم فجوات) المبادرات الحالية لتعزيز المعرفة المالية بالخدمات التقليدية والرقمية للمواطنين

يمكن أن تصدر اللجنة الفنية تعليماتها لمجموعة العمل المعنية بتمكين المستهلك لإجراء مراجعة شاملة لجهود (مختلف أصحاب المصلحة) لتقييم مدى ملاءمتها وكفائتها لتعزيز الثقافة المالية. يمكن أن تخرج مجموعة العمل، استناداً لنتائج المراجعة، بتوصيات تهدف لتحسين بعض المبادرات أو

تطوير مبادرات جديدة. كما يمكن أن تشمل المراجعة تغطية لثغرات توفير المعرفة والثقافة المالية الرقمية وخاصة بين الفئات المهمشة.

قد تحتاج مجموعة العمل إلى العمل بشكل وثيق مع مجموعة عمل المنتجات المالية المبتكرة لتحديد أفضل الممارسات الدولية على صعيد توفير مبادرات لتعزيز المعرفة بالخدمات المالية التقليدية والرقمية، بالإضافة إلى وضع توصيات محددة.

الإجراء 7: تطوير بوابة مخصصة لتعزيز المعرفة والثقافة بالخدمات المالية التقليدية (والرقمية) يسهل وصول الأفراد إليها

صمم بوابة للشمول المالي في فلسطين وعنوانها <https://finanicalinclusion.ps>. إلا أن البوابة تركز على التعريف بمبادرات تعزيز الشمول المالي والتثقيف المالي أكثر من تركيزها على تقديم تدخلات تعليمية محددة لمساعدة الأفراد على فهم كيفية إدارة أموالهم بشكل أفضل أو التعامل مع الخدمات المالية الرقمية. من الأمثلة على مواقع الكترونية تساعد الأفراد على تعلم ومعرفة المزيد حول إدارة الأموال المواقع التالية:

إيرلندا:

moneymatters.cccpc.ie

إسبانيا

Koll pa cashen Geepeese

وبولندا

<https://finansoaktywni.pl/>

توفر هذه المواقع الإلكترونية معلومات وافرة للأفراد بالإضافة إلى تمكين المعلمين من تدريس المعلومات المالية حول المنتجات التقليدية أو الرقمية.

نقترح أن تقوم مجموعة عمل تمكين المستهلك بتطوير موقع إلكتروني متخصص (مشابه للمواقع المذكورة). يمكن أن يكون الموقع ملحقاً بموقع الشمول المالي <https://finanicalinclusion.ps> أو يمكن تخصيص موقع خاص به لتسهيل وصول الأفراد له. ونقترح أن يتم تسميته باسم يصف الغاية منه مثل: manageryourfinances.ps، أو moneymatter.ps ما يسهل الوصول إليه. يمكن تمويل مثل هذه المبادرة مركزياً من قبل اللجنة الفنية أو من الجهات المانحة. أو بدلا من ذلك، يمكن فرض رسوم على مزودي الخدمات المالية المرخصين لتمويل تطوير وصيانة بوابة إلكترونية للتثقيف المالي.

يمكن أن تنشر البوابة ندوات رقمية/ويبينار وبرامج للتعليم الإلكتروني لشرائح معينة من السكان لزيادة مستويات الشمول المالي. خير مثال على هذه المبادرات هو هيئة الرقابة المالية الفيدرالية

BaFin في ألمانيا التي تستخدم منصة للنحوات الرقمية للتدريب (من خلال المنظمات غير الحكومية) بهدف تعزيز الثقافة المالية الرقمية للمستهلكين المسنين الذين يستصعبون استخدام الخدمات المالية الرقمية. يساعد البرنامج الأفراد المسنين على تعلم كيفية استخدام شبكة الإنترنت لإجراء المعاملات المالية. كما قام بنك التنمية المكسيكي Banco del Bienestar بتصميم دورة تدريبية عامة واسعة النطاق على الإنترنت (MOOC) تحت عنوان "مقدمة في الثقافة المالية". استفاد من التدريب عبر الإنترنت، والذي استمر 4 أسابيع، أكثر من 30 ألف شخص في عام 2019. نفذ هذا التدريب كأحد مكونات خطة الشمول المالي للبلاد.

علاوة على ذلك، يمكن للبوابة أن تصيف خدمة روبوت للمحادثة (إحدى أدوات الذكاء الاصطناعي) للتواصل مع زوار الموقع والمساعدة في الإجابة على أسئلة محددة حول القوانين، وكيفية حماية أموالهم، أو كيفية تقديم شكوى إلى المؤسسة المالية التي يتعاملون معها.

أطلق بنك المكسيك المركزي Ban-xic، صندوق الدردشة chatbot للتفاعل مع الأفراد والإجابة على الأسئلة المتعلقة بالجهة التنظيمية وتقديم معلومات مالية أخرى. في هونغ كونغ، يستخدم مجلس تعليم المستثمرين والتنقيب المالي IFEC نافذة دردشة على المسنجر- الفيسبوك لإطلاق اختبار يهدف للتوعية بأهمية الثقافة المالية. وفي لوكسمبورغ، طورت هيئة الأسواق المالية FinGo: The Financial Game of Life، وهي عبارة عن روبوت محادثة تم تطويره ليقوم بلعبة تعليمية تنقيفية تقدم المعلومات المالية بطريقة محببة. وقد طور هذا التطبيق طلاب في مدرسة لوكسمبورغ للتكنولوجيا.

الإجراء 8: تطبيقات الجوال المخصصة التي تعزز الثقافة والمعرفة المالية بالخدمات المالية التقليدية والرقمية

أطلقت هيئة الإشراف المالي البولندية بالشراكة مع البنك الوطني ووزارة المالية وجهاز الشرطة في بولندا، حملة من خلال تطبيق الهاتف المحمول (وعلى موقعها على الشبكة العنكبوتية) لزيادة الوعي بالمخاطر المرتبطة بالاستثمار في الأصول المشفرة والمخططات الهرمية وأسواق فوركس غير الخاضعة للإشراف والرقابة.

من جهة أخرى، توفر هيئة الإشراف على صناديق التأمين والمعاشات البرتغالية تطبيقا للهاتف المحمول (Os Meus Seguros) يساعد المؤمنين على فهم المسائل المتعلقة بتغطيتهم التأمينية، بالإضافة إلى تثقيفهم حول التأمين بشكل عام.

وفي هونغ كونغ، نفذ مجلس التنقيب المالي برنامج "استمع إلى شئون التقاعد المالية"، وهو برنامج بودكاست يستهدف شريحة السكان المتقاعدين المسنين، لمساعدتهم على إدارة مدخراتهم التقاعدية بشكل أفضل. تعد وسيلة البودكاست مناسبة لكبار السن الذين يعانون من ضعف البصر أو معتادين أكثر على الاستماع إلى الراديو بدلا من القراءة. كما أنه يمكن الوصول إلى البودكاست من أي مكان، عبر تطبيق يحمل على الهاتف المحمول.

قامت سلطة النقد الفلسطينية بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم وجمعية البنوك، بإطلاق حملة لتشجيع

الطلاب على تصميم تطبيق يستهدف طلابا مثلهم، ليساعدهم على فهم الخدمات المالية. قام الطالب الفائز بتطوير **تطبيق مصرفي**، وهو تطبيق إلكتروني يمكن تحميله على الهاتف الذكي، يحاكي فرع مصرف افتراضي يوفر جميع المعلومات الأساسية عن الخدمات المصرفية بطريقة تفاعلية وتشويقية، بهدف تعزيز الثقافة المصرفية وزيادة الوعي بين جيل الشباب حول الخدمات المالية التقليدية والرقمية.

يمكن لسلطة النقد و هيئة سوق رأس المال استكشاف فرص تطوير تطبيقات أخرى مخصصة لمساعدة الأفراد على إدارة شؤونهم المالية بشكل أفضل. تشمل الأمثلة على التطبيقات المخصصة ما يلي:

- تطبيق لوضع ميزانيات متاح على أنظمة "الأندرويد" (Android) و أي أو اس (IOS)، يساعد الأشخاص على تطوير ميزانية منزلية ثم تتبع الدخل والنفقات. في النمسا، صمم البنك المركزي أداة لإدارة الميزانية الشخصية، يمكن الوصول إليها عبر موقعه على الإنترنت أو من خلال تطبيق، تهدف لمساعدة فئة الشباب على إدارة دخلهم ومدخراتهم ونفقاتهم والقروض الحالية. يمكن استخدام الأداة لتسجيل المعاملات المالية التي تتم باستخدام بطاقات الائتمان أو الخصم الفوري، أو نقدا. كما أنها تحسب توقعاتها للرصيد لتنبيه المستخدم إلى مقدار الأموال المتبقية لبقية الشهر. كما يعرض التطبيق مقاطع فيديو توضيحية وإحصاءات وأشكال بيانية ودروسا تعليمية، إذا توفرت. ويمكن ربط مثل هذا التطبيق بحساب مصرفي أو محفظة إلكترونية، حيث يتم ملء المعلومات تلقائيا. إذا لم يكن لدى الأفراد حساب مصرفي، يمكن إدخال المعلومات يدويا. يمكن توفير تطبيق مشابه مجانا. يتوقع أن يسهم اعتماد تطبيقات مشابهة بمعدلات مرتفعة، في مساعدة الأسر على إدارة مصادرها المالية بشكل أفضل، والأهم من ذلك حصولها على أفكار ونصائح لكيفية البدء في توفير بعض المال، حتى لو كان مبلغا صغيرا، حتى يتمكنوا من صعود أولى درجات سلم الشمول المالي، لتأمين مستقبل أسرهم.
- يمكن تصميم تطبيق هاتف محمول للتأمين الزراعي لمساعدة مزارعي الكفاف على رسم سيناريوهات لاحتمالات الخسارة لمساعدتهم على فهم هذه الاحتمالات في حالة حدوث فيضانات أو جفاف أو تعرضهم لمخاطر عالية. يمكن أن يساعد التطبيق صغار المزارعين على تحديد ما إذا كان من الضروري والمجدي تجاريا شراء بوليصة تأمين على المحاصيل.
- لعبة لإدارة الأموال طورتها سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال معا، ولمساعدة الأطفال والشباب على فهم معنى إدارة الأموال، وتعريفهم بالخدمات المالية التقليدية والرقمية، وهي متوفرة في متجر الألعاب على أنظمة التشغيل "الأندرويد" (Android) و أي أو اس (IOS). غالبا ما يتم استخدام هذا النوع من الوسائط من جمهور أصغر سنا ممن تجذبهم الألعاب.

