

واقع التحول الرقمي للبنوك في إفريقيا: الخدمات عبر الهاتف المحمول نموذجا

A Reality of the Digital Transformation of Banks in Africa: Banking Services through Smart Phones as a Model

ضيف روفية

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف (الجزائر)، r.nedjar@centre-univ-mila.dz

النشر: 2023/12/31

القبول: 2023/12/30

الاستلام: 2023/07/15

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تحليل واقع خدمات الهاتف المحمول في البنوك الإفريقية خلال الألفية الثالثة، فاستخدمت القنوات الرقمية لتقديم خدمات مصرفية توفر الوقت والجهد، و التكلفة و سهولة إجراء العمليات و نقل الأموال، مما أدى إلى زيادة رضا العملاء وولائهم.

وخلصت الدراسة إلى أن سوق الخدمات عبر الهاتف المحمول في إفريقيا سوق واعد، فالبنية السكانية الشابة وانتشار شبكات الاتصالات الإلكترونية قدمت فرصا هائلة في عصر التحول الرقمي و ساهم في انتشار هذه الخدمات خاصة بين طبقات المجتمع ذات الدخل المنخفض، و قد بلغ سوق الدفع الإلكتروني المحلي نموا في الإيرادات بنسبة 20% سنويا وتجاوزت عائداته 24 مليار دولار سنة 2020، مما مثل قوة دافعة لتحقيق نمو مبتكر ومستدام. كما توصلت الدراسة الى ان بالرغم من الطلب المتزايد المطرد على الخدمات عبر الهاتف المحمول إلا أن توافر الخدمة غير متكافئ عبر الأسواق.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية، التحول الرقمي، خدمات الهاتف المحمول، إفريقيا.

رموز JEL: O55 , Q55 , G20

Abstract:

The study aims to analyze the status of mobile financial services in African banks during the third millennium. It utilized digital channels to provide banking services that save time, effort, cost, and facilitate operations and money transfers. This has led to increased customer satisfaction and loyalty.

The study concludes that the mobile services market in Africa is promising, driven by the young population and the widespread availability of electronic communication networks. It has provided significant opportunities in the digital transformation era, particularly among low-income segments of society. The local electronic payment market has experienced a 20% annual revenue growth, surpassing \$24 billion in 2020, serving as a driving force for innovative and sustainable growth. However, the study also indicates that service availability is uneven across markets, despite the continuous and increasing demand for mobile services.

Keywords: Electronic banking services, digital transformation, mobile banking, Africa.

(JEL) Classification : G20, Q55, O55

1. مقدمة:

تتجسد أهمية التحول الرقمي في الثورة الرقمية المستمرة التي ما فتئت تحدث تغييرات هيكلية في العديد من القطاعات الاقتصادية، ولا سيما في القطاع المالي والمصرفي، فقد أدى ذلك إلى إعادة هيكلته، حيث تبنت البنوك الصيرفة الرقمية والاقتصاد الرقمي على الصعيد العالمي، فالعالم يسير بشكل متسارع نحو كل ما هو

عصري وحديث ومتعلق بتقنيات الحوسبة والإنترنت، و بشكل أكثر تحديداً، نحو استخدام تكنولوجيا الحاسوب والإنترنت في عملية إنشاء قيمة اقتصادية ذات كفاءة وفعالية أكبر، مما يحدد كيفية عملنا وتفاعلنا وكيفية تكوين الثروة.

أضحت التكنولوجيا ضرورة لا غنى عنها في منظومة الأعمال، فأعدت صياغة العلاقات داخل الاقتصاد وقادت التغيير المستدام في جميع الصناعات، فبدءاً من أتمتة الوظائف وتبني الأنظمة الآلية إلى رقمنة الخدمات، ومن التعاون الافتراضي بين الأفراد والمؤسسات لتحسين أسلوب الحياة وزيادة الراحة إلى تطوير المنازل الذكية، و باعتبار أن صناعة التمويل تتصدر مكانة رائدة في العالم الافتراضي الذي ما فتئ يستكشف بقوة أبعاد التكنولوجيا الرقمية، و بما أنها واحدة من الصناعات التي تبنت الرقمنة بنجاح، من خلال الاعتماد الشامل على الخدمات المصرفية الرقمية كبديل للممارسات التقليدية، كما أن التقنيات الناشئة أضفت تحدياً على الصناعة المصرفية من خلال تسخير الذكاء الاصطناعي (AI) و سلسلة الكتل (Blockchain) والحوسبة السحابية ولتتربنت الأشياء، مما سرع في إثراء المشهد المالي الحالي وتوسيع نطاق وصولها.

لقد شهدت البنوك تحولاً رقمياً متزايداً بفضل الاعتماد على القنوات الرقمية، فتأثرت طرق تقديم الخدمات المالية للعملاء خاصة بعد تقديمها عبر الهاتف المحمول، فيسر إدارة الموارد المالية للأفراد و إنشاء نماذج أعمال جديدة، مما أدى إلى زيادة المعرفة المالية وتمكين الأفراد، فالخدمات الرقمية عبر الهاتف المحمول سهلة ومرنة في استخدامها، و يعزى ذلك لقدرة العملاء على إجراء المعاملات المصرفية وإدارة حساباتهم في أي وقت ومن أي مكان، مما يسهم في تعزيز المساواة في الوصول إلى الخدمات و يدعم التفاعل الإيجابي ويعزز التنمية الاقتصادية، بالإضافة إلى ذلك تعتمد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على تقنيات حديثة للأمان والتشفير، مما يحمي بيانات المستخدمين ومعاملاتهم المالية من التهديدات السيبرانية.

1.1. إشكالية الدراسة:

سارعت البنوك التقليدية نحو استخدام قنوات جديدة للتواصل بين مؤسساتها و قاعدة العملاء من خلال تطبيقات التكنولوجيا المالية (FinTech)، فاستخدمت تقنية سلسلة الكتل لإنشاء أنظمة مالية أكثر أماناً وكفاءة، و طبقت الذكاء الاصطناعي لتقديم خدمة عملاء مخصصة وفعالة واكتشاف ومنع الاحتيال، كما طبقت أيضاً تقنيات رقمية متعددة منها: ماكينات الصرف الآلي (ATM)، الهاتف المصرفي (banking-Telephone)، الخدمات المصرفية عبر الإنترنت (banking-Internet) وأخيراً تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف، فقد كانت أحدث وأكثر التطبيقات البارزة تزامناً مع تطبيق التجارة عبر الهاتف المحمول والتي منحت العملاء والمؤسسات مزيداً من المرونة والحركة في استكمال المعاملات المالية إضافة لما توفره من الخصوصية والسرية (Tran، 2016)، وقد أدى ذلك إلى زيادة رضا العملاء وولائهم، و لا يقتصر استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على تمكين المستهلكين من إجراء المعاملات المصرفية التقليدية فقط (تحويل، التحقق من الرصيد، فتح حساب جديد، إلخ)، بل يمكنهم من إجراء معاملات متقدمة (تداول الأسهم، وإيداع الشيكات، ...)، و على هذا المسار حققت الدول الإفريقية خطوات ملموسة لتحسين الانتشار والوصول والاستخدام الموسع للخدمات المالية، حيث

اعتمدت بشكل أساسي على خدمات الأموال عبر الهاتف المحمول كمنصة لتقديم الخدمات المالية، فساعد الابتكار المالي على التغلب على الحواجز الجغرافية، خاصة في المناطق الريفية ذات الكثافة السكانية المنخفضة حيث انخفضت التكاليف بشكل ملموس.

