



caec^{2nd}
CONFERENCE

وقائع المؤتمر العلمي الثاني

لكلية الإدارة والاقتصاد جامعة دهوك

تحت عنوان

(نحو بيئة مستدامة واعدة من خلال تمكين وتبني
تقنيات الدفع الإلكتروني وتعزيز الشمول المالي)

برعاية



CBI IQ



UOD.AC



caec.uod.ac
caec.conference@uod.ac

تأثير الانتقال إلى أنظمة الدفع الإلكتروني على تعزيز الشمول المالي: دراسة حالة مصرف الرافدين

أ.م.د. الهام عبدالكريم حسين
الجامعة التقنية الشمالية – الكلية التقنية الادارية
الموصل – قسم تقنيات الاحصاء والعلوماتية
e.a.hussain@ntu.edu.iq

أ.م.د. احمد نجم شيت الشلاوي
الجامعة التقنية الشمالية – الكلية التقنية الادارية
الموصل – قسم تقنيات الاحصاء والعلوماتية
a.n.s.al-shallawi@ntu.edu.iq

هبة لقمان امين
الجامعة التقنية الشمالية – الكلية التقنية الادارية
الموصل – قسم تقنيات الاحصاء والعلوماتية
hebalogmanmaster@ntu.edu.iq

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل العلاقة بين أنظمة الدفع الإلكتروني ومستوى الشمول المالي في العراق، وذلك من خلال التركيز على مجموعة من المتغيرات الوسيطة المتمثلة في: الثقة، وسهولة الاستخدام، والوعي الرقمي. وقد تم اعتماد مصرف الرافدين كحالة تطبيقية نظراً لاعتماده المتزايد على خدمات الدفع الإلكتروني خلال السنوات الأخيرة، مما يجعله نموذجاً مناسباً لقياس مدى فاعلية هذه الأنظمة في تحقيق الشمول المالي داخل البيئة العراقية.

وتنبع مشكلة البحث من التباين الواضح بين التوسع في خدمات الدفع الإلكتروني من جهة، وضعف الشمول المالي من جهة أخرى في العراق. فعلى الرغم من توفر هذه الخدمات واعتمادها من قبل بعض المؤسسات المالية، إلا أن نسب الاستخدام الفعّال والمستدام لها لا تزال محدودة، ما يثير تساؤلات حول مدى فاعلية هذه الأنظمة في تعزيز الشمول المالي. كما يطرح البحث تساؤلاً محورياً حول ما إذا كانت متغيرات مثل الثقة، وسهولة الاستخدام، والوعي الرقمي تساهم بدور وسيط في تقوية العلاقة بين الدفع الإلكتروني وتحقيق الشمول المالي، أم أن تأثيرها محدود في هذا السياق.

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تصميم استبيان ميداني وجمع البيانات من عينة مكونة من 30 عميلاً من عملاء مصرف الرافدين، وتم تحليل النتائج باستخدام أداة PROCESS Macro ضمن برنامج SPSS الإحصائي. وقد كشفت نتائج التحليل عن وجود علاقة إيجابية ومباشرة بين استخدام خدمات الدفع الإلكتروني وكل من سهولة الاستخدام والوعي الرقمي لدى المستخدمين. إلا أن المتغيرات الوسيطة الثلاثة (الثقة، سهولة الاستخدام، الوعي الرقمي) لم تُظهر دوراً وسيطاً معنوياً بين الدفع الإلكتروني وتحقيق الشمول المالي، مما يشير إلى أن هذه العوامل، على الرغم من أهميتها، لا تساهم بشكل مباشر في تعزيز الشمول المالي كما كان متوقعاً.

في ضوء النتائج، توصي الدراسة بضرورة العمل على رفع مستوى الثقة بين العملاء ومزودي خدمات الدفع الإلكتروني، من خلال حملات توعية وثقافة رقمي، إلى جانب تطوير البنية التحتية التقنية لضمان استمرارية وسهولة استخدام هذه الخدمات. كما توصي بضرورة دعم الفئات ذات الوعي الرقمي المنخفض وتوفير أدوات تدريبية لتعزيز قدراتهم، بما يساهم في تحقيق شمول مالي أكثر فعالية وانتشاراً.

الكلمات المفتاحية: المتغيرات الوسيطة، الدفع الإلكتروني، الشمول المالي، الوعي الرقمي، ثقة العملاء، الخدمات المصرفية الرقمية.

1. المقدمة

شهدت العقود الأخيرة تحولاً جذرياً في طبيعة الخدمات المالية نتيجة التقدم التكنولوجي، حيث أصبحت أنظمة الدفع الإلكتروني إحدى الركائز الأساسية في بناء اقتصاد رقمي متكامل. وتُعد هذه الأنظمة عاملاً محفزاً لتحقيق الشمول المالي، الذي يُمثل بدوره أحد أهداف التنمية المستدامة، إذ يساهم في تمكين الأفراد والمؤسسات من الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية بطرق ميسرة وآمنة (Bose, et al, 2016).