الإجراء 9: إطلاق حملة متفجرة للتثقيف والتوعية المالية (بالخدمات التقليدية والرقمية)

غالبا من الصعب تثقيف الناس وتوعيتهم حول الشؤون المالية بدورة تدريبية، بينما الأمر يصبح أكثر سهولة إذا تم إيصال هذه المعلومات تدريجيا مضمنة في حياتهم وتعاملاتهم اليومية. لا يزال الجيل الأكبر سنا وربما المتقاعدين يستمتعون بمشاهدة التلفاز والمسلسلات أو أعمال درامية معينة. لهذا، يمكن إدماج الثقافة والمعلومات المالية في هذه البرامج على شكل سيناريوهات (نصوص مشاهد مصورة). على سبيل المثال،

يمكن لنجم تلفزيوني (ذا شعبية واسعة) أن يتحدث عن كيف يمكن أن تغير الخدمات المصرفية الرقمية حياة الناس اليومية. تلفت هذه السيناريوهات انتباه الناس إلى إمكانية الاستفادة من الخدمات المالية الرقمية ومنافعها. يمكن لمجموعة العمل المعنية بتمكين المستهلك فحص إمكانية عكس هذه المعلومات التثقيفية عند إنتاج بعض البرامج التلفزيونية، وإذا كان ذلك ممكناً، العمل على تصميم سيناريوهات للتوعية المالية تعرض في مسلسل تلفزيوني. حبذا لو تم استهداف المسلسلات الشعبية الرائجة لكثرة مشاهديها. على الأغلب، ستحقق هذه الحملات التلفزيونية نجاحاً أكبر من الإعلانات التي اعتاد الناس التحويل عنها قبل سماعها.

الإجراء 10: استخدام الندوات الرقمية والتعلم الإلكتروني لأهداف التوعية المالية

يظهر المسح أن 80% من المبحوثين يتصفحون وسائل التواصل الاجتماعي والكثير منهم يفعلون ذلك بصورة يومية. لهذا، تعد قنوات التواصل الاجتماعي وسيلة مثالية لنشر حملات التثقيف المالية والتوعية بالخدمات المالية الرقمية. يجدر الذكر أن سلطة النقد وهيئة سوق رأس المال تستخدمان حالياً قنوات التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالمسائل المالية. حيث أطلقت سلطة النقد مؤخراً حملة على وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للخدمات المالية الرقمية، والمدفوعات الرقمية، والمحافظ الإلكترونية مستعينة بعدد من الشخصيات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي لإيصال الرسالة. بالنظر إلى الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، على سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال استكشاف كيف يمكنهما تنظيم المزيد من حملات التوعية والتثقيف المالي من خلال هذه المنصات.

ومن الأمثلة العالمية الجديرة بالملاحظة على هذا الصعيد: في المغرب، قامت المؤسسة المغربية للتقافة المالية (FMEF) بقيادة العديد من الحملات التثقيفية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (معظمها باستخدام الفيسبوك Facebook)، تناولت مواضيع خاصة بالتثقيف والتوعية المالية التي تهم الفئات الشابة. كما أطلق البنك المركزي البرتغالي حملة تثقيفية مالية رقمية تستهدف فئة الشباب (#optip) على منصة إنستغرام لزيادة الوعي بشأن الاحتياطات اللازمة التي يجب عليهم أخذها عند استخدام الخدمات المالية الرقمية (مثل الأصول المشفرة والتبادل اللامركزي (decentralised finance) والخدمات المالية القائمة على وسائل التواصل الاجتماعي والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول).

يساهم التركيز على تثقيف العملاء في تحسين العامل الاجتماعي-الديموغرافي الذي يعزز الشمول المالي، وإذا ما اقترن بمساعي تطوير الاقتصاد، سيصبح بالإمكان تحقيق مستويات أعلى من الشمول المالي. وبطبيعة الحال، يجب مراجعة هذه الحملات بصورة منتظمة لتقييم مدى فعاليتها، مستفيدين من التجارب الدولية بالخصوص عند مراجعة هذه البرامج أو وضع برامج جديدة.

4-2 السيطرة على القنوات غير الرسمية للخدمات المالية

أفاد قرابة 10% من المبحوثين أنهم يدخرون الأموال من خلال جمعيات الإقراض والادخار الدوار (وهي جمعيات غير رسمية) وكانت أعلى نسبة من هذه المجموعة ضمن الفئة العمرية (50-54 عاماً). وعند الحديث عن المستوى التعليمي، شكل حملة الدبلوم أعلى نسبة من أعضاء هذه الجمعيات. أعلى نسبة من هذه الفئة (14%) يعتمدون على الأصدقاء والعائلة للحصول على قرض

قصير الأجل أو طويل الأجل. قد تكون القنوات غير الرسمية محفوفة بالمخاطر نظرا لعدم وجود اطر تنظيمية تحكمها. إن قيام القطاع الرسمي بتسيير مثل هذه القنوات المالية غير الرسمية، يمكن أن يشجع المزيد من الناس على الاندماج في المنظومة المالية. في الحالات المذكورة أعلاه، يمكن للبنوك أو مؤسسات الإقراض غير المصرفية توفير تطبيق عبر الإنترنت (بدون تكلفة) لمساعدة منسقي جمعيات الادخار غير الرسمية، على إدارة وتوزيع المدخرات للأفراد على النحو الصحيح، ومنح القروض للأعضاء وتتبع حركاتها المالية، أو دفع الجوائز دوريا. يمكن للتطبيق أيضا تسهيل جمع الأقساط الشهرية من جميع الأعضاء والدفع للأعضاء وفقا لقوانين الجمعية، من خلال قنوات الدفع الرسمية. ممكن أن تساهم تدخلات مشابهة في إدماج المدخرين غير الرسميين ضمن مفهوم الخدمات المالية الرقمية، وجعلهم يتعاملون مع البنوك، على افتراض أنهم بمجرد أن يبدووا بالتعامل مع البنوك وتتعرز تفتهم بها، قد يقنعهم ذلك بفتح حساب.

وبالمثل، بدلا من أن يضطر أحد أعضاء الأسرة إلى إدارة القرض (سداد أو التخلف عن سداد الأقساط) الذي منحه إلى قريبه أو صديقه، يمكن أن تكون منصة الإقراض من نظير إلى نظير أداة مثالية فهي تفرض وجود مسافة بين المقرض والمقرض (بحيث يمكن إدارة الخلافات بسهولة دون توتير العلاقة)، وهي وسيلة فعالة لإدارة القرض وإجراء المدفوعات اللازمة بموجب العقد.

فعليا، تبحث سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية في الوقت الحالي في طرق تنظيم التمويل الجماعي والإقراض من نظير إلى نظير في فلسطين.

الإجراء 11: دراسة البنوك ومؤسسات الإقراض غير الرسمية لمسألة توفير أنظمة برمجية خدمية لجمعيات الادخار غير الرسمية

يمكن للجنة الفنية، بالتعاون مع سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال، الشراكة مع جمعية البنوك لتشجيعها على تقديم برمجيات خدمية (SaaS) مجانية لجمعيات الادخار غير الرسمية لتساعدها على إدارة المدخرات وتسهيل المدفوعات من/إلى حساب الجمعية. ويمكن تشجيع بعض المصارف على تطوير هذه البوابات الإلكترونية وإتاحتها للعملاء المحتملين. ويمكن أن يعمل فريق سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال وفريق من المصارف المهتمة بتسويق هذه البوابات وتوجيه المدخرين إلى منصة خدمية خاصة بجمعية الادخار.

الإجراء 12: دراسة توقعات الطلب على التمويل الجماعي والإقراض من نظير إلى نظير

بينما تقوم سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال بدراسة وضع آلية تنظيمية تتيح التمويل الجماعي والإقراض من نظير إلى نظير، يمكن لمنظومة رياديي الأعمال أو الشركات المزودة القائمة البحث في إطلاق مثل هذه المنصات في فلسطين.