حيث يعد هذا الأخير من أهم محاور أجندة الاتحاد الأفريقي للتنمية المستدامة (<https://au.int>)، فالوصول على الخدمات المالية بأسعار ميسورة هام للحد من الفقر وتحقيق النمو الاقتصادي. تأسيسا لما سبق نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة التحول الرقمي في انتشار الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إفريقيا؟

و لتمحيص الإشكالية المطروحة، نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- فيما تتمثل مظاهر التحول الرقمي في البنوك؟
- ما هي التكنولوجيات التي يمكن أن تساهم في التحول الرقمي في البنوك؟
- ما هو واقع الخدمات عبر الهاتف المحمول في العالم عامة و في إفريقيا تحديدا؟

2.1. أهمية الدراسة:

يركز هذا البحث على تحليل الجوانب الأساسية للتحول الرقمي ودوره المحوري في تعزيز الاستقرار المالي وتحقيق النمو الاقتصادي، كما يعمل على استعراض أهمية الإشكالية من الناحية العلمية والعملية، ويسلط الضوء على مظاهر تطبيق التحول الرقمي في قطاع الخدمات المصرفية بإفريقيا، ويتناول البحث أيضا الفوائد المترتبة على تنفيذ التحول الرقمي في قطاع الخدمات المصرفية، مثل زيادة الكفاءة وتحسين تجربة العملاء، وتقديم خدمات مصرفية مبتكرة ومناسبة للأفراد والشركات، ذلك ان عملية الأتمتة تتيح للبنوك معالجة كميات كبيرة من البيانات بسرعة، و الحصول على رؤى قيمة يمكن استخدامها لتحسين المنتجات والخدمات المصرفية و زيادة تدفق الإيرادات.

3.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على النقاط التالية:

- دراسة الثورة الرقمية في النظام المصرفي من خلال التعرض لمفهوم التحول الرقمي، عوامل تطوره، أهدافه و مزياءه؛
- التعرف على أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؛
- التعرف على واقع الخدمات عبر الهاتف المحمول عالميا و إفريقيا؛
- سبل وكيفية الاستفادة من التجارب الناجحة في مجال خدمات الهاتف المحمول؛

4.1. منهجية الدراسة:

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كونه يتماشى وطبيعة هذا البحث وهو ما يمكننا من الوصول إلى أدق النتائج.

2. الدراسات السابقة:

- الورقة البحثية المقدمة من قبل Ayman A. Alsmadi , Ahmed Shuhaiber , And others (Twenty Years of Mobile Banking Services :الموسومة بـ: Loai N. Alhawamdeh (Development and Sustainability: A Bibliometric Analysis Overview (2000–2020) أين تم فيها رصد أهم الأبحاث و الدراسات المرتبطة بخدمات الهاتف المحمول.
- وفي ذات السياق جمع Aijaz A. Shaikh و حلل الدراسات الموجودة حول اعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ورسم خرائط للنظريات الرئيسية التي استخدمها الباحثون للتنبؤ بنوايا المستهلكين لاعتمادها في دراسة بعنوان " A literature review Mobile banking adoption:" (Shaikh, 2015).
- دراسة Sahu, T. N., & Maity, S حول " Mobile banking a new banking model: An empirical investigation of financial innovation " حيث تم استخدام نموذج الانحدار المتعدد لتحديد العوامل الهامة التي تؤثر على المعاملات المصرفية عبر الهاتف فمعرفة القراءة والكتابة ومعدل الناتج المحلي الإجمالي تعد محددات رئيسية في نمو المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول، كما توصلت الدراسة إلى أن بنوك القطاعين العام والخاص تلعب دوراً مهماً في تنفيذ الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. لذلك، عندما تكون الخدمات المصرفية عبر الفروع المادية مكلفة للغاية، يمكن للجهات التنظيمية والبنوك تحفيز العملاء على استخدام الجهاز المحمول كوسيلة للخدمات المصرفية لتحقيق هدف الخدمات المالية. (Tarak Nath Sahu, 2021)
- دراسة Matthieu Aucante بعنوان " la bancarisation de l’Afrique sur les "téléphone mobile : de nouveaux acteurs sur la scène mondiale" حيث حاول الباحث تبيان مدى نجاح منصات الأموال المحمولة في نشر الخدمات المالية المتزايدة التعقيد في جميع أنحاء أفريقيا و تمكين الافراد من الخدمات المالية سعياً لتحقيق الشمول المالي في القارة الأفريقية و هل يمكن ان يهدد ذلك استقرار المشهد المالي الأفريقي. (Aucante, 2019)
- دراسة Ahmed Osman Omar, Jeremiah Koori حول " Mobile Banking Services and Financial Performance of Saccos in Mandera County, Kenya (Omar, 2022) حيث اكدت الدراسة اثرعلى الاثر الايجابي لكل من تحويل الأموال عبر الهاتف المحمول، إدارة حساب الهاتف المحمول، و تسهيل الائتمان عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي للبنوك التجارية أوصت الدراسة بضرورة البحث حول حزم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول المحتملة الأخرى وبالتالي التوسع في حصة السوق مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي.
- دراسة NGOA TABI, H., BITA, C.A.& NGONO, J.F.L المعنونة " Mobile money et inégalités de revenus en Afrique Subsaharienne" التي تناولت تأثير الخدمات المالية عبر

الهاتف المحمول على عدم المساواة في الدخل في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، حيث كشف نموذج GMM المطبق على عينة من 17 دولة بين عامي 2010 و2014 أن الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول تنقل بشكل كبير من عدم المساواة في الدخل في المنطقة، كما هو الحال بالنسبة للتضخم، الاستهلاك الحكومي، الإنفاق الحكومي على التعليم وانخفاض البطالة والتنمية المالية. (NGOA TABI, 2020).

3. تأصيل مفاهيمي حول التحول الرقمي في البنوك التجارية:

1.3. تعريف التحول الرقمي:

يعرف التحول الرقمي بأنه "عملية نقل القطاعات الحكومية أو البنوك إلى نموذج أعمال يعتمد على التكنولوجيا الرقمية لتطوير المنتجات والخدمات وإنشاء قنوات إيرادات جديدة تعمل على تحسين قيمة منتجاتها أو خدماتها"، وقد عرف أيضا بأنه "التدخلات الإستراتيجية التي تعزز القدرة الرقمية التنظيمية بهدف تحسين عمليات المنظمة ومنتجاتها وخدماتها ونماذج أعمالها لإرضاء عملائها" (بكري، 2022)، فهو عملية انتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات (بوشي، 2019)، كما لا يعني التحول الرقمي التحول نحو استخدام التكنولوجيا فقط داخل حدود المؤسسة، بل هو برنامج شامل يشمل المؤسسة ككل من حيث أساليب العمل داخليا وخارجيا، ومن حيث تقديم الخدمات للجمهور المستهدف لتقديم الخدمات بسهولة وسرعة، وبالتالي يدفع التحول الرقمي المؤسسات إلى تغيير نماذج أعمالها والتكيف مع واقع التكنولوجيا الجديدة.