2. الدراسات السابقة

ظهرت العديد من الدراسات حول الدفع الإلكتروني والشمول المالي لأسباب متعددة تتعلق بالتطور الاقتصادي، والتكنولوجي، والاجتماعي. منها على سبيل المثال لا الحصر ما تناولته الدراسات في ظواهر القرن الحالي في العام (2015) درس (Shah & Dubhashi) العلاقة بين الخدمات المالية الرقمية والشمول المالي في الهند، وأهمية توفير الخدمات المالية للجميع، خاصة في المناطق الريفية، قام الباحثان بمراجعة دراسات ومبادرات أُطلقت من قبل الحكومة والبنك المركزي الهندي لتعزيز الشمول المالي، مستندان إلى بيانات ثانوية، تبين أن الشمول المالي ضروري للنمو الاقتصادي، ويجب دعم البنوك لنشر الوعي وتقديم خدمات مالية ميسورة لتحقيق أهداف خطة النمو الشامل في الهند. وأظهر أن تأثير الدفع الإلكتروني على الشمول المالي يكون ضعيفاً في حال غياب الثقة والمعرفة الرقمية الكافية. وفي العام (2016) عرض (Zins & Weill) دراسة حول دول أفريقيا جنوب الصحراء، وجد فيها الباحثان أن تبني الدفع الرقمي يُعد من العوامل المحفزة للشمول المالي، خاصة إذا ترافقت مع حملات لزيادة الثقة وتعزيز الثقافة المالية. أما في العام (2021) ففي دراسة تحليلية باستخدام نموذج PROCESS وجد (Kim et al) أن سهولة الاستخدام والوعي الرقمي كانا يؤثران على نية استخدام الدفع الإلكتروني، ولكن لم يكن لهما تأثير مباشر على الشمول المالي، وهذه النتيجة تتماشى مع النتائج التي توصل إليها الباحث وفي العام (2025) أكدت دراسة قام بها (Yoke, et al) أن الدفع الإلكتروني يساهم بفعالية في زيادة عدد الأشخاص الذين يتعاملون مع النظام المالي الرسمي، وتيسير المعاملات، وتقليل التكاليف، ما يعزز الشمول المالي خصوصاً بين الفئات الريفية. مما سبق يمكن القول ان غالبية الدراسات تشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الدفع الإلكتروني والشمول المالي، لكن بعضها، خاصة تلك التي استخدمت نماذج تحليل وساطة، بيّنت أن العوامل النفسية والسلوكية مثل الثقة وسهولة الاستخدام قد لا تلعب دوراً وسيطاً واضحاً في كل السياقات.

3. مشكلة البحث

على الرغم من تسارع خطوات التحول الرقمي في القطاع المصرفي العراقي، وتوجه بعض المصارف، مثل مصرف الرافدين، نحو تبني وتوسيع خدمات الدفع الإلكتروني كالمدفوعات عبر البطاقات الذكية، وتطبيقات الهاتف المحمول، والمحافظ الرقمية، إلا أن الأثر الفعلي لهذه الخدمات على تحقيق الشمول المالي لا يزال غير واضح بالشكل الكافي. ويعود ذلك إلى عدد من التحديات المرتبطة بضعف البنية التحتية التكنولوجية، وتدني مستويات الثقة في التعاملات الرقمية، بالإضافة إلى محدودية الوعي والثقافة المالية الرقمية لدى شريحة واسعة من السكان. ومن هنا تبرز مشكلة البحث في ضرورة فهم مدى فاعلية أنظمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي في العراق، مع دراسة الأثر المحتمل لمتغيرات وسيطة مثل الثقة، وسهولة الاستخدام، والوعي الرقمي على هذه العلاقة. (Hussein and Neama, 2025).

4. هدف البحث

من هذا المنطلق، يهدف هذا البحث إلى تحليل العلاقة بين الدفع الإلكتروني والشمول المالي، مع التركيز على الدور الوسيط لمجموعة من المتغيرات الفردية المهمة، وهي: الثقة، سهولة الاستخدام، والوعي الرقمي. إذ تفترض الأدبيات أن هذه العوامل قد تعزز (أو تضعف) تأثير استخدام الدفع الإلكتروني على سلوك الأفراد تجاه الخدمات المالية الرسمية. لتحقيق هذا الهدف، تم اعتماد أداة PROCESS Macro في برنامج SPSS.27 لتحليل نموذج الوساطة واختبار العلاقات بين المتغيرات، وذلك باستخدام بيانات ميدانية من عملاء مصرف الرافدين في العراق.

5. منهجية البحث:

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي- التحليلي، حيث جُمعت البيانات باستخدام استبيان موجه لعملاء مصرف الرافدين. وتم استخدام أداة PROCESS Macro في برنامج SPSS.27 لتحليل البيانات واختبار نماذج الوساطة. عليه فان فرضيات البحث تتكون من ثلاث فرضيات رئيسية وهي :

1. الفرضية الرئيسة الاولى (H1) :

لا تؤثر خصائص الدفع الإلكتروني (الثقة، السهولة، الوعي) تأثيراً معنوياً على استخدام انظمة الدفع الإلكتروني. وتتفرع منها الفرضيات الفرعية :

H1-1 : الثقة ليس لها تأثير معنوي على الدفع الإلكتروني.

H1-2 : السهولة ليس لها تأثير معنوي على الدفع الإلكتروني.

H1-3 : الوعي ليس له تأثير معنوي على الدفع الإلكتروني.

2. الفرضية الرئيسة الثانية (H2):

لا تؤثر أنظمة الدفع الإلكتروني تأثيراً معنوياً على الشمول المالي.

3. الفرضية الرئيسة الثالثة (H3) :

لا توجد علاقة تأثير غير مباشر من خصائص الدفع الإلكتروني (الثقة، السهولة، الوعي) على الشمول المالي من خلال المتغيرات الوسيطة.

وتتفرع منها الفرضيات الفرعية

H3-1 : الثقة لا تتوسط العلاقة بين الدفع الإلكتروني والشمول المالي.

H3-2 : السهولة لا تتوسط العلاقة بين الدفع الإلكتروني والشمول المالي.

H3-3 : الوعي لا يتوسط العلاقة بين الدفع الإلكتروني والشمول المالي.