كما يمكن أن تصدر اللجنة الفنية توجيهاتها إلى مجموعة عمل المنتجات المالية المبتكرة لإطلاق هاتاكونات تشجع على طرح أفكار لأخر التقنيات المتطورة.

الإجراء 13: إطلاق حملة للتوعية بمخاطر القنوات غير الرسمية للخدمات المالية

القنوات المالية غير الرسمية محفوفة بالمخاطر ويمكن أن تؤدي إلى استغلال العملاء أو الإضرار بهم. تفرض شبكات الإقراض غير الرسمية أسعار فائدة مرتفعة للغاية وقد لا تتعامل دائما مع العملاء الذين يواجهون صعوبات مالية، على نحو منصف.

يمكن لسلطة النقد وهيئة سوق رأس المال بحث فرص إطلاق حملات توعية لتحذير المقصين ماليا من مخاطر القطاع المالي غير الرسمي. يمكن أن تساهم هذه الحملات في تشجيع العملاء على الإبلاغ عن مقدمي الخدمات المالية غير القانونيين (مزودي خدمات مالية بلا ترخيص) أو الأفراد عديمي الضمير الذين يستغلون حاجة الفئات الضعيفة والمهمشة.

5-2 استكشاف الحواجز والمعوقات التي تحول دون شراء واستخدام الخدمات المالية وتذليلها

يمكن أن يتسبب أي عائق يواجهه العملاء أثناء عملية الشراء أو عند إجراء تعاملاتهم المالية في تثبيهم عن استخدام الخدمات المالية الرقمية خصوصا إن كانوا مهمشين اقتصاديا ولا يملكون أموال كافية للاستفادة من المنظومة المالية الرسمية.

يوضح المسح بأن العامل الأهم عند شراء منتج أو خدمة مالية هو قدرة هذا المنتج أو الخدمة على تلبية احتياجات العملاء والفائدة التي يحققها لهم، كما أنهم بحاجة لمعرفة إن كان هذا المنتج يتناسب مع ظروفهم المالية وإذا كان ينطوي على أي تكاليف أو عمولات للوكلاء.

لا يراعى دائما الوضوح والشفافية عند هيكلية المنتجات والخدمات المالية وعرضها على العملاء. فأحيانا تنطوي هياكل الرسوم والتكاليف على تعقيدات، والشروط والأحكام الخاصة بها طويلة وتمتد في عدة صفحات من النصوص القانونية، بدلا من إيصال خلاصة بنود العقد بين العميل والمؤسسة المالية مباشرة.

بوجود تعقيدات مماثلة، قد ينتهي الأمر بالعملاء بشراء منتج أو خدمة غير مناسبة لهم أو أن تكون توقعاتهم غير مطابقة للواقع. إن توقيعهم على شروط وقيود العقد تعنى أنهم ملزمون بها، وقد لا يتبين لهم بأن الخدمة/المنتج غير مناسب إلا عند حدوث خلل ما. على سبيل المثال تتضمن عقود التامين عددا من البنود التي تنص على مسؤوليات العميل غير المفسرة بوضوح، حيث يمكن للعميل أن يشتري منتجا معتقدا أن هناك بنودا متفقا عليها ضمن شروط العقد دون معرفته بأن هذه الشروط تتضمن استثناءات معينة. حيث أنه يقوم بشراء المنتج بناء على فهم خاطئ للعقد. وعندما يقدم مطالبة يتم رفضها بسبب بند معين تم تضمينه في صفحات العقد.

يجب على المؤسسة المالية أن تحتكم لسياسة أو معايير أو قانون يلزمها بتقديم شرح وافي ومنصف وغير مضلل حول المنتج، ويجب أن يتم توضيح تفاصيل جميع الرسوم والتكاليف بالإضافة الى توضيح أي استثناءات أو شروط خاصة، كما يتعين على المؤسسات المالية أن تتأكد أن شروط العقد

عادلة للعميل، خاصة في الظروف الصعبة (على سبيل المثال، يجب منح العميل وقتاً إضافياً لسداد الديون إذا قدم إثباتاً أنه يمر بضائقة مالية).

تعمل بعض الأساليب التسويقية أو العروض المالية على جعل العملاء يشترطون منتجات أو خدمات معينة بتقديم نسخ مضللة أو جعلهم يأخذون قرارات متعجلة باستعجالهم للتوقيع على العقود للحصول على الخدمة أو المنتج.

كما أوضح المبحوثون تأثير سمعة المؤسسة المالية والثقة التي تحوزها على قرار العملاء شراء منتج أو خدمة معينة.

الإجراء 14: مراجعة التشريعات والقوانين السارية لتقييم ما إذا كان هناك حاجة لتعديلها لإلزام

المؤسسات المالية بالكشف عن معلومات حول المنتجات والخدمات أو تجنب شروط العقد غير العادلة ومعاملة العملاء بإنصاف

تنصح سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال بأن تشرعاً في مراجعة القوانين والتشريعات السارية لتقييم مواضع الخلاف الرئيسية في مرحلة شراء المنتجات والخدمات المالية. ستساعد هذه المراجعة في تحديد نقاط الخلاف والتي يمكن التعامل معها من خلال إجراء تعديلات تشريعية أو استشارة قانونية أو فرض حد أدنى من المعايير التي قد تمنع حدوث شقاق.

بحسب ما أظهرت نتائج المسح، يمكن أن تتكشف مراجعة القوانين السارية عن الحاجة للتأكيد على البنود الخاصة بالكشف عن معلومات حول خصائص المنتجات أو الخدمات.

الإجراء 15: وضع قوانين محددة لحماية المستهلكين عند شراء المنتجات

وضعت هيئة السلوك المالي في المملكة المتحدة قانوناً خاصاً بعنوان "الدليل المرجعي لسلوكيات الأعمال التجارية: محتويات وثيقة المواصفات والبيانات الرئيسية"، الذي يتطلب من المؤسسات المالية إضافة وثيقة منفصلة لعقود المنتجات والخدمات المالية، تشرح المواصفات والخصائص الرئيسية للمنتج أو الخدمة بلغة سهلة الفهم. يجب أن تتضمن وثيقة المواصفات الرئيسية معلومات حول طبيعة المنتج، ومكوناته وتعقيدها وطبيعتها، وكيفية عمله، وأي قيود أو معايير دنيا تنطبق في حالة المنتج والفوائد المادية ومخاطر شراء المنتج أو الخدمة، حتى يتمكن العملاء من اتخاذ قرار مدروس بشأن المضي بالشراء أو العدول عنه.

يجب أن توضح الوثيقة أيضاً الإجراءات الواجب اتخاذها لتقديم الشكاوى حول المنتج أو الخدمة، وكيفية التعامل معها، وإن كان هناك تعويض مستحق في حال كان هناك خسائر متكبدة ناتجة عن حدوث إهمال من طرف مزودي الخدمات المالية. والأهم من ذلك، يتوجب أن توضح الوثيقة الحق في إلغاء طلب المنتج أو سحبه إذا ثبت أنه غير صالح أو غير سليم أو إذا تم اتخاذ قرار

الشراء دون إعلام العميل بكامل المعلومات حول المنتج. بعد توقيع عقد لشراء منتج أو خدمة مالية، عادة ما يمنح العميل حق الإلغاء“ خلال مهلة زمنية تنتهي خلال 14 يوما. بموجب ذلك، لدى العميل 14 يوما لمراجعة وثيقة الشروط والمواصفات الأساسية وقراءة بنود العقد بتمعن، والحصول على استشارة إذا كان من حاجة وأمكنه تحمل تكلفتها. إذا رغب العميل بعد مراجعة العقد (على الرغم من توقيع العقد) بسحب أو إلغاء طلب المنتج فله الحق بذلك (دون قيد أو شرط) إذا تم ذلك في غضون 14 يوما.

يتوجب على كل من سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال الفلسطينية أن تدرسا هذا المثال والحالة الدراسية في المملكة المتحدة المشار إليها أعلاه، وتقييم ما إذا كان هناك حاجة إلى سن تشريعات مشابهة لحماية المستهلك في فلسطين. إذا كانت القوانين السارية تغطي هذه الجوانب، يجب عندئذ إجراء مراجعة لتقييم مدى كفاية هذه القوانين وسلامتها.

الإجراء 16: فرض “معززات الثقة“ لتشجيع الشمول المالي

عند محاولة شراء منتج أو خدمات مالية لأول مرة، أو عند القيام بالتزامات مالية مرهقة (على سبيل المثال عند شراء عقار والتقدم بطلب للحصول على تمويل عقاري لمبلغ مالي كبير)، يحتاج العملاء لأن يكونوا قادرين على الثقة في مزود الخدمات المالية الذي يتعاملون معه. ففي الأمور المتعلقة بالمال تكون الثقة عاملا حاسما.