التحول الرقمي هو استثمار في التفكير وتغيير السلوك من أجل إحداث نقلة جوهرية في أسلوب العمل، ويحمل وعدا كبيرا لخلق مجتمعات أكثر كفاءة وتنافسية واستدامة، من خلال إحداث تغيير جذري في خدمات العديد من الأطراف، مع تعزيز خبراتهم ولتأجبتهم.

في تعريف آخر يعد التحول الرقمي " تغيير جذري في طرق وأساليب تقديم الخدمة، يساعد علي تحقيق استدامة المنشآت من خلال تقديم الخدمات بشكل أسرع وبطريقة أفضل، فهو يمثل عملية انتقال منشأة الأعمال إلي نموذج أعمال يعتمد على الرقمنة في ابتكار وتقديم المنتجات والخدمات، فهو يعد تحول لإجراءات الإدارية والممارسات التعليمية إلى عمليات تعتمد على التقنية وأجهزة وبرامج بشكل كلي أو جزئي، وتركز على جانبي تقليل التكاليف ورفع الجودة، وتهدف للتطوير وسهولة الوصول"، (هلال، 2022) و هو تغيير نمط وأسلوب تعامل وتفاعل المديرين والعاملين والعملاء، مع ضرورة تنظيم المعاملات والخدمات المختلفة، وإعادة هيكلتها إلكترونيا، وذلك من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة التي تعمل على توفير البنية التحتية وتحقيق الجودة وإدارتها وتحسينها باستمرار، وعليه من أهم فوائد التحول الرقمي استبدال العمليات الرقمية بالتقليدية، زيادة وقت التفكير في التطوير، تغيير نماذج العمل وتغيير ثقافة العاملين، زيادة كفاءة سير العمل وتقليل الأخطاء، تسريع طرق العمل اليومية، تطبيق خدمات جديدة بسرعة ومرونة، تحسين الجودة وتطوير الأداء، زيادة الإنتاجية وتحسين المنتجات، زيادة رضا العملاء وتحسين جدوى الاستثمار.

يشمل التحول الرقمي كلا من المؤسسات والأفراد على اختلاف قطاعاتهم وشرائحهم (المستهلكين) على حد سواء؛ فبالنسبة للمؤسسة يتمحور حول الانتقال إلى تسخير التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها وتوظيفها بالشكل الأمثل من أجل تطوير أدائها، وتعزيز قدراتها التنافسية، أما بالنسبة للأفراد، فيتمحور حول الحصول على الخدمات الأساسية وتنفيذ الأعمال من خلال أجهزة الحاسوب الشخصية والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية بكبسة زر، دون الحاجة للتنقل إلى مراكز خدمات العملاء إلا لتلبية متطلبات محددة أو أكثر تعقيداً.

2.3. العوامل الدافعة إلى التحول الرقمي في الخدمات المصرفية:

- تعد زيادة استخدام الأجهزة الذكية، وتحسين الاتصال، محرك للصناعة المصرفية نحو هذا التحديث الجذري، فيما يلي العوامل الرئيسية التي تساهم في دفع التحول الرقمي في الصناعة المصرفية:
- أحدثت شركات التكنولوجيا المالية ثورة في القطاع المصرفي ذلك لمزاحمتها مجال عمل البنك التجاري فقد تحولت من مزود للحلول التكنولوجية إلى شركات منافسة في تقديم خدمات مبتكرة وقليلة السعر؛ (Ditshego, 2018)
- الاستفادة من البيانات: يمكن للبنوك الاستفادة من مزايا تحليل البيانات و المزج بين الأدوات والموارد لتعزيز نموها، فتستخدمها لمعرفة أنماط تفكير العملاء و عليه تطوير المنتج المطلوب الذي يتوافق مع احتياجات العملاء مما يغزز و يقوي العلاقة مع العملاء؛
- تحديث البنية التحتية: بصرف النظر عن دمج التقنيات الرقمية المبتكرة ، يتأثر التحول الرقمي بالبنية التحتية، حيث لها دور حاسم في تبسيط تدفق المعلومات المطلوبة تعمل البنية التحتية الحديثة على دعم المنصات الرقمية؛
- التحسين المستمر: مع مضاعفة توقعات المستهلكين، تحتاج البنوك إلى مراحل عمل سلسلة لتتبع اتجاهات السوق واختبار المنتجات المبتكرة واستخدام آليات ردود الفعل السريعة. تميل هذه المراحل إلى التحسين المستمر في المجال المصرفي، مما يؤدي إلى تسريع وقت الوصول إلى السوق وإشراك العملاء؛
- تطوير مهارات القوى العاملة: يشير تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي إلى أن أكثر من 55% من موظفي القطاع المالي يحتاجون إلى تطوير مهاراتهم لتلبية المتطلبات الحالية والمتغيرة للوظائف، مما يفرض الاستثمار الضروري للتغيير في إستراتيجية التشغيل والتعلم، نمط التفكير، والتدريب؛
- تحسين رحلة العميل: يبحث العملاء عن تجارب رقمية سلسلة، ففي زمن التكنولوجيا يتوقع العملاء أن يحصلوا على خدمات رقمية مبتكرة وحديثة وسهلة بضغط زر واحدة تمكنهم من الاشتراك في حساب عبر الإنترنت، تلقي دروس تعليمية ومعلومات داخلية، ودفع الفواتير أو إرسال الأموال عبر الإنترنت و كلها في آن واحد.

أما فيما يخص اعتماد الخدمات البنكية الرقمية فقد تضافرت الكثير من العوامل لتغيير ملامح الصناعة المالية عامة و المصرفية على وجه التحديد أهمها: (Omarini, 2018)

- الابتكارات التكنولوجية في مجال تكنولوجيا المعلومات مثل وسائل التواصل الاجتماعي والبيانات الضخمة وإنترنت الأشياء (IoT)، كما سمح تخزين البيانات السحابية للبنوك بأتمتة ورقمنة الخدمات القائمة وتقديم منتجات جديدة ومبتكرة، فالأجهزة المحمولة اليوم تتمتع بقوة معالجة أكبر بملايين المرات عما كانت عليه؛
- التغييرات في سلوك المستهلك المتزامنة مع إدخال الأجهزة المحمولة أجبرت البنوك على إدخال قنوات توصيل عبر الإنترنت تركز على الأتمتة والخدمات الذاتية للعملاء؛
- التغييرات التنظيمية التي استحدثت بعد الأزمة المالية 2008، الأمر الذي سمح للمؤسسات المالية الناشئة مثل شركات (FinTech) بالانضمام إلى الأسواق المالية. (Puschmann, 2017)

3.3. مزايا تطبيق التحول الرقمي في القطاع المصرفي:

يحقق تطبيق التحول الرقمي مزايا عديدة للعملاء والمؤسسات المالية عامة و البنكية تحديدا، حيث يسمح بتحقيق وفورات في التكلفة بشكل كبير ويرفع من الكفاءة التشغيلية بتقديم خدمات مبتكرة ولبداعية بسرعة ومرونة، ويعمل على تحسين الجودة، كما يسمح للبنوك من التغلغل والوصول إلى شريحة أكبر من العملاء و بذلك إحداث نقلة نوعية في الخدمات المقدمة من خلال تغيير نماذج العمل و تقديم خطط لزيادة القيمة التنافسية على المدى الطويل.