6. الجانب النظري :

1- الشمول المالي

شهد الشمول المالي اهتماماً متزايداً في الآونة الأخيرة على مستوى مختلف دول العالم، سواء الدول المتقدمة أو النامية، نظراً لدوره الحيوي في دعم الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي. وقد ساهمت الطفرة التكنولوجية، خاصة في مجال البرمجيات، في تسريع وتيرة تعزيز الشمول المالي. وفي ظل التحديات التي تواجهها العديد من الدول العربية، مثل ضعف مؤشرات الشمول المالي وتزايد معدلات الفقر والبطالة، تبرز أهمية التركيز على هذا الملف باعتباره أحد الركائز الأساسية لتحقيق استقرار اقتصادي واجتماعي شامل.

يُعرف الشمول المالي بأنه إتاحة واستخدام كافة الخدمات المالية لكل فئات المجتمع من خلال القنوات الرسمية، مثل الحسابات المصرفية، وخدمات الدفع والتحويل، والتأمين، والتمويل، وغيرها. يهدف الشمول المالي إلى حماية حقوق المستهلكين، وتشجيعهم على إدارة أموالهم بشكل سليم، والابتعاد عن القنوات غير الرسمية التي قد تكون غير آمنة، ويسعى الشمول المالي إلى توسيع فرص الحصول على الخدمات المالية من خلال تحسين جانبي العرض والطلب (Park, 2021).

مصطلح الشمول المالي (Financial Inclusion) لم يظهر بمفهومه الحديث إلا في أواخر القرن العشرين، لكنه بدأ يأخذ طابعاً رسمياً ومنظماً في أوائل القرن الحادي والعشرين، خصوصاً بعد أن لاحظت المؤسسات الدولية أن فئات كبيرة من السكان حول العالم لا تصلها الخدمات المالية الرسمية.

يُعتبر الاقتصادي البنغلاديشي محمد يونس من أوائل من طبقوا فكرة الشمول المالي بشكل عملي من خلال بنك جرامين (Grameen Bank) في سبعينيات القرن العشرين، حيث ركز البنك على تقديم قروض صغيرة للفقراء دون ضمانات، وخاصة للنساء، وهو ما يُعد نموذجاً مبكراً من نماذج الشمول المالي. لاحقاً، تبنت مؤسسات مثل الأمم المتحدة والبنك الدولي والمنتدى الاقتصادي العالمي هذه الأفكار وعملت على توسيعها (M.Veena, 2022).

تطلب تعزيز الشمول المالي العمل على مجموعة من المحاور الأساسية، من أبرزها تقوية البنية التحتية للنظام المالي لضمان سهولة الوصول إلى الخدمات المالية. كما يشكل ضمان حقوق مستخدمي تلك الخدمات وحمايتهم جزءاً مهماً من هذه الجهود. بالإضافة إلى ذلك، من الضروري تطوير منتجات وخدمات مالية متنوعة تتناسب مع احتياجات جميع شرائح المجتمع، بما في ذلك الفئات المهمشة. ويُعد التثقيف المالي أحد الركائز المحورية، حيث يهدف إلى بناء منظومة تعليمية متكاملة في المجال المالي، تبدأ من المراحل الأساسية، بما يساهم في تكوين مجتمع واعٍ وقادر على اتخاذ قرارات مالية سليمة (سعدوني، 2020).

2- أنظمة الدفع الإلكتروني :

تعتبر وسائل الدفع عن الطريقة التي من خلالها يستطيع الأفراد تسوية التزاماتهم أو دفع أثمان السلع والخدمات التي حصلوا عليها وقد تطورت وسائل الدفع عبر العصور، وذلك تبعاً لتطور الحياة الاقتصادية وظروف السوق والتطورات في مجال تكنولوجيا الاتصال، بدأت بنظام المقايضة، ثم ظهرت النقود الورقية وصولاً إلى أنظمة الدفع الإلكترونية التي توجد بأشكال مختلفة مثل البطاقات البنكية التي تتضمن البطاقات الائتمانية وغير الائتمانية بأنواعها، البطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية، النقود الإلكترونية والمحافظ الإلكترونية وأخيراً التحويلات الإلكترونية للأموال (Scarle at al. 2012). هذه الأنظمة الإلكترونية للدفع هي عبارة عن منظومة متكاملة يتم التعامل بها عن طريق شبكة الانترنت عبر بيانات مشفرة بطرق آمنة لتقليل الوقت والجهد في الحصول على الأموال (Daniel, et al, 2011)، تتميز هذه الأنظمة الإلكترونية بخصائص البساطة والوضوح والسرعة والأمان (Scarle at al. 2012).

نتيجة لظهور التجارة الإلكترونية كعامل رئيسي في تنفيذ المعاملات الحديثة، برزت الحاجة إلى وجود وسائل دفع تتماشى مع الطابع الرقمي لهذا النوع من التجارة (Hasan, 2024).

2.1 أنواع أنظمة الدفع الإلكتروني

ظهرت العديد من وسائل الدفع الإلكترونية التي تُعد من أبرز الأدوات المستخدمة لإتمام هذه المعاملات التجارية والتي من أبرزها (مهدي، 2024، PP.3) :

1. البطاقات الائتمانية: (Credit Cards)

تُعد البطاقات الائتمانية من أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداماً، خاصة في المعاملات عبر الإنترنت. وتشمل هذه الفئة بطاقات الائتمان وبطاقات الخصم، إلا أن بطاقات الائتمان تحظى بانتشار أوسع. وتُعد بطاقات مثل Visa و MasterCard من أشهر هذه البطاقات، حيث تُستخدم على نطاق واسع في عمليات الشراء الإلكترونية لما توفره من سهولة وسرعة في الدفع.

2. المحافظ الإلكترونية (E-Wallet)

هي نوع من الحسابات المدفوعة مسبقاً تُخزن فيها البيانات المالية للمستخدم، وتتيح له إجراء عمليات الدفع الإلكتروني بكل سهولة. ومن أبرز الأمثلة على هذه المحافظ PayPal ،: Google Pay ، Apple Pay. تعمل المحفظة الإلكترونية من خلال قيام المستخدم بفتح حساب مصرفي، ثم تحميل تطبيق المحفظة الخاصة بالبنك على هاتفه الذكي. ومن خلال هذا التطبيق يمكنه الدفع للتجار، تحويل الأموال إلى محافظ إلكترونية أخرى، استقبال الأموال، وكذلك دفع الفواتير والقيام بعمليات الصرف.