على سلطة النقد وهيئة سوق رأس المال أن تبحثا إذا كان يتوجب سن قانون يلزم المؤسسات المالية المرخصة بتوفير معززات للثقة على مواقعها الإلكترونية والوسائل والمواد الترويجية الأخرى. يمكن أن تتضمن معززات الثقة هذه الآتي (على سبيل المثال لا الحصر):

- يجب أن يصرح على الموقع الإلكتروني بوضوح (في ذيل الصفحة الرئيسية أو في كافة صفحات الموقع) أن المؤسسة المالية تخضع لقوانين سلطة النقد الفلسطينية أو هيئة سوق رأس المال الفلسطينية وتعمل تحت إشرافها ورقابتها. كما يتوجب عليهم التصريح عن رقم ترخيص المؤسسة ووضع رابط لسجل الشركات لدى سلطة النقد الفلسطينية أو هيئة سوق المال حيث تم تسجيل الشركة.
- يجب أن يصرحوا إذا كانت الشركة تنتمي إلى أي جمعية/اتحاد وما إذا كان يمكن إحالة المؤسسة المالية إلى الجمعية/الاتحاد بخصوص أي ممارسات خاطئة.
- عليهم أن يوضحوا الإجراءات المتبعة لتقديم الشكاوى وأن يخطروا العميل بـ“مهلة حق الإلغاء“.

6-2 تقييم المعينات التي يواجهها مزودو الخدمات المالية عند تطوير المنتجات والخدمات الرقمية لتحفيز الشمول المالي وكيفية التغلب عليها

شمل مسح جانب العرض أسئلة لاستطلاع رأي المؤسسات المالية حول العقبات الرئيسية التي تواجهها في الوصول إلى الأسواق والفئات المهمشة والمقصاة. ذكر المبحوثون العوائق والتحديات الرئيسية التالية:

1. نقص البيانات الائتمانية أو الضمانات المقبولة، على الرغم من خدمة التصنيف الائتماني التي توفرها سلطة النقد الفلسطينية منذ سنوات عديدة.
 2. صعوبة تقييم الجدارة الائتمانية/الملاءة أو مخاطر تأمين الأفراد الفقراء ذوي الدخل المتدني وبلا سجل أو تاريخ ائتماني.
 3. ارتفاع تكاليف توفير الخدمات للمجتمعات المقصاة.
 4. العوائق القانونية والحواجز التنظيمية أمام التحول الرقمي أو إطلاق منتجات جديدة - على سبيل المثال، متطلبات اعرف عميلك وقوانين التوقيع الإلكتروني، ومتطلبات كفاية رأس المال العالية.
 5. عدم فهم العملاء الحاليين والمحتملين للخدمات المالية الرقمية.
- إذا وضعت خارطة الطريق آلية لمعالجة جميع هذه التحديات، ستكون مؤسسات جانب العرض أقدر على تطوير خدمات مالية رقمية قادرة على إدماج نسبة أكبر من الأفراد في المنظومة المالية الفلسطينية.

الإجراء 17: مراجعة مدى كفاءة نظام التصنيف الائتماني وتحديثه ليشمل مصادر البيانات البديلة

قامت سلطة النقد الفلسطينية بالتعاون مع القطاع المصرفي، بوضع نظام للتصنيف الائتماني، بغية مساعدة البنوك على تقييم مستوى الجدارة الائتمانية للمقترضين بصورة أفضل. وكانت فلسطين من أوائل بلدان المنطقة التي طبقت هذا النظام. توفر خدمة التصنيف الائتماني سجل ائتماني كامل للأفراد، وتبين إذا كان العملاء مستفيدين من قروض نشطة مع مؤسسات أخرى، بالإضافة لمعلومات عن رصيد القرض وقيمة الدفعات الشهرية.

وعلى الرغم من وجود هذه المبادرات الهامة منذ حوالي العام 2010، إلا أن المسح يظهر أن البنوك لا تزال تواجه صعوبات في تقييم الجدارة الائتمانية خاصة للفئات المهمشة. حيث تكمن المشكلة في نقص البيانات، وغالبا، في بنية برنامج التصنيف الائتماني. لذا، تنصح سلطة النقد بإجراء مراجعة لنظام التصنيف الائتماني لفهم المعيقات والحواجز التي يواجهها النظام أمام وصول الأفراد المقصيين إلى الخدمات المالية. يمكن أن تتضمن المراجعة، تقييما لكيفية تحديث سجل التصنيف الائتماني بحيث يشمل مصادر بيانات ائتمانية بديلة (والتي ثبتت فعالية استخدامها من مزودي خدمات التكنولوجيا المالية والتمويل البديل في جميع أنحاء العالم). يمكن أن تعمل سلطة النقد الفلسطينية مع المؤسسات المالية الدولية مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي أو الوكالات المانحة لفهم كيف تقوم الدول والمؤسسات المالية الأخرى فيها بإنشاء واستخراج واستخدام سجل ائتماني بديل لتمكين الأفراد الذين لا يعانون من نقص الخدمات من الوصول إلى الخدمات الائتمانية. كما أنه بمقدورها إطلاق هكاثون يهدف لإيجاد مصادر بيانات بديلة مشروعة يمكنها تعزيز الشمول المالي.

المؤسسات المالية ملزمة باستخدام نظام التصنيف الائتماني لتقييم الجدارة الائتمانية. لذا قد يشكل النظام عائقا محتملاً أمام الوصول إلى الخدمات المالية ليس فقط للأفراد ذوي الدخل المتدني، وإنما أيضا للشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر.

بمجرد أن تتضح أنواع مصادر البيانات البديلة المقبولة، يتعين على سلطة النقد النظر فيما إذا كان تحديث نظام التصنيف الائتماني يستدعي تغييرات جوهرية.

الإجراء 18: تقديم التوجيه والإرشاد بشأن مصادر بيانات الائتمان البديلة المقبولة

تواجه البنوك ومؤسسات التمويل الأصغر ومؤسسات الإقراض البديلة وشركات التكنولوجيا المالية الجديدة معوقات عديدة، سواء تلك المتعلقة بالقوانين والتشريعات التنظيمية أو سجل التصنيف الائتماني الحالي، حتى لو قامت بتعزيز أنشطة البحث والتطوير، وإيجاد مصادر بيانات بديلة يمكنها توسيع نطاق المشمولين بالخدمات الائتمانية.

لذلك، ولتشجيع المؤسسات المالية على الاستمرار في مثل هذه الأبحاث، لغايات تذليل أي حواجز ومعوقات، يتعين على سلطة النقد الفلسطينية تقييم ما إذا كان هناك حاجة إلى توجيهات تنظيمية أو تعديلات قانونية تسهم في تعزيز اليقين القانوني والتنظيمي بشأن استخدام مصادر بيانات الائتمان البديلة.

قد يسهم وضوح القوانين والتشريعات التنظيمية في إطلاق حلول ائتمانية مبتكرة في فلسطين. كما قد يشجع رواد الأعمال في مجال التكنولوجيا المالية على جلب الأفكار العالمية إلى السوق الفلسطينية لتوفير حلول ائتمانية للفئات المهمشة والفئات الفقيرة وكذلك قطاع الشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر.

الإجراء 19: تقييم جدوى إنشاء نظام تصنيف مركزي للضمانات

يشكل الافتقار إلى الضمانات عائقا آخر أمام تقديم القروض إلى المجتمعات المحلية الأكثر فقرا. الطريقة الوحيدة للتغلب على هذا التحدي هو أن تجد المؤسسات المالية طرقا لتقديم القروض دون الحاجة إلى ضمانات. وهذا يعني أن عملية تقييم الائتمان الأولية يجب أن تكون محكمة.

فقد تمثل منتجات القروض الممنوحة بلا ضمانات كافية تحديا لمؤسسات الإقراض للمخاطر العالية التي تحفها ما قد يستدعي فرض متطلب كفاية رأس المال لمراعاة المخاطر والذي يكون مرتفعا بالمقابل.

ومع ذلك، حتى لو كان بمقدور المقترضين تقديم بعض الضمانات المطلوبة للحصول على قرض أو كاملها، قد تخشى البنوك ومؤسسات الإقراض الأخرى غير المصرفية من أن يتم رهن نفس الضمان لأخذ قروض أخرى من مؤسسات مالية أخرى، وفي حالة التخلف عن السداد، تصبح الضمانة عديمة الفائدة، حيث قد يكون هناك بالفعل مطالبة ذات أولوية بهذه الضمانة.

ولمعالجة حدوث هذه الحالة، تنصح سلطة النقد بإجراء دراسة جدوى لتطوير برنامج تصنيف مركزي للضمانات يمكن لمؤسسات الإقراض الاستفادة منه إلكترونيا، للتحقق مما إذا كانت مؤسسات إقراض أخرى قد قامت بتأمين ضمان القرض بالفعل.