4. مفاهيم عامة حول الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، او كما تعرف بالمدفوعات عبر الهاتف، او التحويلات والتمويل عبر الهاتف المحمول، هي نوع من التجارة عبر الهاتف المحمول (Mallat, 2004)، ظهرت لأول مرة في بلدان أوروبية خلال تسعينيات القرن الماضي مثل ألمانيا ولسبانيا والسويد والمملكة المتحدة. فهي أحد تطبيقات التجارة الإلكترونية التي تتيح للمستهلكين إجراء الخدمات المصرفية من خلال تكنولوجيا ومنتجات الهاتف المحمول مثل الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية والساعات والأجهزة الذكية الأخرى (Donner, 2008).

1.4. تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

تشير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بمفهومها الضيق إلى الخدمات المالية التي تقدمها البنوك، و يتعلق الأمر هنا بشكل أساسي بخدمات الاستعلام عن الرصيد و دفع الفواتير و تحويل الأموال، اما بمعناها الواسع، فتمتد إلى جميع الخدمات التي يمكن تقديمها بحساب أو بدونها، عبر الهاتف المحمول من قبل أي مؤسسة معتمدة لذلك، أو هي تلك المقدمة عن طريق الرسائل القصيرة أو عبر تطبيقات الهاتف الذكي. تعمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بشكل مشابه للخدمات المصرفية عبر الإنترنت، ولكنها تستخدم الأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية أو الأجهزة اللوحية، حيث تتيح للمستخدمين إجراء معاملات مالية (Riquelme, 2010)، و معاملات غير مالية (Karjaluo, 2021) عن بعد.

تسمى أيضا الخدمات المصرفية عبر الإنترنت و هي خدمة تتيح لعملاء البنوك الوصول إلى أي معلومات مصرفية، أو تسهيل المعاملات المالية باستخدام جهاز محمول شخصي (الهاتف الذكي أو الجهاز اللوحي) أو جهاز كمبيوتر شخصي حيث يمكن استخدامه في أي وقت وفي أي مكان شريطة اتصاله بشبكة

الانترنت (Kalaitzaki, 2020)، و عليه فهي خدمات تعتمد على الأجهزة الرقمية المحمولة بدلا من البنى التحتية التقليدية (الفروع، وأجهزة الصراف الآلي،.....) (NICOLETTI، 2014)، و عليه فالخدمات عبر الهاتف المحمول هي قناة يتفاعل من خلالها العميل مع البنك عبر جهاز محمول. (Barnes, 2003) تتكاثف جهود البنوك و سواها من المؤسسات لدعم قطاع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول مثل شركات التكنولوجيا الكبرى (FACEBOOK و PAYPAL و GOOGLE و APPLE) وشركات الاتصالات والتجار وغيرهم لتقديم خدمات جديدة مثل المدفوعات عبر الهاتف المحمول باستخدام مستشعرات تكنولوجيا المجال القريب (NFC) والمحافظ الإلكترونية، حيث يمكن للعملاء حفظ واستخدام البطاقات المصرفية وبطاقات ولاء التجار (NICOLETTI، 2014)، فهي توفر خدمات متاحة على مدار الساعة لتلبية احتياجاته المالية والمصرفية بأي وقت وبأي مكان. (Nysveen، 2005)

تعد حزمة الخدمات المصرفية عبر تطبيقات الهاتف المحمول أقل من نظيرتها المقدمة عبر الموقع الإلكتروني للبنك إلا أن هناك اثنا عشر خدمة عادة ما تقدم بدون مقابل ويمكن تقسيمها إلى ثلاث وهي: (الشريف، 2022)

- **معلومات عن الحساب:** وتشمل فتح حساب بنكي (توفير، حساب وديعة، حساب استثمار)، الإطلاع على كشوفات حساب لمدة محددة قصيرة، تنبيهات بشأن نشاط الحساب، مراقبة الودائع والسحوبات، الوصول إلى بيانات القروض، الوصول إلى كشوفات حسابات البطاقات الائتمانية؛
- **معاملات مالية:** كتحويل الأموال بين حسابات العميل المرتبطة، التحقق من الإيداع، سداد فواتير الهاتف وفواتير الكهرباء والمياه، سداد أقساط المدارس والجامعات؛ (غانم، 2018)
- **دعم فني:** كبيان مواقع الصراف الآلي، حساب القروض، طلبات دفتر الشيكات والبطاقات، تبادل الرسائل وتقديم الشكاوى ومتابعتها.

أما الخدمات الأخرى فيستفيد البنك من عمولة نظير إتاحتها ولعل أكثرها شيوعا تحصيل الشيكات البنكية من خلال التطبيقات باستخدام المسح الضوئي على الشيك أو من خلال تصويره، كذلك تحويلات الأموال لطرف ثالث والوصول إلى سوق الأوراق المالية...، و بحسب دراسة أجرتها شركة «DATA INNOVATION INC» المتخصصة في أبحاث سوق صناعة الهواتف المحمولة أن الخدمة المصرفية الأكثر شيوعا هي التحقق من أرصدة الحسابات، حيث استفاد من هذه الخدمة 82% من العملاء، بينما يفحص 50% منهم معاملاتهم المرسله إلى بطاقة الائتمان، واستخدم 40% من العملاء خدمة تحويل الأموال بين حساباتهم في نفس البنك، و استفاد 29% من خدمة دفع الفواتير.

2.4. العوامل الداعمة لانتشار الخدمات عبر الهاتف المحمول:

نمت الخدمات المصرفية باستعمال الهاتف المحمول بمعدل نمو سنوي مركب بنسبة 100% خاصة بعد 2007، حيث طرحت شركة (APPLE INC) جهاز (IPHONE) والمتجر الإلكتروني (APP STORE)، و لقد تضافرت جملة من العوامل جعلت هذه الخدمة واقعا حقيقيا:

- الاعتماد المتزايد على الهواتف الذكية لزيادة تفضيل المستهلكين لها، لما تتيحه من إجراء المكالمات وإرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني والرسائل النصية وتصفح الويب وتحميل تطبيقات برمجية مجانية أو منخفضة التكلفة.
- تغير تفضيلات المستهلكين خاصة مع إتاحة أجهزة الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والهواتف الذكية للوصول إلى معلومات الحساب وإجراء المعاملات بشكل سريع في أي ظرف وأي مكان دون الحاجة إلى الوصول إلى فروع البنك؛
- تزايد حجم الاستثمار لتقديم خدماتها عبر الهاتف المحمول للبنوك الكبيرة و الصغيرة على حد سواء؛
- تنامي دور شركات شبكات المحمول، ومعالجات بطاقات الائتمان، وخدمات التمويل الشخصي بالإنترنت التي تتيح للمستهلكين تجميع حساباتهم على موقع الانترنت أو تطبيق واحد، و هي شركات غير مصرفية سريعة النمو والمنافسة؛
- تتيح الهواتف المحمولة للمصارف تقديم ميزات للعملاء لا يمكن تقديمها بطرق بديلة، مثل إيداع الشيكات من بعد، والمدفوعات الشخصية (P2P)، ولخطار الاحتيال في الزمن الحقيقي، هذه الميزات تجعل الخدمات المصرفية باستعمال الهاتف المحمول تجربة ثرية.