3. النقود الإلكترونية: (Electronic Money)

تُعتبر النقود الإلكترونية شكلاً حديثاً من أشكال النقود، يتم استخدامها في إجراء المعاملات عبر الإنترنت، وهي تختلف عن العملات التقليدية في كونها رقمية بالكامل ولا وجود مادي لها. وقد عرّفها شركة "إيرنست أند يونغ" بأنها: مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تمكن الرسائل الإلكترونية من أن تقوم مقام التعاملات المالية التقليدية". وبذلك تُعد النقود الإلكترونية نظيراً رقمياً للنقود الورقية أو المعدنية.

4. الدفع عبر الهاتف المحمول: (Mobile Payment)

يُعد الدفع عبر الهاتف الذكي من أسرع وسائل الدفع الإلكتروني انتشاراً، نظراً لسهولة استخدامه وتوفره بشكل دائم مع المستخدم، ما يُسهل عمليات الشراء والدفع المباشر دون الحاجة إلى النقود أو البطاقات البنكية.

3- العلاقة بين الشمول المالي والدفع الإلكتروني :

يمثل الدفع الإلكتروني أداة رئيسية في تحقيق الشمول المالي، وخصوصاً في المجتمعات التي تعاني من محدودية الوصول إلى الخدمات المالية التقليدية ، حيث ان الدفع الإلكتروني يتيح للأفراد والشركات، وخاصة الفئات المهمشة، الوصول إلى الخدمات المالية من خلال الأجهزة الذكية والهواتف المحمولة، مما يقلل من الحاجة إلى الحسابات المصرفية التقليدية و يسهل إجراء المعاملات المالية بشكل أسرع وأكثر كفاءة، بالتالي يقلل من التكاليف المرتبطة بالمعاملات النقدية ويزيد من الشفافية ، هذا يؤدي الى تحقيق الشمول المالي من خلال زيادة الوصول إلى الخدمات المالية، وتسهيل المعاملات المالية، ودعم التجارة الإلكترونية، وتعزيز الثقة في النظام المالي (Ramananda, & Sankharaj, 2015) لذلك فان انظمة الدفع الالكتروني تساهم في تخفيض التكاليف المرتبطة بالمعاملات المالية، وتوفير الوقت، وزيادة الأمان، مما يشجع الناس على استخدامها بدلاً من التعاملات النقدية. كما أنها تفتح المجال أمام الشركات الصغيرة والمتوسطة للوصول إلى أسواق جديدة وخدمات مالية تساعد على النمو. لكن في المقابل، أعتقد أن نجاح هذه العلاقة يتطلب وجود بنية تحتية رقمية قوية، وتوعية مجتمعية حول استخدام هذه الوسائل، بالإضافة إلى ضمان حماية البيانات المالية للمستخدمين. فبدون ذلك، قد تكون هناك فجوة رقمية تعيق تحقيق شمول مالي حقيقي.

لذلك، أرى أن أنظمة الدفع الإلكتروني تُعد أداة فعالة لتعزيز الشمول المالي، ولكن يجب أن تُدعم بسياسات تنظيمية، وتعليم مالي، واستثمار في التكنولوجيا، لتحقيق الأثر المطلوب.

4- المتغيرات الوسيطة بين الدفع الإلكتروني والشمول المالي :

ان تأثير المتغيرات الوسيطة بين علاقة الدفع الإلكتروني والشمول المالي يكمن في دورها كعوامل مساعدة أو معرقلة لتعزيز الشمول المالي من خلال الدفع الإلكتروني. هذه المتغيرات تشمل عوامل متعددة ، في هذا البحث سنتناول بعض منها وهي ثقة العملاء ، إضافة الى سهولة الاستخدام والوعي الرقمي.

أ- ثقة العملاء :

ان الثقة هي حجر الأساس لبناء العلاقة ، وتوجد الثقة عندما يكون كل طرف من اطراف التبادل متأكدًا من مصداقية ونزاهة الطرف الآخر، اذ يعتبر عنصر الثقة جوهر العلاقات التبادلية ، وفي البنوك تعكس ثقة العميل درجة شعوره بالمصداقية اتجاه البنك بجانب الشعور بدرجات اقل من القلق ودرجات اعلى من الراحة (Kidwell et al, 2016).

ب- سهولة الاستخدام :

يُعد الدفع الإلكتروني أسهل وأسرع من الطرق التقليدية للدفع مثل النقد أو الشيكات، ويمثل تقدماً كبيراً في تسهيل الحياة اليومية للناس ، حيث يمكن للأفراد والشركات إجراء المعاملات المالية في أي وقت ومن أي مكان بفضل التطبيقات المصرفية عبر الإنترنت والمحافظ الرقمية (Mohammed et al, 2022)

ج- الوعي الرقمي :

الوعي الرقمي يعني فهم كيفية عمل التقنيات الرقمية واستخدامها بمسؤولية وأمان، وهذا يشمل فهم أهمية الأمان عبر الإنترنت، ومحو الأمية الرقمية، والمواطنة الرقمية . ان الوعي المتكامل لمفهوم الدفع الإلكتروني وكيفية التعامل مع ادواته اصبح إلزاميًا على جميع افراد المجتمع، أن زيادة الوعي الرقمي لدى الأفراد يساهم في تبني واستخدام الدفع الإلكتروني بشكل أكبر (Arilesere, et al, 2021).