الإجراء 20: تقييم جدوى إنشاء قاعدة بيانات مركزية للخسائر لتستخدمها شركات التأمين لضمان القروض المقدمة حصرا للقطاعات المقصاة

يعد التأمين ضد مخاطر الاكتتاب مصدر قلق نظرا لقلّة البيانات المتوفرة عن بعض شرائح المجتمع غير المشمولة بالخدمات. لذا، تحجم شركات التأمين عن خدمة هذه الفئة من العملاء. قد يكون

لدى شركات التأمين التكنولوجي حلول لتوسيع نطاق التأمين ليشمل مثل هذه القطاعات. ومع ذلك، فإنها تفتقر إلى البيانات التاريخية التي غالباً ما تبقى لدى شركات التأمين القائمة. يمكن أن تعمل لجنة المنتجات المالية المبتكرة (بموافقة اللجنة الفنية) مع هيئة سوق رأس المال وجمعية التأمين والهيئات الحكومية التي تجمع البيانات، على تقييم جدوى إطلاق قاعدة بيانات مركزية للمخاطر تسجل الخسائر وحالات المخاطر، ومطالبات التأمين، ومصادر البيانات الأخرى التي قد يتبين أنها هامة لشركات التأمين التكنولوجي الجديدة أو لشركات التأمين الحالية التي تتبنى توجهات حديثة. يمكن أن تتضمن البيانات مصادر متنوعة مثل:

- مطالبات التأمين التي تبرز طبيعة الخسارة وقيمة مدفوعات التأمين. ويمكن توفير البيانات دون ذكر مصدرها ويمكن إتاحة الوصول إليها لكافة العاملين في صناعة التأمين لمساعدتهم على توفير ضمانات للاكتتاب.
- سجلات الشرطة التي تظهر بيانات اقتحام المنازل أو سرقة السيارات مصنفة بحسب المنطقة، أو أنواع الضحايا، ... إلخ.
- بيانات سيارات الإسعاف، مع تحديد المناطق التي لديها أعلى نسبة نداءات ولأي مرض.
- بيانات الحوادث التي توضح عدد الحوادث في فترة معينة لكل محافظة وعلى مستوى تفصيلي وطبيعة الحوادث.
- سجلات المستشفيات التي توضح أكثر الأمراض شيوعاً وأي مرض يسبب الوفاة، ... إلخ.
- معدلات تلف المحاصيل وضعفها للمزارعين بحسب المنطقة والبيانات الديموغرافية للمزارع.

إذا كان من المجدي إنشاء قاعدة بيانات مركزية للخسائر، يجب على مجموعة العمل تحديد أفضل هيكل للمؤسسة التي ستتولى إدارة قاعدة البيانات هذه والحفاظ على استمراريتها. يجب تطوير طريقة تتيح ربط شركات التأمين وشركات التأمين التكنولوجي مباشرة بقاعدة البيانات هذه (لأغراض ضمان الاكتتاب) عبر واجهات برمجة التطبيقات.

الإجراء 21: اليقين القانوني والتنظيمي بشأن قبول التوقيع الإلكتروني وضم العملاء رقمياً (وفحص اعرف عميلك)

كما هو موضح في التقرير، تتطلع سلطة النقد الفلسطينية إلى تطوير قاعدة بيانات "اعرف عميلك" التي ستسمح للمؤسسات المالية بتسهيل انضمام العملاء رقمياً دون مطالبة العميل بزيارة أحد الفروع لفحص وثائقه. ستتمكن المؤسسات المالية من الاعتماد على قاعدة بيانات واحدة تديرها سلطة النقد الفلسطينية للتحقق من عملائها.

علاوة على ذلك، قامت سلطة النقد بتحديث قوانين مكافحة غسل الأموال بما يسمح بضم العملاء رقمياً. مع ذلك، من الناحية العملية، فإن المؤسسات المالية المختلفة تفسر القوانين بشكل مختلف. على سبيل المثال، من الشائع أن تطلب الهيئات التنظيمية عمل إجراءات العناية الواجبة المعززة عند ضم العملاء (خاصة لأول مرة)، عن بُعد. قد تقوم بعض المؤسسات المالية بتفسير القوانين بفرض إجراءات صارمة أكثر من غيرها وقد ترى أن الطريقة الوحيدة للائتمان لها أن تطلب من العميل الحضور إلى أحد فروعها للتحقق من هويته.

بالإضافة إلى ذلك، حتى لو كان القانون واضحا ومفسرا بشكل سليم، أشار بعض المبحوثين بمسح جانب العرض أن المحاكم لا تعترف في بعض الحالات بالتوقيع الإلكتروني، ما يبطل العقد بين المؤسسة المالية والعميل.

تنصح كل من سلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال بتقديم الإرشاد والتوجيه التنظيمي حول التفسير الصحيح لـ اعرف عميلك وتنظيم التوقيع الإلكتروني وإعطاء أمثلة على الممارسات المثلى وغير المثلى عند ضم العملاء عن بُعد، أو التحقق من هويتهم لأغراض إتمام المعاملات، عن بُعد. كما تنصح الهيئات التنظيمية بالاطلاع على تشريعات المنظومة القضائية لفهم كيف يتوجب تفسير قوانين اعرف عميلك والتوقيع الإلكتروني والعواقب غير المقصودة الناتجة عن تفسير القضاة وقضاة الصلح للقوانين بصورة غير صحيحة أو بصرامة. إذا لزم الأمر، يمكن للجهات التنظيمية التعاون مع المحاكم بإعداد وثيقة إرشادية لمساعدتها على تفسير اللوائح والقوانين بشكل صحيح.

7-2 تمكين تطوير المنظومة البيئية للتكنولوجيا المالية والتمويل البديل

أثبتت التجارب العالمية أن شركات التكنولوجيا المالية الناشئة أقدر من غيرها في بعض الحالات على الوصول الى الفئات غير المشمولة والمهمشة كالنساء والشباب. إذ لديها وسائلها لتجاوز المعوقات التي يصعب على الشركات المالية التقليدية التغلب عليها. كما أنها تبرع في إيجاد حلول خلاقية لمواجهة تحدي الإقصاء المالي بفضل قلة قيودها والمرونة والسرعة التي تتمتع بها.

تواجه شركات الخدمات المالية الكبيرة والأكثر تقليدية في عملها، تحديات عديدة كالأنظمة التقليدية، والآليات المعقدة للموافقات والخوف من تعريض أعمال تجارية مالية تبلي جيدا للخطر إذا حاولت دخول أسواق جديدة مجهولة. وقد تكون شريكا أنجح لرياديين التكنولوجيا المالية لقدرتها على الإتيان بحلول تعود بالنفع على جميع الأطراف.

علاوة على ذلك، حتى يتسنى للشركات الريادية في مجال التكنولوجيا المالية حل معضلة الإقصاء المالي والوصول إلى أكبر نسبة ممكنة من التجمعات السكانية المقصاة من الخدمات، لا بد بداية أن تتوسع وتنمو ليتوسع نطاق أعمالهم. وبالرغم من ذلك لن تتمكن هذه الشركات من إطلاق مشاريعها أو حتى توسيعها إذا كانت المنظومة البيئية أقل تطورا مما يتطلبه عملها. وهذا هو الحال بالفعل في فلسطين، فباستثناء عدد قليل من الشركات غير المصرفية المزودة للخدمات المالية، لا يوجد مشاريع تكنولوجيا مالية قوية كفاية نمت من الألف إلى الياء. ويعود ذلك الى عدم وجود بنية تحتية مالية وتكنولوجية متينة داعمة لرواد الأعمال تعينهم على إطلاق مشاريعهم وتوسيعها.

الإجراء 22: على السلطة الفلسطينية دراسة إمكانية تطوير بيئة ممكنة لريادي التكنولوجيا المالية من أجل إطلاق مشاريعهم وتوسيع نطاقها

من أجل تحفيز تطوير منظومة بيئية عضوية داعمة للتكنولوجيا المالية توصى وزارة الاقتصاد أو مكتب الرئاسة أو المجلس الأعلى بالعمل على إيجاد الوسائل التي من شأنها أن تساعد على ازدهار أعمال

الشركات الريادية في قطاع التكنولوجيا المالية في فلسطين. ويمكن العمل على ذلك من خلال عدة طرق:

- أولاً: توفير منح تمويلية لمشاريع التكنولوجيا المالية الريادية التي تستوفي معايير محددة (كتطوير منتجات تعمل على رفع مستويات الشمول المالي).
- ثانياً: توفير حوافز ضريبية تشجيعية لشركات التكنولوجيا المالية الناشئة. كإعفاء الشركة أو موظفيها من الضرائب خلال السنوات الأولى من التأسيس ما سيسقطب المزيد من رواد الأعمال.
- ثالثاً: تقديم حوافز للمستثمرين من الأفراد للاستثمار في مشاريع التكنولوجيا المالية التي تسعى للتصدي لتحدي الإقصاء المالي. وقد تكون تلك الحوافز على صورة إعفاءات ضريبية.
- رابعاً: العمل على إنشاء حقائق للتكنولوجيا المالية مخصصة للشركات الناشئة (ويفضل أن تكون للشركات التي تعمل على حل مشكلة الإقصاء المالي) حيث يمكن لمرطادي هذه الحقائق استخدام المساحات المكتبية منخفضة التكلفة، والوصول إلى الخدمات التكنولوجية كالتطبيقات السحابية وتطبيقات الخدمات المالية مثل بوابات الدفع، والدعم الفني، والاستشارات والإعفاءات الضريبية المذكورة أعلاه. قد يساعد جمع الرياديين تحت سقف واحد في توليد أفكار خلاقة وخلق أجواء تنافسية تساعد على الابتكار وخلق أفكار جديدة تسهم في إيجاد حلول حقيقية للاستبعاد المالي باستخدام الوسائل الرقمية.
- خامساً: تقديم حزم تحفيزية لجذب الشركات الريادية الأجنبية للاستثمار في مشاريع جديدة أو توسيع رقعة مشروعاتها التي لاقت نجاحاً في دولة أخرى.

يمكن أن تكون الدراسة المقترحة، دراسة رسمية، لاستكشاف الممارسات المثلى العالمية والمحلية الرامية لتحفيز تطوير مشاريع ريادية في قطاع التكنولوجيا المالية. ويمكن أن تتضمن الدراسة مقترحات بتنظيم زيارات لدول أخرى وعقد جلسات نقاش مع شركات تكنولوجيا مالية ناشئة. كما يمكنها أن تستعرض الممارسات المثلى وتقدم توصيات للسلطة الفلسطينية حول الإجراءات القابلة للتنفيذ لتحفيز ازدهار الشركات الريادية المحلية في قطاع التكنولوجيا المالية.