3.4. فوائد تكنولوجيا الهاتف المحمول:

- وفقاً لمرام سعيد الزايدي للخدمات عبر الهاتف أهمية بالغة للبنوك والعملاء بالمقارنة مع الخدمات المصرفية التقليدية والإنترنت، (Alzaidi، 2022) و لديها إمكانات هائلة و أكثر فائدة لمستخدمي الهاتف المحمول (Zhou، 2010)، و عليه اجمع الباحثين أن هذه التكنولوجيا توفر عدة مزايا للبنك و للعميل على حد سواء ، فبالنسبة للبنوك تحقق مايلي:
- تخفيض نفقات المصرف (التكاليف التشغيلية) من خلال أداء مهامها بدون أوراق مما يولد كيانات صديقة للبيئة (الطباعة والتسليم، عدم الحاجة إلى عمال إضافيين، الحاجة إلى فروع)، حيث يمكن للمصارف اختزال تكلفة معالجة المعاملات بالهاتف المحمول بمقدار 10 أضعاف من أجهزة الصراف الآلي وأقل بمقدار 50 مرة من الفرع المصرفي، هذا ما اكدته (DELOITTE) في تحليلها حيث يمكن لمصرف لديه 100 فرع و250 جهاز صراف آلي، إذا كان متوسط حجم الإيداع إلى السحب اليومي يقدر بـ 165 معاملة تجري ضمن الفروع و65 معاملة سحب من الصرافات الآلية، فإنه قادر على توفير 5 ملايين دولار سنوياً في حال تحويله 20% من معاملات الفروع وأجهزة الصراف الآلي إلى قنواتها المحمولة؛ (قابلي، 2020)
- انخفاض معدل استنزاف المستفيدين (انخفاض في عدد العملاء خلال مدة محددة) من الخدمات المصرفية باستعمال الهاتف المحمول مقارنة بنظائرهم في الفروع أو في الإنترنت بنسبة تصل إلى 15%؛

- وفرة الخدمات على مدار الساعة 7/24 ، مما يلبي احتياجات العملاء بشكل فوري، وإضفاء الطابع الشخصي للعلاقة مع العملاء، مما يؤدي إلى رضاهم وزيادة مصداقيتهم، والسيطرة الكاملة على شؤونهم المالية؛
- الاحتفاظ بالزبائن باستعمال إشعارات الدفع والتطبيق، فتعلمهم بالعروض و الزيادة في حدود الائتمان أو معلومات سعر الفائدة؛
- رفع الميزة التنافسية للبنوك التي طبقت هذا الخيار في مقابل البنوك الأخرى، فقد شهد بنك (BNP PARIBAS) زيادة بنسبة 60% في تصنيف متجر التطبيقات الخاص به بعد تطبيقه لإخطارات الدفع ؛
- يؤثر الذكاء الصناعي (AI) تأثيرا بالغا على عمل البنوك مما يسمح لها بمعالجة استفسارات العملاء على نطاق واسع، باستخدام برمجيات التخاطب مع المستثمرين (CHATBOTS)، فقدّم بنك أمريكا برنامج الدردشة (ERICA) الذي ساعد العملاء على اتخاذ قرارات أكثر ذكاءا، حيث يمكن العملاء من الحصول على المساعدة بالاستعانة بتقنية التعرف على الصوت أو الرسائل النصية، ويرسل (ERICA) توصيات مخصصة، و عروض، وحتى أشرطة فيديو تعليمية، كما تسمح خدمات الذكاء الصناعي باكتشاف أنماط السلوك الاحتمالي في الزمن الحقيقي و التنبؤ بمدى تقدمه.

أما عن فوائد استعمال تكنولوجيا الهاتف المحمول للعملاء فهي تتيح لهم سهولة إدارة حساباتهم بوجه أفضل، وتحقيق أهداف مدخراتهم، وخفض ديونهم، والحصول على تتيهات الحساب وتحويل الأموال على الفور، والتحقق من الودائع، كما تعد هذه الخدمات أكثر أمانا و الأقل خطرا من نظيراتها، و لتحقيق هذا المبتغى تلجأ البنوك إلى حلول أمنية مثل البيانات البيومترية كفحص بصمات الأصابع والشبكية، كلمات المرور التقليدية والمصادقة الثنائية العامل، بالإضافة إلى التشفير لحماية المعلومات والخصوصية المالية. تسمح للعملاء أيضا بمقارنة الخيارات في وقت ومكان الشراء آنيا، و تمنح المتسوقين خدمات تكميلية كخيارات التمويل أو التأجير، التأمين وغيرها، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين حفظ جميع بطاقات الدفع الخاصة بهم (مثل الخصم والائتمان والمدفوعة مسبقا) بالإضافة إلى بطاقات الولاء (شركات الطيران والتجار وما إلى ذلك) ولغاء الحاجة إلى حمل محفظتهم أو حتى استخدام أجهزتهم في دفع تذاكر الأنشطة (مثل المسرح ، والنقل ، ومواقف السيارات) إلكترونيا. (NICOLETTI، 2014)

5. تطور الخدمات البنكية عبر الهواتف الذكية:

شهدت الخدمات المصرفية وخدمات الدفع خلال العقدين الماضيين انتشارا رقميا واسع النطاق على مستوى العالم، فتحوّلت الخدمات المصرفية التقليدية من نهج موجه نحو الفروع إلى نهج موجه نحو الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (Shaikh، 2017). لذلك، تعد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ابتكارا يخلق أسواقا جديدة، فالأجيال الشابة تتجه لاستخدام التكنولوجيا الرقمية، بحثا عن حلول و خدمات بمنتهى السهولة، وبمستويات أعلى من السرعة والكفاءة والأمان والحماية المعلوماتية.

تعد خدمات الهاتف المحمول واحدة من أكثر الاتجاهات جاذبية اليوم، سواء بالنسبة للعملاء أو لقطاع الأعمال، مع القدرة على تحويل البنوك وعلاقتها مع عملائها (NICOLETTI، 2014)، فقد أثبتت شعبيتها في بعض دول العالم كالسويد و المملكة المتحدة من خلال تحويل الأموال بين الأفراد، دفع الفواتير و الخدمات المصرفية بواسطة تطبيق يزود البنك به المستخدم، (ليان، 2019) إن تنامي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول و إسهامات شركات التكنولوجيا المالية بفضل تقنياتها المبتكرة (تحليل البيانات الضخمة، الذكاء الاصطناعي، الأتمتة، و إنترنت الأشياء) وفر عدة خدمات أهمها مدفوعات نظير لنظير (P2P)، مدفوعات نقاط البيع بدون تلامس باستخدام مستشعرات (NFC)،المستشارون الآليون.... (Kalaitzaki, 2020)

1.5. تطور سوق الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول في العالم:

ساهمت جائحة كوفيد19 بشكل لا يدع مجالاً للشك في غزو التكنولوجيا لقطاع الخدمات المصرفية ودفعه نحو ترسيخ المعاملات البنكية عن بعد لاسيما عبر تطبيقات الهاتف المحمول، فضلاً عن السهولة والسرعة والأمان في إتمام المعاملات، وفق البيانات الصادرة عن رابطة النظام العالمي لاتصالات الهاتف المحمول تم تداول أكثر من تريليون دولار من المعاملات سنة 2021، بسبب زيادة المتدخلين، العملاء و الخدمات المتاحة بالقطاع، و أشار ذات المصدر أن عدد الحسابات المسجلة بلغ 1.35 مليار على المستوى العالمي بزيادة قدرت ب 18% عن سنة 2020 وهو عشر أضعاف ما كان عليه سنة 2012 (134 مليون)، و بنفس الوتيرة تم تسجيل 518 مليوناً حساب نشط في 90 يوماً و 346 مليوناً على أساس 30 يوماً، و هذه القيم أعلى ب 15 مرة و 13 مرة على التوالي من المحققة سنة 2012، كما أن أحجام وتواتر المعاملات تتزايد بشكل حاد حيث بلغ متوسط عدد معاملات P2P المنفذة في غضون ساعة أكثر من 1.5 مليون سنة 2021 مقارنة بأقل من 68000 سنة 2012.

بحسب تقرير «Mobile Banking Market»، بلغت قيمة سوق الخدمات المصرفية العالمية عبر تطبيقات الهاتف المحمول 715.3 مليون دولاراً في 2018 ومن المتوقع أن تصل إلى مليار و825 مليون دولار بحلول عام 2026، مسجلة معدل نمو سنوي مركب قدره 12.2% في الفترة الممتدة من 2019 إلى 2026، و قد تصدرت تركيا صدارة الدول من حيث نسبة مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

الشكل رقم(01): نسبة مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول/ جهاز لوحي سنة 2022

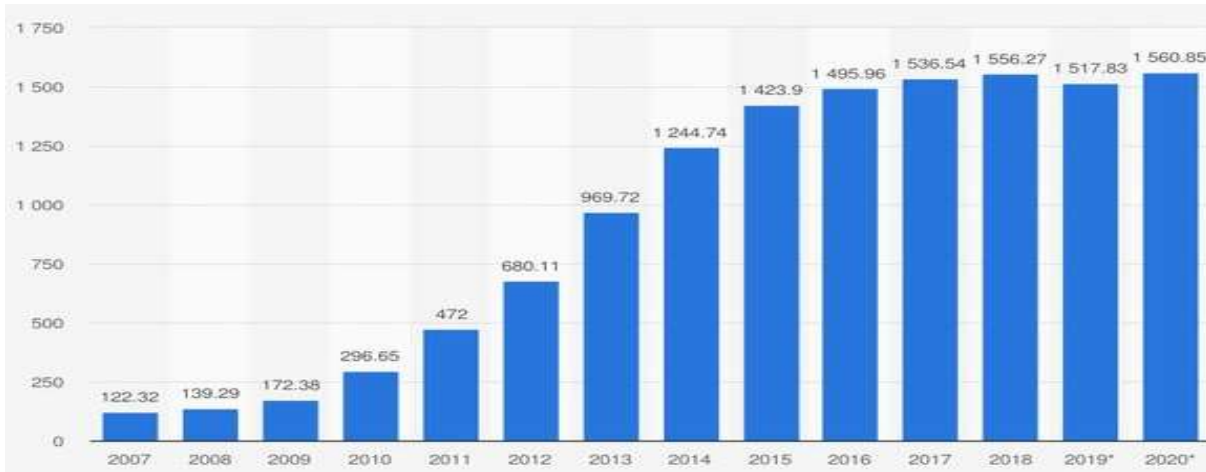


ووفقاً للتقرير الصادر من أوضاع الهاتف المحمول “App Annie State of Mobile 2022”، قضى المستخدمون 16.3 مليار ساعة أمام تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول حيث بلغ عدد تنزيلات هذا النوع من التطبيقات 4.6 مليار تنزيلاً سنة 2020، ربما تكون هذه الأرقام غير مفاجئة إذا ما علمنا أنه بلغ عدد مستخدمي الهواتف الذكية 6.6 مليار عالمياً، كما أنفقوا ما مقداره 3.8 تريليون ساعة أمام شاشات الهاتف المحمول سنة 2021، أي بمعدل 4.8 ساعة يومياً للفرد الواحد، حيث جرى تنزيل 230 مليار تطبيقاً.

حسب قاعدة البيانات (Statista) يستخدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت ما يقارب 1.9 مليار شخصاً في جميع أنحاء العالم سواء من خلال الموقع الإلكتروني أو التطبيقات الإلكترونية في 2020، وهو ما يمثل 30.2% من جميع الأشخاص الذي لديهم حسابات بنكية على مستوى العالم، إذ أنه لا زال هناك 1.7 مليار شخص ليس لديهم حساب بنكي بحسب بيانات البنك الدولي، و قد استحوذت كل من دولتي الهند والصين على 50% من المستخدمين النشطين بمجموع 800 مليون مستخدم نشط سنة 2020 ومن المتوقع ان يناهز هذا الرقم المليار بحلول 2024.

يكشف تقرير مؤسسة "نيوزوو" العالمية المتخصصة في بيانات و احصائيات الالعاب الالكترونية أن عدد مستخدمي الهواتف الذكية حول العالم بلغ 3.8 مليار مستخدم نشط سنة 2021 بزيادة بلغت 6% حيث تمثل نسبة مستخدمي الهواتف الذكية 48% من إجمالي عدد سكان العالم والمقدر بحوالي 7.9 مليار نسمة (أي أن نحو نصف سكان العالم يستخدمون الهواتف الذكية).

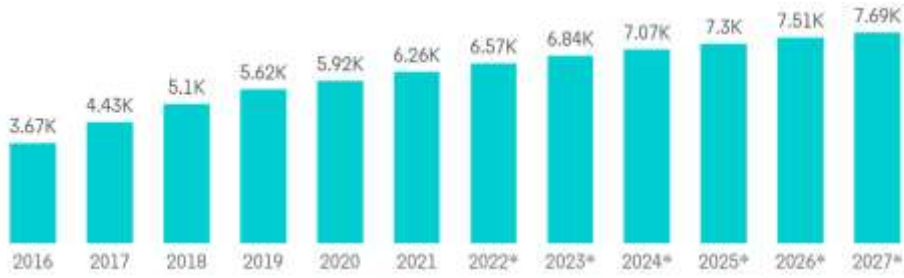
الشكل رقم(02): عدد الهواتف الذكية التي تم بيعها للمستخدمين النهائيين في العالم من 2007 إلى 2020 (مليون وحدة)



Source: Antonios Kalaitzaki, «The Evolution of Banking: From Retail to Mobile Banks and Fintech”, p:22