7. الجانِب التطبيقِي

في هذا الجزء من البحث، سيتم تناول الجانب العملي من الدراسة والذي يتضمن تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال استمارة الاستبيان المصممة لقياس أثر التحول إلى الدفع الإلكتروني على الشمول المالي، مع الأخذ بعين الاعتبار وجود عدد من المتغيرات الوسيطة التي قد تؤثر على هذه العلاقة. وقد تم نشر الاستبيان الكترونياً للحصول على البيانات من عينة مكونة من عدد من عملاء مصرف الرافدين ، والذين تم اختيارهم من بين المتعاملين مع فروع المصرف، وذلك لقياس آرائهم وتجاربهم مع خدمات الدفع الإلكتروني بهدف الحصول على بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي وعدد المستجيبين للاستمارة (30) عميل.

سيتم تحليل البيانات باستخدام برنامج Process Macro وذلك اعتماداً على طبيعة البيانات ونموذج الدراسة. ويهدف هذا التحليل إلى اختبار الفرضيات الموضوعة وتحديد مدى قوة العلاقة بين المتغير المستقل (انظمة الدفع الإلكتروني) والمتغير التابع (الشمول المالي)، مع تحليل دور المتغيرات الوسيطة التي قد تعزز أو تضعف هذه العلاقة.

1. التحليل الوصفي للبيانات Descriptive Statistics

الجدول التالي يمثل وصف خصائص العينة المستخدمة في جمع البيانات وهي الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة وكما يلي :

جدول (1) السمات الديموغرافية للعينة المبحوثة		
النسبة %	التكرار	الجنس
53%	16	ذكر
47%	14	أنثى
100%	30	المجموع
النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
0%	0	اعدادية و اقل
3%	1	دبلوم فني
20%	6	بكالوريوس
77%	23	دراسات عليا
100%	30	المجموع
النسبة	التكرار	العمر
6%	2	25 سنة و أقل
20%	6	سنة 3 – 26
34%	10	سنة 36 – 45
40%	12	46 سنة واكثر
100%	30	المجموع
النسبة	التكرار	الوظيفة
88%	26	موظف حكومي
0%	0	موظف قطاع خاص
6%	2	اعمال حرة
6 %	2	غير موظف
100%	30	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث

1- الجنس: نلاحظ خلال جدول (1) ان نسبة الذكور في عينة البحث بلغت (53 %) في حين بلغت نسبة الاناث (47 %).

2- حسب العمر: يتضح خلال الجدول (1) ان الفئة العمرية عند (46 سنة وأكثر) هي النسبة الأعلى، اذ بلغت (40 %) بتكرار 12 ، ويشير هذا الى ان اغلب العاملين هم من فئة الذين لديهم خبرة في مجال الحياة ، بينما اقل نسبة فكانت عند الفئة العمرية (25 سنة و اقل)، اذ بلغت (6 %) بتكرار 2 ، وتلي النسبة الاعلى الفتنة التي تتراوح اعمارها (36 – 45 سنة) حيث بلغت (34 %) بتكرار 10، اما الفئة العمرية (26-35 سنة) فقد بلغت نسبتها (20 %) بتكرار 6 .

3- حسب التحصيل الدراسي : يتبين خلال جدول (1) ان نسبة افراد العينة الذين مستوى التحصيل العلمي لديهم (دراسات عليا) هي النسبة الاعلى، اذ بلغت (77 %) بتكرار مقداره (23) ، اما اقل نسبة فقد كانت عند مستوى التعليم (دبلوم فني) اذ بلغت (3 %) ، بتكرار (1) ، بينما نسبة افراد العينة الذين مستوى التحصيل العلمي لديهم (بكالوريوس) فقد بلغت (20 %) بتكرار (6). وافراد العينة الذين لهم تحصيل علمي (اعدادية و اقل) فلم يشاركوا في الاستبيان فكانت نسبتهم (0 %).

2. وصف مستوى اجابات المشاركين

يشير مضمون هذه الفقرة الى وصف متغيرات الدراسة التي تشمل الدفع الالكتروني والشمول المالي اضافة الى متغيرات الدراسة الوسيطة المتمثلة بـ (ثقة العملاء ، سهولة الاستخدام والوعي الرقمي) وكما في الجدول (2) :

الجدول (2) بعض المؤشرات الاحصائية لمتغيرات الدراسة

الأبعاد	المؤشرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شدة الإستجابة %
المتغير المستقل	الدفع الالكتروني	3.58	0.72	20.11	0.72
المتغيرات الوسيطة	ثقة العملاء	3.44	0.62	18.02	0.62
	سهولة الاستخدام	3.82	0.55	14.39	0.55
	الوعي الرقمي	3.21	0.63	19.62	0.63
	الشمول المالي	3.66	0.61	16.66	0.61
المتغير المعتمد					

المصدر : من اعداد الباحث

حيث يتبين من الجدول (2) ان الوسط الحسابي لكافة المتغيرات تتراوح بين (3.21 – 3.82) ، هذا يعني أن استجابات الأفراد تراوحت بين المستوى المتوسط إلى المرتفع، مما يعكس ميلاً إيجابياً نسبياً نحو العبارات المرتبطة بهذه المتغيرات ، اعتماداً على الجدول المعياري لمقياس ليكرت الخماسي.

كما تشير قيم الانحراف المعياري التي تراوحت بين (0.55 – 0.72) إلى وجود تشتت منخفض في استجابات المشاركين، مما يدل على تجانس نسبي في آرائهم. كما تؤكد قيم معامل الاختلاف (14.39% – 20.11%) هذا الاستنتاج، حيث تعكس درجة تباين ضعيفة إلى معتدلة، مما يعزز موثوقية المتوسطات الحسابية لهذه المتغيرات.