الإجراء 23: تيسير الشراكات بين شركات التكنولوجيا المالية الريادية والشركات المزودة القائمة

تجاهد شركات التكنولوجيا المالية القائمة لابتكار وإطلاق منتجات وخدمات ثورية غير تقليدية (disruptive products) يمكنها القضاء على مشكلة الإقصاء المالي. بينما تكد الشركات الريادية بدورها للحصول على تراخيص من الهيئات التنظيمية، وكسب عملاء، ويعوزها الموارد المالية. تعد علاقات التعاون الطريقة المثلى والأسرع لهذه الدولة لتقوم فيها خدمات مالية جديدة قادرة على التغلب على إشكالية الإقصاء المالي. بالرغم من ذلك، تجد الشركات الريادية صعوبة بالغة في التعاون مع الشركات المزودة القائمة، والعكس صحيح، حيث يواجه المزودون صعوبة في إيجاد مشاريع ممكن تطويرها وقائمة على أسس صلبة ويمكن الاعتماد على نجاحها في تقديم الخدمات دون تعرضها لخطر إغلاق أعمالها.

أسس فريق عمل مختص بمجال التكنولوجيا المالية من مختلف أصحاب المصلحة، شمل مجتمع الرياديين، والشركات المزودة القائمة، والهيئات التنظيمية. ويجتمع الفريق للتداول واستكشاف كيفية تطوير المنظومة البيئية للتكنولوجيا المالية في فلسطين بما ينعكس على الشمول المالي والشمول المالي

الرقمي. يبرز مسح جانب العرض أن نشأة شركات التكنولوجيا المالية الجديدة، بمنظور الشركات القائمة هي فرصة، لأن الأخيرة تستطيع عقد شراكات مع مثل هذه الشركات لتوسيع أسواقها.

بمقدور فريق العمل إطلاق خدمة لتشبيك وربط الشركات القائمة بمشاريع التكنولوجيا المالية المناسبة، أو العكس. بمجرد إتمام عملية الربط، يمكن أن يوفر فريق العمل المختص تسهيلات إضافية، كإنشاء منصة (مثل منصة خدمات التكنولوجيا المالية Galaxy) تتيح للشركات القائمة والناشئة اختبار حلول جديدة باستخدام واجهات برمجة التطبيقات.

الإجراء 24: إسناد صوت وتأثير مجتمع رياديي التكنولوجيا المالية من خلال تأسيس جمعية/اتحاد خاص به

في الظروف الحالية تعمل الهيئات التنظيمية مع الشركات بشكل فردي لفهم احتياجاتها الخاصة، والفرص المتاحة أمامها، وما يواجهها من تحديات. ولا تعتبر ظروف إحدى شركات التكنولوجيا المالية ممثلة لظروف جميع مشاريع التكنولوجيا المالية الأخرى. ما يضطر الهيئات التنظيمية للعمل مع العديد من مشاريع التكنولوجيا المالية قبل تحديد القضايا المشتركة، والتي تساعد على فهم التحديات والحواجز التي تواجهها هذه الشركات.

وينطبق ذلك على الشركات القائمة، التي يجب أن تتعامل مع شركات التكنولوجيا المالية الناشئة بشكل فردي حتى تبني تصورا للفرص التي تقدمها.

إن تشكيل جمعية/اتحاد خاص بشركات التكنولوجيا المالية ممثل لجميع أعضاء قطاع التكنولوجيا المالية، سيمد القطاع بالقوة والتأثير عند الدخول في حوار مفتوح مع الهيئات التنظيمية، والسلطة الفلسطينية، والشركات القائمة. كما سيكون القطاع أكثر فعالية في تحريك حملات مناصرة للمساعدة في تغيير البيئة المحيطة وجعلها ملائمة أكثر لإطلاق مشاريع التكنولوجيا المالية الجديدة وتوسعها.

لدى المسرعات الإمكانيات اللازمة للمساعدة في تأسيس مثل هذه الجمعية/الاتحاد ويمكن الاستفادة من تمويل المانحين لتوفير الدعم الفني والمالي الأولي لتحريك الأمور على أرض الواقع.

الإجراء 25: بناء قدرات المسرعات والحاضنات ومجتمع المستثمرين

حتى تتمكن المسرعات والحاضنات من توفير الدعم بالمستوى المطلوب لريادي التكنولوجيا المالية، يجب أن يكون لديها القدرات، والمعارف، والمهارات الكافية. وينطبق الشيء نفسه على مجتمع المستثمرين، الذين يحتاجون إلى فهم كل ما يحيط بقطاع التكنولوجيا المالية، وإمكاناتها ومخاطرها، حتى يتمكنوا من اتخاذ قرار استثماري مستند إلى المعرفة.

فمن شأن تزويد المسرعات والحاضنات بالمعارف المتعلقة بالتكنولوجيا المالية، أن يسهل عملها في دعم شركات التكنولوجيا المالية الناشئة والصاعدة منها بصورة أفضل. إذا تم تأسيس جمعية/اتحاد خاص بالقطاع، فهو الكيان الأمثل لتنظيم مثل هذا التدريب. وفي حالة لم يرى هذا الكيان النور، يمكن للوكالات المانحة أن تطلق برنامجا خاصا لتوفير هذا التدريب وتحسين المهارات.

3. الخلاصة

استنادا لنموذج كاباكوفا وبلاكسينكوف 2018 المستخدم كمرجع لاستخلاص النتائج من البيانات والبحث، يمكن تفسير الحالة الفلسطينية من خلال تركيبة الإقصاء المالي الأولى، حيث هناك بيئة متطورة تكنولوجيا وسياسيا، لكنها تتزامن مع تدني مستويات التنمية الاجتماعية والاقتصادية. ذلك أن هذه العوامل مجتمعة تفسر استمرار ارتفاع مستويات الإقصاء المالي. فقد أفاد ما يقرب من نصف عينة البحث أنهم عاطلون عن العمل (بأشكال مختلفة). كما أن نسبة كبيرة من سكان فلسطين في مرحلة الشباب (18-24 عاما)، وكلا العاملين يؤديان لقلّة المال. وقد أشار المبحوثون إلى الفقر باعتباره السبب الرئيس لعدم امتلاكهم أو عدم رغبتهم فتح حساب للخدمات المالية. بالطبع الإشكاليات المتعلقة بالوضع الاقتصادي أكثر جسامة ولن يساعد توفير الخدمات المالية الرقمية فقط بحلها، نظرا للبيئة السياسية المعقدة في فلسطين والتي تسهم في سوء الأوضاع الاقتصادية. وهي إشكالية صعبة الحل. برغم ذلك، يمكن أن تساهم الخدمات المالية الرقمية، إلى حد ما، بإيجاد حلول لعدد من العوامل الاجتماعية والديموغرافية. ويمكن التعويل على حقيقة أن فلسطين لديها بيئة تكنولوجية وسياساتية متطورة (لا يقصد الوضع السياسي بحد ذاته وإنما السياسات الحكومية والتنظيمية) فهي عوامل يمكن للشمول المالي والشمول الرقمي البناء عليها.

على الصعيد العالمي، أدى ظهور جائحة كوفيد-19 إلى تسريع استخدام الخدمات المالية الرقمية. لكن لم يكن هذا هو الحال في فلسطين. فلم يرتفع استخدام القنوات المصرفية التقليدية أو المقدمة عبر الهاتف المحمول أو الإنترنت لدى نسبة كبيرة من السكان (تتجاوز 87% من كل فئة). مع ذلك، يظهر المسح اتجاها إيجابيا، فمن المحتم أن يكون هناك طلب على الخدمات المالية الرقمية في المستقبل، حيث يعتقد أكثر من 50% من المبحوثين أنهم سيستخدمون الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والهاتف المحمول في المستقبل القريب ويعتقد 49% أن هناك ارتفاع في الطلب على تسهيلات دفع الفواتير عبر الهواتف المحمولة. وسيلجأ 33% للحصول على دورات تثقيفية مالية عبر الإنترنت، ويشعر 38% بأن الطلب على المدفوعات المباشرة لأطراف ثالثة سيزداد في المستقبل. يعتقد 27% أن الدفع برمز الاستجابة السريعة QR سيصبح أداة مفيدة، و30% يستخدمون نقاط البيع كتسهيلات ائتمانية (أو "اشترى الآن ادفع لاحقا").

فالعامل الاجتماعي-الديموغرافي يمكن معالجته بالمعرفة المالية، بما في ذلك الثقافة المالية الرقمية. فالثقافة المالية للأفراد خارج المنظومة المالية، غالبا ما تكون دون ثقافة ودراية من هم جزء من المنظومة المالية الرسمية. يعتمد الناس على الأصدقاء والعائلة كمصدر أساسي للمعلومات أو المشورة بشأن الخدمات المالية (31.4% من المبحوثين)، بدلا من استقاء معلوماتهم من المؤسسات المالية أو المصادر الرسمية الأخرى كالحكومة. وتبين الدراسة المسحية لجانب الطلب أن مستويات المعرفة والدراية المالية ليست منخفضة للغاية في الأساس. فمستويات المتعلمين مرتفعة نسبيا، فنسبة من أفادوا من المبحوثين أنهم أميون لا تتجاوز 2.03% فقط، بينما 18.4% من السكان حاصلون على إحدى الشهادات العلمية الأولى. بينما النسبة الأكبر (29.3%) أجابت بأنها أنهت تعليم المرحلة الثانوية.