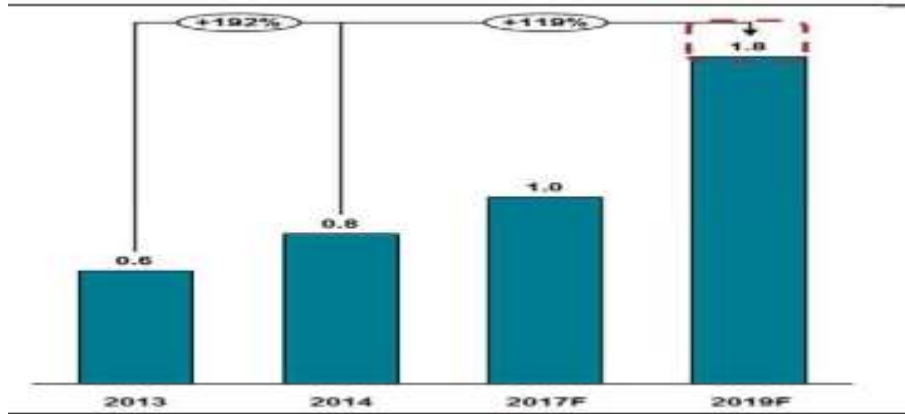
تطورت صناعة الهواتف الذكية و نمت بشكل مطرد، على الصعيد العالمي تتصدر قائمة الدول كل من الصين والهند والولايات المتحدة من حيث عدد مستخدمي الهواتف الذكية (<https://www.mordorintelligence.com/ar/industry-reports/smartphones-market>)

الشكل رقم (03): عدد اشتراكات الهواتف الذكية حول العالم من 2016-2017 (بالملايين)



Source: Ericson

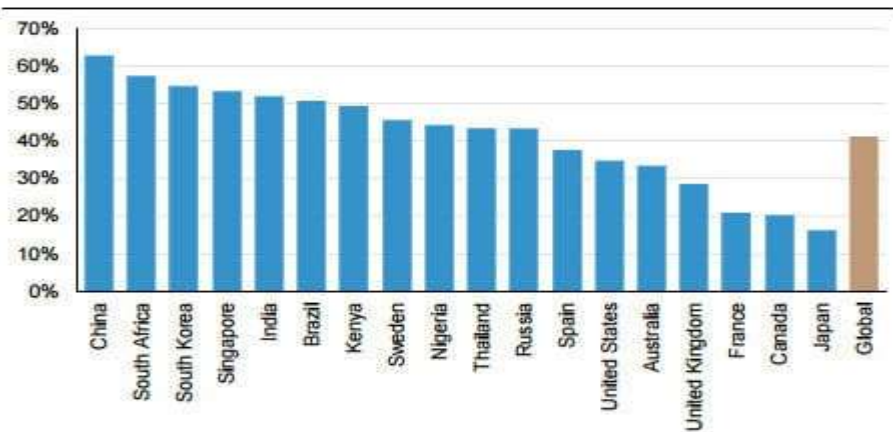
الشكل رقم (04): العدد الإجمالي لمستخدمي الخدمات البنكية من خلال الهاتف المحمول



Source: juniper Research, KPMG analyses

تعتبر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول عالية التطور في البلدان النامية، مثل الصين، بمعدل انتشار يتجاوز 60%، الهند (أكثر من 50%)، في حين تتجاوز 20% بفرنسا، و قاربت 35% في الولايات المتحدة (Fredouelle, 2015)

الشكل رقم (05): درجة تغلغل الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول حسب الدول



Source: UBS Evidence Lab

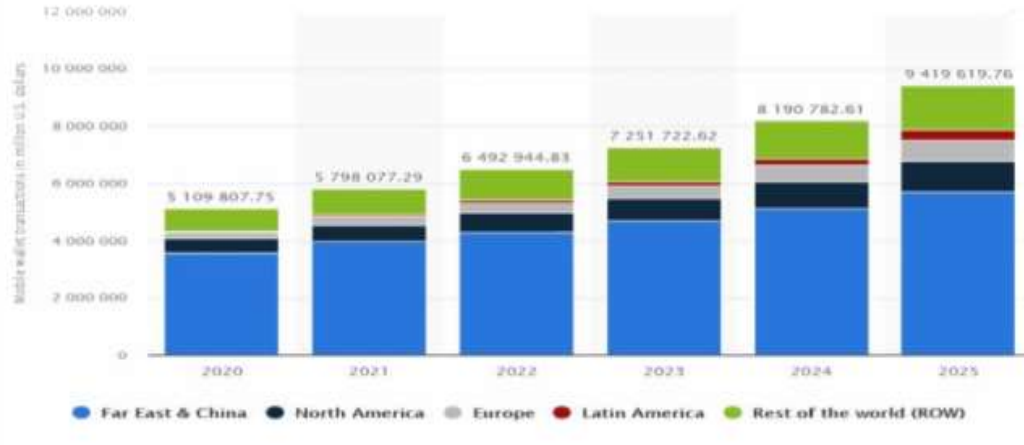
2.5. تطور حجم مدفوعات الهواتف المحمولة:

تزايد اعتماد المدفوعات عبر الهاتف المحمول حيث يتعامل حاليا ملايين الأشخاص مع خدمة (Mobile FinTech Apple pay)، وتطبيق (Starbucks، Samsung pay) و (Alipay)،

وPalpay، وWechatpay) وما إلى ذلك، يمكن تصنيف مزودي هذه الخدمة أنهم صانعو أنظمة تشغيل وصانعو الأجهزة وموفرو منصات الدفع. يجب أن يفي هؤلاء المزودون بمتطلبات الملاءمة والتوافق والتنقل والأمان والبساطة وما إلى ذلك.

تشمل التحديات الأمنية المتعلقة بتوفير خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول النزاهة، والمصادقة المتبادلة، والتوافر، والخصوصية ،... (Kang, 2018, p. 32)

الشكل رقم(06) : حجم سوق معاملات محفظة الهاتف المحمول في العالم خلال الفترة(2020-2025)



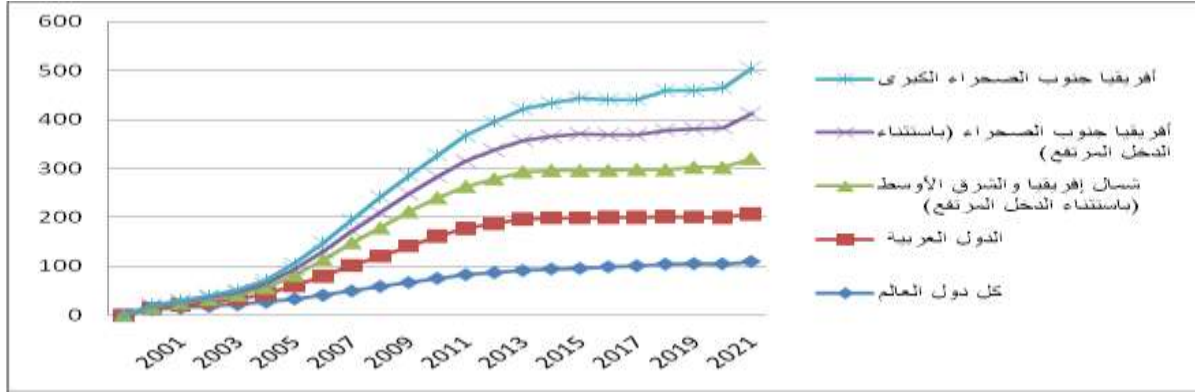
Source: (statista, 2021)

3.5. تطور سوق الهاتف المحمول في أفريقيا

أحدثت عولمة شبكة الإنترنت تغييرات كبيرة، لا سيما مع تكنولوجيا الألياف الضوئية بداية من سنة 1988، فكانت ثورة حقيقية مقارنة بالكابلات النحاسية، و قد بلغ عدد الخطوط الدولية 356 خطا نهاية سنة 2016، تتقل 99% من بيانات الإنترنت، وقد تضاعفت سعة النقل على المستوى العالمي بين سنتي 1997 و2000 ببلوغ استثمارات البنى التحتية إلى ذروتها بسبب فقاعة الإنترنت سنة 2001.