3. اختبار الموثوقية Reliability Test

لاختبار الموثوقية يجب اختبار استمارة الاستبانة للتأكد من صدق وثبات فقرات الاستبانة ويتم ذلك من خلال اختبار معامل الثبات Reliability Coefficient

أ- معامل الثبات Reliability Coefficient

يتم حساب معامل الثبات Reliability Coefficient او ما يسمى معامل ثبات ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha باستخدام برنامج (SPSS 27)، الجدول (3) يوضح الابعاد التي تم استخدامها في البحث وعدد المتغيرات التي تناولها كل بعد، فنجد ان الاسئلة التي تخص انظمة الدفع الالكتروني كانت من X1 الى X5، وان الاسئلة حول الشمول المالي كانت X6 لغاية X10 وهكذا لبقية الابعاد.

يتبين من الجدول (3) أن قيمة الفا بصورة عامة تساوي 88% وهو معامل ثبات يتسم بالافضلية، حيث ان النسبة المقبولة احصائيا 60% والافضل بين 70% - 90% (العمرى، 2018). كما ان هذه القيمة لمتغير الدفع الالكتروني تساوي 83%، وتساوي 81% للشمول المالي، وهاتان نسبتان عاليتان، وتساوي 81%، 76%، 83% للمتغيرات الوسيطة ثقة العملاء، سهولة الاستخدام والوعي الرقمي على التوالي. وتساوي 85% للمتغيرات الوسيطة ككل،

الجدول رقم (3) مؤشرات الفا كرونباخ

المتغيرات	الابعاد	المؤشرات	قيمة الفا كرونباخ
المتغير المستقل	انظمة الدفع الالكتروني	X1-X5	83%
المتغير المعتمد	الشمول المالي	X6 – X10	81%
المتغيرات الوسيطة	ثقة العملاء	X11-X13	81%
	سهولة الاستخدام	X14-X16	76%
	الوعي الرقمي	X17-X19	73%
	المتغيرات الوسيطة	X11-X19	85%
	الاستبانة بصورة عامة		88%

المصدر: من اعداد الباحث

تشير قيم معامل الفا كرونباخ التي تراوحت بين 73% الى 88% إلى مستوى ثبات جيد إلى جيد جداً. ويُعد هذا دليلاً على اتساق الفقرات الداخلية لكل متغير، ويعكس صدق وثبات أداة الدراسة.

4. تحليل الارتباط Correlation Analysis

الجدول (4) يبين علاقات الارتباط بين المتغيرات وكما يلي :

جدول (4) : علاقات الارتباط بين المتغيرات

الرقمي الوعي (M3)	سهولة الاستخدام (M2)	ثقة العملاء (M1)	الشمول المالي (y)	الدفع الإلكتروني (x)	
0.44	0.55	0.6	0.67	1	X الدفع الإلكتروني
0.48	0.59	0.66	1		Y الشمول المالي
0.52	0.57	1			M1 ثقة العملاء
0.50	1				M2 سهولة الاستخدام
1					M3 الوعي الرقمي

المصدر : من اعداد الباحث

أظهرت نتائج معامل الارتباط بين المتغيرات المدروسة و المبينة في الجدول (4) والتي تراوحت قيمها بين (0.65 – 0.44)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط متوسطة إلى قوية نسبياً، ويعكس ذلك تداخلاً وتناسقاً منطقيًا بين هذه المتغيرات ضمن إطار الدراسة".

5. تحليل المتغيرات الوسيطة :

تُعد المتغيرات الوسيطة من العوامل المهمة التي تسهم في تفسير العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع. فهي تمثل المتغيرات التي تتوسط هذه العلاقة، وتؤثر في كيفية أو قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع. بمعنى آخر، لا تنتقل تأثيرات المتغير المستقل مباشرة إلى المتغير التابع، بل تمر عبر المتغير الوسيط الذي قد يُعزّز أو يُضعف هذه العلاقة. وفهم الدور الذي تلعبه المتغيرات الوسيطة يساعد في بناء نماذج تفسيرية وتحليلية أكثر دقة، ويكشف عن الآليات أو العمليات التي تفسر تأثير المتغير المستقل على النتائج المرجوة. لذا، فإن دراسة المتغيرات الوسيطة تُعد خطوة ضرورية لفهم العلاقات المعقدة بين المتغيرات في البحوث الاجتماعية والتربوية والإدارية.

1- تأثير انظمة الدفع الإلكتروني على المتغيرات الوسيطة:

الجدول التالي (5) يمثل تأثير الدفع الإلكتروني على كل متغير من المتغيرات الوسيطة ومعنويته الاحصائية، حيث ان المتغيرات الوسيطة التي تمثل (ثقة العملاء ، سهولة الاستخدام ، الوعي الرقمي) تم ترميزها بالرموز M1 , M2 , M3 على التوالي .

الجدول (5): تأثير المتغير المستقل الدفع الإلكتروني على المتغيرات الوسيطة

المتغير الوسيط	B (التأثير)	p-value	المعنوية الإحصائية
M1	0.4301	0.0049	معنوي
M2	0.3628	0.0082	معنوي
M3	0.3122	0.0535	غير معنوي

حيث يتبين ان الدفع الإلكتروني يؤثر بشكل معنوي على المتغيرين M1 و M2 ، لكن تأثيره على M3 غير معنوي بسبب ان القيمة الاحتمالية ($p \approx 0.0535$) اكبر او قريبة من 0.05. هذا يؤدي الى رفض فرضية العدم H1 ، H2 بمعنى وجود تأثير للدفع الإلكتروني على المتغيرات الوسيطة M1، M2 ، وقبول الفرضية H3 التي تتضمن عدم وجود تأثير معنوي للدفع الإلكتروني على المتغير M3 الذي يمثل الوعي الرقمي .