هناك حجة لتوعية الناس بفوائد امتلاك حساب للخدمات المالية وأن يكونوا قادرين على الاستفادة من المنتجات المالية. على سبيل المثال لا الحصر، حتى الفرد العاطل عن العمل يمكن أن يستفيد من امتلاك حساب مصرفي. فمن حق المواطنين الحصول على حساب مصرفي أساسي ومجاني حتى دون أي ودائع أو مدخرات، ويمكن للفرد الاستفادة بطرق عديدة من هذا الحساب الأساسي. على سبيل المثال، يمكن للبنك توفير توعية مالية من خلال منصة على شبكة الإنترنت أو عبر قنوات الهاتف المحمول لأصحاب الحسابات، أو أداة لإدارة الحسابات، وبإستطاعته إدارة المنح أو استحقاقات البطالة أو التقاعد لتولد فائضا في الأرباح لتغطية النفقات الطارئة أو الادخار للمستقبل. يمكن أن تساعد المعرفة والثقافة المالية في حمل الأفراد غير المتعاملين مع البنوك أو الذين يعانون من نقص الخدمات المصرفية على الاندماج أكثر في القطاع المالي وجني الفوائد العديدة التي يقدمها.

وتعد جمعيات الادخار غير الرسمية قناة الادخار الرئيسية، حيث يعتمد المبحوثون على الأصدقاء والعائلة للحصول على قروض قصيرة وطويلة الأجل. باستثناء التأمين الصحي (المدعوم بشكل أساسي من الحكومة)، والتأمين الإلزامي على المركبات، لا يعد التأمين منتجا شائع الاستخدام. فقرابة 1.4% فقط من المبحوثين يمتلكون تأمين منزلي و1.9% لديهم نوع من أنواع التأمين على الحياة، ما يجعل النسبة المتبقية غير المؤمنة عرضة للتعرض لظروف مالية صعبة. ويعزى السبب الرئيسي لانخفاض معدلات انتشار التأمين إلى ارتفاع تكاليف منتجاته. وأشار عدد آخر من المبحوثين إلى أن تأخير دفع المطالبات أو تهرب بعض شركات التأمين من الدفع هو سبب رئيسي آخر لعدم اقتناع المبحوثين بفوائد التأمين. ومن الاعتبارات الرئيسية المؤثرة في قرار الشراء لدى العملاء، معرفتهم أن المنتج أو الخدمة تلبي احتياجاتهم، هذا بالإضافة لسمعة الشركة المزودة للخدمات المالية والتي تعد أمرا مهما للغاية.

تتمتع فلسطين بقطاع تكنولوجي متطور، مع انتشار واسع لخدمات الإنترنت والهاتف المحمول. تقوم المؤسسات المالية بطرح قنوات مالية رقمية في السوق، واستخدام المحافظ الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والإنترنت أخذ في الازدياد. كما أفادت جميع شركات جانب العرض، باستثناء شركات الرهن العقاري، أنها تنفذ شكلا من أشكال التحول الرقمي. وغالبا ما تكون هذه الجهود بهدف تحسين الكفاءة، والتي يمكن أن تساعد في خفض التكاليف وعرض خدمات مالية أقل تكلفة، أو تحسين خدمة العملاء. الغريب أن 60% من مبحوثي جانب العرض لم يشعروا بأن نقص المهارات الرقمية في البلاد يعوق عملهم.

ترى الشركات القائمة أنها قد تستفيد من إمكانيات التعاون مع شركات التكنولوجيا المالية الجديدة. فهم يدركون ما يتيح ذلك من فرصة لاستهداف أسواق معينة يصعب التعامل معها (حيث يمكن لشركات التكنولوجيا المالية النجاح)، وأن هذه العملية ستضيف لشركاتهم مصادر إيرادات جديدة. ناهيك أن الشركات القائمة نفسها تعمل على إطلاق مشاريع تكنولوجيا مالية لتتمكن من دخول هذه الأسواق غير المستغلة بشكل مباشر.

منذ أن أصدرت سلطة النقد الفلسطينية قانونا جديدا بشأن المدفوعات الرقمية، دخلت خمس شركات دفع قائمة على التكنولوجيا المالية إلى السوق الفلسطينية، توفر للعملاء إمكانية إجراء عمليات الدفع عبر الإنترنت، كما أن اعتمادها أخذ في الازدياد.

تعد البيئة التنظيمية للقطاع المالي متطورة وتخضع حالياً لمجموعة من التغييرات حتى تتيح دخول شركات التكنولوجيا المالية الجديدة للقطاع. طورت هيئة سوق رأس المال الفلسطينية منصة "ابتكر" (مركز للأفكار الابتكارية)، وستقوم سلطة النقد الفلسطينية بطرح المختبر التنظيمي والذي يتيح اختبار الأفكار الجديدة البعيدة عن البيئة التنظيمية الحالية. أي أن الهيئات التنظيمية قامت بجهود ضخمة وموسعة لبناء قدرات قطاع التكنولوجيا المالية، حتى يتمكن من استيعاب شركات التكنولوجيا المالية الجديدة والتعامل معها بشكل بناء. في حين أن الأطر التنظيمية محكمة ومتينة، أظهرت النتائج أن لوائح محددة مثل نظام اعرف عميلك الإلكتروني eKYC وقوانين التوقيع الإلكتروني، تشكل تحدياً أمام تحقيق الشمول المالي الرقمي واستخدام الخدمات المالية الرقمية. كما تواجه الشركات الناشئة قيوداً تتعلق بكفاية رأس المال المرتفعة ومتطلبات الامتثال والتي قد تمنعها من الوصول إلى السوق، أو ثقلاً مالياً وتشغيلياً، خاصة في المرحلة الأولى من تأسيسها والتي يكون فيها معدل فشل الشركات الناشئة مرتفعاً للغاية. يمكن للهيئات التنظيمية تخفيف المتطلبات التنظيمية التي تعد عائقاً يصعب على الشركات صغيرة الحجم قليلة المخاطر تجاوزه، على أن تعود للتشديد على هذه المتطلبات بمجرد بدء الشركات بالتوسع والنمو.

في فلسطين حالة فريدة من نوعها تسبب الإقصاء المالي. لذلك، هناك حاجة إلى طرق فريدة لتحفيز مستويات أكبر من الشمول المالي وبشكل أكثر تحديداً، الشمول المالي الرقمي. في حين أن دراسات الحالة لبلدان أخرى يمكن أن يكون مفيداً، من الواضح أنه يجب على السلطات الفلسطينية والقطاع الخاص العمل معاً لتحديد الاستراتيجيات الخاصة التي ستعالج ظروفهم الفريدة التي تؤدي إلى الإقصاء.

تقدم مسوح جانب العرض والطلب فرصة فريدة للاطلاع على رؤية المبحوثين حول مسببات الإقصاء المالي. تقدم الإجابات أدلة على السياسات والاستراتيجيات التي يمكن تطويرها من قبل القطاعين العام والخاص لدفع عجلة الشمول المالي الرقمي في فلسطين.

قدم هذا البحث رؤيته حول كيفية تسريع الشمول المالي في فلسطين في المستقبل، مستشرفاً خارطة طريق للمجالات الواجب التركيز عليها وخطط وإجراءات للعمل لتحقيق هذه النتيجة. ويخلص البحث إلى أن التنمية الاقتصادية هي أسرع طريقة لتعزيز مستويات الشمول المالي. قد يكون تعزيز قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة هو المحفز، وحرى بسلطة النقد الفلسطينية وهيئة سوق رأس المال إجراء مسح مماثل يركز على الفجوات التي تواجهها الشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر في الوصول إلى الخدمات المالية. وبمجرد تحديد هذه الفجوات، يمكن البدء بتنفيذ الاستراتيجيات التي يتم التوصل إليها لتعزيز الشمول المالي والشمول الرقمي للشركات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر التي يمكن أن تسهم في خلق فرص العمل وتحفيز النمو الاقتصادي.

يتطلب تحقيق الشمول المالي الرقمي من خلال الخدمات الرقمية، منظومة بيئية معقدة تتضافر فيها جهود جميع ذوي العلاقة لتنفيذ خطط وإجراءات العمل في خطوات متتابعة. قد يساعد وضع استراتيجية وطنية للتكنولوجيا المالية في تنسيق الجهود المتعددة ومساءلة أصحاب العلاقة عن مسؤولياتهم، ما سيسهم في تحقيق النتائج المرجوة على صعيد توسيع الشمول المالي.

كما سيساعد تعزيز المعرفة والثقافة المالية الرقمية واستخدام الخدمات المالية الرقمية على إحراز تقدم على مستوى العوامل الاجتماعية-الديموغرافية. بينما بين التقرير أن العمل جاري بالفعل على تنفيذ العديد من المبادرات لتحسين مستويات المعرفة المالية، يقدم التقرير اقتراحات إضافية لأفكار لا تعزز من المعرفة والثقافة المالية فحسب، بل تتناول سبل تعزيز المعرفة بالخدمات الرقمية أيضا.