2- تأثير X و M1 و M2 و M3 على الشمول المالي (Y) :

الجدول (6) يبين تأثير كل من المتغير المستقل وهو انظمة الدفع الإلكتروني والمتغيرات الوسيطة المتمثلة بـ (ثقة العملاء وسهولة الاستخدام والوعي الرقمي) على متغير الشمول المالي وكما يلي:

الجدول (6) : تأثير المتغيرات الوسيطة والمتغير المستقل على المتغير المعتمد Y

المتغير	B	p-value	المعنوية
الدفع الإلكتروني (X)	0.6017	0.0001	معنوي قوي جدًا
M1	0.1835	0.2304	غير معنوي
M2	-0.1758	0.3079	غير معنوي
M3	0.0551	0.6828	غير معنوي

من النتائج اعلاه يتبين انه في حال وجود المتغيرات الوسيطة، يبقى تأثير الدفع الإلكتروني على الشمول المالي قويًا ومباشرًا، مما يؤدي ذلك الى ان نرفض الفرضية H4 ، بمعنى ان انظمة الدفع الإلكتروني لها تأثير معنوي على الشمول المالي .

لكن، لا يظهر أي من المتغيرات الوسيطة كعامل وسيط معنوي مما يؤدي الى قبول فرضيات العدم H5 ، H6 ، H7 .

2. التأثيرات غير المباشرة (الوساطة) :

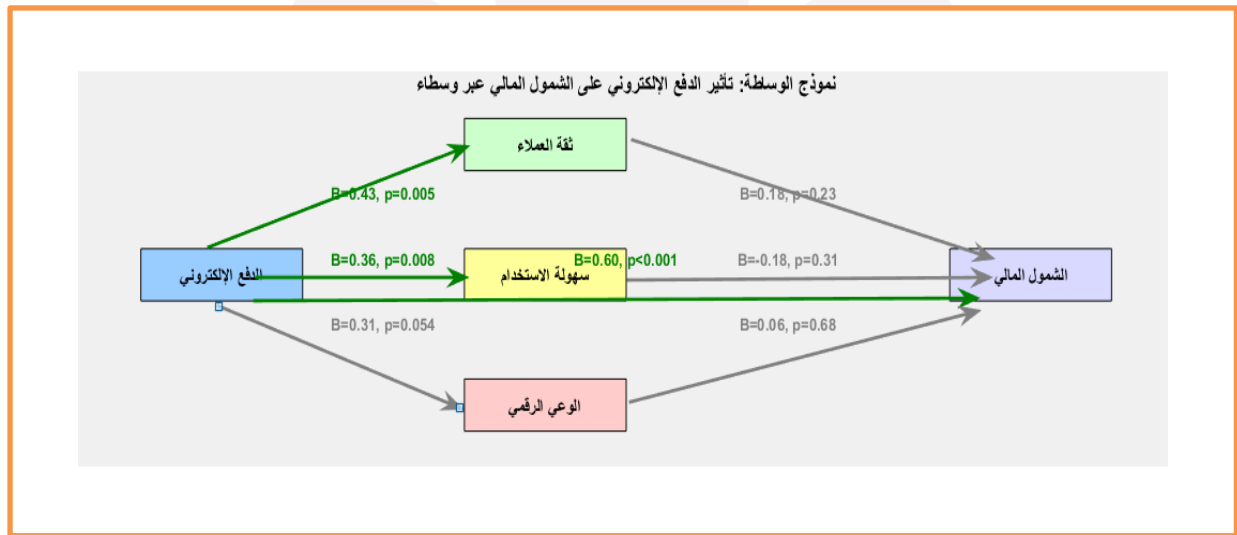
الجدول (7) يبين التأثير غير المباشر للمتغيرات الوسيطة على المتغير المعتمد الشمول المالي Y ، حيث ان التأثير الكلي غير المباشر يساوي 0.0324 بفترة ثقة لـ [BootULCI - BootLCLI] قيمتها [- 0.3518 - 0.1920] وهذا التأثير غير معنوي

لان فترة الثقة تحتوي على الصفر

الجدول (7) : التأثير غير المباشر لكل متغير من المتغيرات الوسيطة على المتغير المعتمد Y

النتيجة	BootULCI	BootLLCI	التأثير	المسار
غير معنوي	0.2557	-0.0439	0.0789	M1عبر
غير معنوي	0.0842	-0.2593	-0.0638	M2عبر
غير معنوي	0.1876	-0.1218	0.0172	M3عبر

حيث تُظهر نتائج الجدول (7) عدم وجود وساطة معنوية لأي من المتغيرات الثلاثة. لأن جميع فترات الثقة تحتوي على الصفر ، هذا يؤدي الى الى قبول فرضية العدم H8 ، اي ان المتغيرات الوسيطة ليس لها تأثير غير مباشر على الشمول المالي. وتشير هذه النتيجة إلى أن العلاقة بين المتغير المستقل والمعتمد هي علاقة مباشرة لا تمر عبر المتغيرات الوسيطة، قد تكون هناك متغيرات وسيطة أخرى مفقودة أكثر فاعلية من تلك التي استخدمت في البحث. والمخطط (1) يبين النتائج اعلاه :



المصدر : من اعداد الباحث

8. الاستنتاجات والتوصيات :

من خلال الجانب التطبيقي تم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات :

أ- الاستنتاجات

- وجود تأثير مباشر معنوي للمتغير المستقل الدفع الالكتروني على المتغير المعتمد الشمول المالي ، نستنتج من ذلك إلى أن العلاقة بينهما قوية نسبياً ولا تعتمد على متغيرات وسيطة، مما يؤكد أهمية الدفع الالكتروني كمحدد رئيسي للشمول المالي في النموذج النظري.
- ارتباط المتغير المستقل الدفع الالكتروني بأتنين من المتغيرات الوسيطة وهما ثقة العملاء و سهولة الاستخدام ، نستنتج ان هذا الارتباط له دلالة معنوية يدل على أن الدفع الالكتروني له تأثير على بعض الأبعاد أو العمليات الداخلية (المتغيرات الوسيطة)، لكنه لا ينتقل منها إلى المتغير المعتمد الشمول المالي .