في حين أن الأفراد المقصين ماليا هم خارج المنظومة المالية الرسمية، إلا أنهم يبقون بحاجة لنظام يمكنهم من إجراء بعض المعاملات المالية اليومية. وفي الغالب، يلجؤون لقنوات غير رسمية لإتمام هذه المعاملات. فإذا كان بالإمكان رسمنة هذه القنوات، هناك فرصة محتملة لتسريع إدماجهم بالمنظومة المالية.

على جانب العرض، من الجلي أن هناك معيقات وحواجز مرتبطة ببيئة العمل. يمكن لمعالجتها أن يسهل على هذه الشركات تطوير منتجات وخدمات مالية رقمية لاستخدام الفئات المهمشة والمقصاة. يتعين على صانعي السياسات النظر في هذه المعيقات والعمل مع القطاع المالي وشركات التكنولوجيا المالية الجديدة، على تذليل هذه المعيقات أو إنهاء وجودها كليا. ومن شأن إدخال تطويرات إضافية على البنية التحتية (مثل تعزيز نظام التصنيف الائتماني وإنشاء سجل للضمانات) أن يساعد في هذه العملية.

تواجه الشركات القائمة المزودة للخدمات في العديد من الحالات بعض الإشكاليات التي تعيق وصولها إلى المجتمعات المحلية المقصاة وغير المشمولة بالخدمات. بينما لدى شركات التكنولوجيا المالية الجديدة طرق مبتكرة لإدماج هذه الشرائح قائمة على التقنيات المالية ونماذج الأعمال المبتكرة. لكي تنجح هذه الشركات وتحدث فرقا حقيقيا، فإنها تحتاج إلى بيئة مواتية تسهل إطلاق مشاريع التكنولوجيا المالية وتدعم توسعها. تلعب الحكومة والهيئات التنظيمية دورا محوريا في هذا الشأن؛ ومع ذلك، فإن الشركات القائمة لها أيضا دور تلعبه بتسهيل دخولها في شراكات مع شركات التكنولوجيا المالية الناشئة تنعكس إيجابا على الطرفين.

بشكل عام، إذا تعاونت جميع الأطراف الفاعلة في المنظومة البيئية ونسقت جهودها لتنفيذ خطط العمل المقترحة في هذا التقرير، هناك احتمال كبير بأن تنجح في رفع مستويات الشمول المالي بنسبة تتجاوز الـ 50% المستهدفة.

قائمة المراجع

Board of the Governors of the Federal Reserve System, May 2019, Report on the Economic Well-Being of U.S. Households in 2018 available at <https://www.federalreserve.gov/publications/files/2018-report-economic-well-being-us-households-201905.pdf> Page 2- 3

Coffinet, Jerome, and Jadeau, Christopher, Bank of France, May 2017, Household financial exclusion in the Eurozone: the contribution of the Household Finance and Consumption survey, Bank of International Settlements, available at <https://www.bis.org/ifc/publ/ifcb46o.pdf>

Ibaid, Muath, April 2021, Digital Government in the State of Palestine: Strategies & Recommendations: A Report prepared for the UNDP/PAPP, Mossavar-Rahman Center for Business & Government, Harvard Kennedy School, available at https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/Final_AWP_166.pdf

Kabakova, O. and Plaksenkov, E, 2018, Analysis of factors affecting financial inclusion: Ecosystem view Journal of Business Research (2019), <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.066>

Karpowski, M. I. (2014). Financial inclusion, growth, and inequality: A model application to Colombia (no. 14-166). International Monetary Fund.
OECD, 2021, Digital Delivery of Financial Education: Design and Practice, available at <https://www.oecd.org/financial/education/Digital-delivery-of-financial-education-design-and-practice.pdf>

Rao, K Sambasive, Baza, Andualem Ufo, March 2017, Vol. 87, No. 1, Barriers to Access to and Usage of Financial Services in Ethiopia, India, Macrothink Institute, Business & Economic Research,

Sahay, R., Eriksson von Allmen, U, Lahreche, A., Khera, P., Odawa. S., Bazarbash, M., and Beaton, K. (2020). The Promise of Fintech: Financial Inclusion in the Post Covid-19 Era. (No. 20/09) International Monetary Fund

Santosdiaz, Richie, 29 June 2022, Buy Now Pay Later (BNPL) Landscape in the Middle East and Africa, The Fintech Times, found at <https://thefintechtimes.com/buy-now-pay-later-bnpl-landscape-in-the-middle-east-and-africa/>

Tok, Y. W., Heng, D. (2022). Fintech: Financial Inclusion or Exclusion? Working paper 22/80. International Monetary Fund.

The World Bank, Article, 21 July 2022, COVID-19 Boosted the Adoption of Digital Financial Services, available at <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2022/07/21/covid-19-boosted-the-adoption-of-digital-financial-services>

ملحق

أ - الطلب المستقبلي على المنتجات والخدمات المالية الرقمية موزعة بحسب الملف الديموغرافي

أعلى نسبة	العامل الأكثر أهمية	الملف التعريفي للمبحوثين بالمسوح	
56.70%	دفع الفواتير عن طريق الهاتف المحمول	ذكور	النوع الاجتماعي
44.60%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	الإناث	
58.60%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	18 - 24 عاما	الفئات العمرية
54.50%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	25 - 29 عاما	
57.50%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	30 - 34 عاما	
52.80%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	35 - 39 عاما	
52.30%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	40 - 44 عاما	
43%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	45 - 49 عاما	
45.90%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	50 - 54 عاما	
39.60%	دفع الفواتير عن طريق الهاتف المحمول	55 - 59 عاما	
36.80%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	60 - 64 عاما	
21%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	65 عاما فما فوق	

أعلى نسبة	العامل الأكثر أهمية	الملف التعريفي للمبحوثين بالمسوح	
17.60%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	أمي (غير متعلم)	أعلى مؤهل أكاديمي
21.30%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	يجيد القراءة والكتابة	
35.20%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	المرحلة الابتدائية	
46.40%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	المرحلة الإعدادية	
57.10%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	المرحلة الثانوية	
59.40%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	شهادة دبلوم جامعي	
61.90%	دفع الفواتير عن طريق الهاتف المحمول	الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس/بكالوريوس علوم)	
54.30%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	شهادة دبلوم عالي	
65.30%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	الشهادة الجامعية الثانية (الماجستير)	
76.50%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	الشهادة الجامعية الثالثة (الدكتوراة)	

أعلى نسبة	العامل الأكثر أهمية	الملف التعريفي للمبحوثين بالمسوح	
60.10%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	موظف بأجر في القطاع الخاص	الحالة الوظيفية
64.90%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	موظف بأجر في القطاع الحكومي (القطاع العام)	
51.10%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	موظف بأجر في منظمة غير حكومية	
63.40%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	عامل بأجر في إسرائيل والمستوطنات	
54.50%	الدفع عبر رمز الاستجابة السريع (QR)	موظف بأجر في منظمة دولية	
61.30%	الحصول على بوليصة التأمين من خلال المنصات الإلكترونية	موظف بأجر لدى حكومة أجنبية	
56.20%	دورات مالية تعليمية عبر الإنترنت لمساعدتي على زيادة معرفتي وثقافتي المالية	موظف براتب في وكالة الأونروا	
60.60%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	أعمل لحسابي الخاص	
65.60%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	صاحب العمل	
50.90%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	فرد من العائلة يعمل بلا أجر	
47.70%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	لا أعمل، أبحث عن عمل	
42.20%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	لا أعمل، متقاعدة	
63.20%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	لا أعمل، طالب/ة	
41.10%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	لا أعمل، ربة منزل	
83.40%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	أعمل لحسابي الخاص في إسرائيل والمستوطنات	
78%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	عمال في إسرائيل والمستوطنات	
54%	التطبيقات التي تتيح إمكانية تحويل الأموال من خارج البلاد (عدا البنوك) مثل (ويسترن يونيون)	أعمل طوعية بلا أجر	
19.40%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	لا أعمل بسبب الشيخوخة/المرض	

أعلى نسبة	العامل الأكثر أهمية	الملف التعريفي للمبحوثين بالمسوح	
40.40%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	2000 شيكل أو أقل	دخل الأسرة
46.40%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	ما بين 2001 - 2500 شيكل	
53.90%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	ما بين 2501 - 3000 شيكل	
59.60%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	ما بين 3001 - 5000 شيكل	
68.10%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	ما بين 5001 - 8000 شيكل	
71.20%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	ما بين 8001 - 12000 شيكل	
79.40%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	أكثر من 12,000 شيكل	
32%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	بلا دخل	
46.40%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	2000 شيكل أو أقل	الدخل الفردي
56.40%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	ما بين 2001 - 2500 شيكل	
60.80%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	ما بين 2501 - 3000 شيكل	
63.70%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	ما بين 3001 - 5000 شيكل	
75.10%	دفع الفواتير عبر الهاتف المحمول	ما بين 5001 - 8000 شيكل	
78.10%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	ما بين 8,001 - 12,000 شيكل	
95.30%	إمكانية تحويل الأموال مباشرة باستخدام رقم هاتف	أكثر من 12,000 شيكل	
46%	فتح حساب مصرفي وإجراء المعاملات عبر الإنترنت والهاتف المحمول	بلا دخل	