3. عدم وجود تأثير معنوي للمتغيرات الوسيطة على المتغير المعتمد مما يجعلنا نستنتج الى أن هذه المتغيرات لا تقوم بدور الوسيط الفعلي، ولا تسهم في تفسير العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
4. غياب التأثير غير المباشر وضعف الأثر الكلي للمتغيرات الوسيطة يعكس احتمالية أن تكون العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع علاقة مباشرة بطبيعتها، أو أن هناك متغيرات وسيطة أخرى أكثر فاعلية لم يتم تضمينها في النموذج.
5. الاتساق الداخلي للأداة ألفا كرونباخ عالي (73% – 88%) ، مع تشتت منخفض نسبياً (معامل الاختلاف بين 14% – 20%)،
6. نستنتج من ذلك جودة الأداة البحثية واعتماديتها.

ب - التوصيات :

بناءً على النتائج، يُوصى :

1. دراسة متغيرات بديلة قد تُسهم في تفسير العلاقة بين المتغير المستقل والمعتمد.
2. التركيز عملياً على تعزيز دور المتغير المستقل الذي ثبت تأثيره المباشر.
3. تقييم العوامل الوسيطة غير الفاعلة وتحليل أسباب ضعف تأثيرها.
4. بالنظر الى عدم الاستجابة لاستمارة الاستبيان الالكتروني لذلك فان عينة البحث كانت صغيرة الحجم، نوصي بضرورة توسيع حجم العينة في الأبحاث المستقبلية لتشمل شرائح أوسع وأكثر تنوعاً من العملاء، ذلك سيساهم في تعزيز موثوقية النتائج ودقتها، ويزيد من إمكانية تعميمها على المجتمع المصري العراقي بشكل أوسع.

References

1. سعدوني، م. م. ع. (2020). الشمول المالي وأثره في تحقيق مستهدفات التنمية المستدامة: دراسة تحليلية لواقع الدول العربية. *مجلة البحوث القانونية والاقتصادية*، 52، 197-238.
2. مهدي، ح. ر. (2024). (نطور الدفع الإلكتروني في العراق). البنك المركزي العراقي، دائرة الرقابة على المصارف. <https://cbi.iq/static/uploads/up/file-170471213156807.pdf>
- 1- Arilesere, M. S., Olaleye, B. R., Asaolu, A. A., & Akienabor, E. (2021). Digital electronic payment and bank performance in Nigeria. *Ann Spiru Haret Univ Econ S*, 21(4), 327-40
- 2- Bose, S., Bhattacharyya, A., & Islam, S. (2016). Dynamics of firm-level financial inclusion: Empirical evidence from an emerging economy. *Journal of Banking and Finance Law and Practice*, 27(1), 47-68.
- 3- Daniel Smith, (2011) " More money more problems. The Bitcoin virtual currency and the legal problems that face it", Case Western Reserve University, *Journal of Law and Technology and Internet*, Case W. Res. J.L. Tech. & Internet 422 (2012). Vol3: ISSU .2

- Hasan, Z. (2024). *The impact of digital financial literacy on consumer protection, investor security, and financial transactions in Indonesia. International Journal of Islamic Economics and Finance Research*, 7(2), 55-77. <https://doi.org/10.53840/ijiefer165> ijiefer.uis.edu.my -4
- Hussein, S. A., & Neama, N. H. (2025). The Extent of Digital Transformation in the Iraqi Banking Sector. Applied Research in a Sample of Iraqi Private Banks. In Sustainable Data Management: Navigating Big Data, Communication Technology, and Business Digital Leadership. *Volume 2* (pp. 117-127). Cham: Springer Nature Switzerland. -5
- Kidwell, D. S., Blackwell, D. W., Whidbee, D. A., & Sias, R. W. (2016). Financial institutions, markets, and money. John Wiley & Sons. -6
- Mohammed Zayyanu , Ibrahim Umar Abbas, Muritala Taiwo Adewale. (2022) "Effect of Payments System Innovations on the Financial Performance of Commercial Banks in Nigeria", *Journal of Service Science and Management*, 15, 35-53. -7
- M.Veena (2022). Conceptual evolution of financial inclusion. EPRA International *Journal of Economic and Business Review-Peer Reviewed Journal Volume 10*, Issue - 7, July 2022 | e-ISSN: 2347 - 9671| p- ISSN: 2349 – 0187. -8
- Park, C.-Y., & Mercado, R. V. (2021). *Financial inclusion: New measurement and cross-country impact assessment*. In *Financial Inclusion in Asia and Beyond* (1st ed.). Routledge. -9
- Ramananda, S., & Sankharaj, R. (2015, January). Financial Inclusion: A Critical Assessment of its Concepts and Measurement. *Asian, Journal of Research in Business Economics and Management*, 05 (01), pp. 12-18. -10
- Shah,P. Dubhashi,M.(2015): Review Paper on Financial Inclusion-The Means of Inclusive Growth, *Chanakya International Journal of Business Research*, 1(1),37-48. -11
- Scarle, S., Arnab, S., Dunwell, I., Petridis, P., Protopsaltis, A., & de Freitas, S. (2012). E-commerce transactions in a virtual environment: virtual transactions. *Electronic Commerce Research*, 12(3), 379-407 -12
- Zins, A., & Weill, L. (2016). *The determinants of financial inclusion in Africa. Review of Development Finance*, 6(1), 46–57 -13
- Yuko,M , Suratin.M. , Mahfudz , Sukresna,M. (2025). The Impact of Digital Payments on Financial Inclusion in Rural Areas, *Research Horizon*, 5(1),117-124 -14