شهدت خدمات الهاتف المحمول تطورا كبيرا في الدول الإفريقية خلال العقدين الماضيين لاسيما بعد تحرير أسواق الاتصالات ودخول شركات القطاع الخاص للمنافسة، مما رفع عدد المستخدمين وساهم في انخفاض مستوى التكلفة لتصبح ملائمة لشريحة أكبر من السكان، و عليه ارتفع عدد الاشتراكات النشطة لخدمات الهاتف المحمول لكل مائة من السكان في الدول افريقية الصحراوية من 44.9 اشتراكا سنة 2010 إلى 92.6 سنة 2021، في المقابل عرفت الدول العربية نموا من 7.8 سنة 2010 إلى 97.13 اشتراكا سنة 2021.

الشكل رقم (07): تطور عدد اشتراكات الهاتف المحمول (لكل 100 نسمة)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي

يكشف تقرير الاتحاد "حقائق وأرقام" أن 75% من سكان العالم البالغين 10 سنوات وأكثر يملكون هاتفا محمول سنة 2022، و على المستوى الإفريقي تنصدر كل من سيشيل، جنوب إفريقيا وموريشيوس وبوتسوانا وغامبيا الترتيب من حيث عدد الاشتراكات في الهواتف المحمولة لكل 100 نسمة، أما دول القارة ذات النسب الأقل هي كل من إريتريا، جمهورية إفريقيا الوسطى وجنوب السودان وإثيوبيا وملاوي. (classement-etats-par-abonnements-telephonie-mobile-pour-100-habitants-afrique.php, 2020)

الجدول رقم (01): مؤشرات نمو قطاع الخدمات عبر الهاتف المحمول سنة 2021

العالم	الحسابات المسجلة مليار دولار	%	حسابات نشطة مليار	%	عدد الصفقات مليار دولار	%	حجم الصفقات	%
العالم	1.35	18	346	14	53.9	21	1000	31
إفريقيا جنوب الصحراء	605	17	183	12	36.6	23	697.7	40
غرب إفريقيا	237	20	58	17	9.3	27	239.3	60
شمال إفريقيا	15	13	1	2	77	11	3.7	-5
إفريقيا الوسطى	60	19	19	17	2.9	22	50.1	24
شرق إفريقيا	296	15	102	8	24	22	403.4	31
جنوب إفريقيا	13	8	4	25	335	20		42

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير حالة صناعة خدمات الأموال عبر الهاتف المحمول، من الموقع

https://www.gsma.com/sotir/wp-content/uploads/2022/03/GSMA_State_of_the_Industry_2022_French.pdf

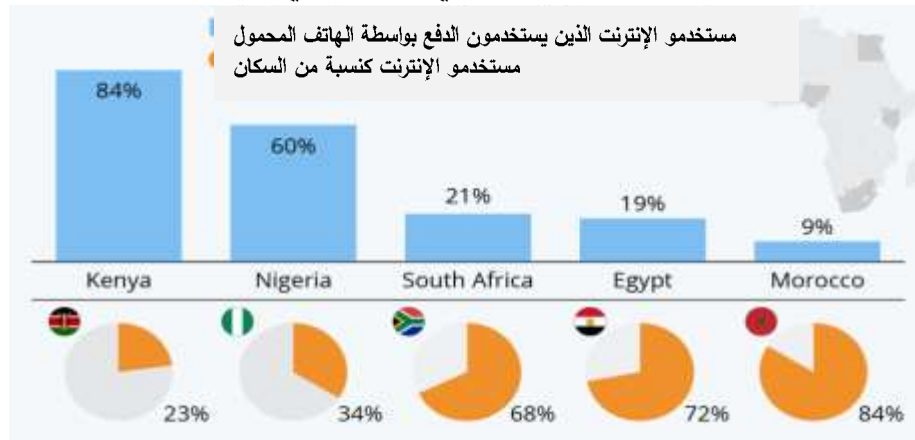
بادرت كينيا وأوغندا إلى اعتماد خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول، فشجعت العديد من الحكومات الأفريقية سكانها على استخدام المدفوعات عبر الهاتف المحمول للحد من انتشار كوفيد 19، لا سيما من خلال التنازل عن رسوم هذا النوع من المعاملات، فبلغت المعاملات عبر الهاتف المحمول في كينيا رقما قياسيا قدر 55.1 مليار دولار سنة 2021، بزيادة تقارب 20% عن سنة 2020.

ووفقا لإحصائيات شركة Statista، 84% من مستخدمي الإنترنت في كينيا كانوا يستخدمون هواتفهم المحمولة لإجراء مدفوعاتهم سنة 2021، وهو معدل اعتماد أعلى بكثير مما هو في أوروبا. وعلى الرغم من إمكانية

وصول ربع سكان كينيا إلى الإنترنت لا يزال هناك مجال كبير للنمو هذا السوق، الوضع مشابه في نيجيريا، حيث يعتمد 60% من مستخدمي الإنترنت على مدفوعات الهاتف المحمول سنة 2021، بمعدل انتشار للإنترنت يبلغ حوالي 34%. (Gaudiaut, 2022)

تعمل المدفوعات عبر الهاتف المحمول الحاجة إلى تحقيق الشمول المالي في إفريقيا، حيث لا تزال الغالبية العظمى من السكان بدون حساب مصرفي، وقد تم إطلاق محفظة للهاتف المحمول في السوق الأفريقية (M-Pesa) في كينيا من قبل مشغل الهاتف المحمول (Safaricom) سنة 2007، والتي تستقبل حاليا أكثر من 50 مليون مستخدم نشط شهريا عبر القارة. [/https://www.statista.com/chart/27017/mobile-payment-in-africa](https://www.statista.com/chart/27017/mobile-payment-in-africa)

الشكل رقم (08): تطور عدد مستخدمي الإنترنت في الدول الإفريقية



Source : statista global consumer survey, world bank

لا يزال تدفق الاستثمارات الجديدة والتحويلات التنظيمية يحول قطاع المدفوعات الإلكترونية في القارة الإفريقية بالرغم من صدارة النقد، فمن المتوقع أن يشهد سوق الدفع الإلكتروني المحلي في إفريقيا نموا في الإيرادات بنسبة 20% سنويا، لتصل إلى حوالي 40 مليار دولار بحلول 2025، مقارنة بحوالي 200 مليار دولار في أمريكا اللاتينية، في حين لم تتجاوز 7% على المستوى العالمي. (The 2021 McKinsey Global Payments Report, October 2021)

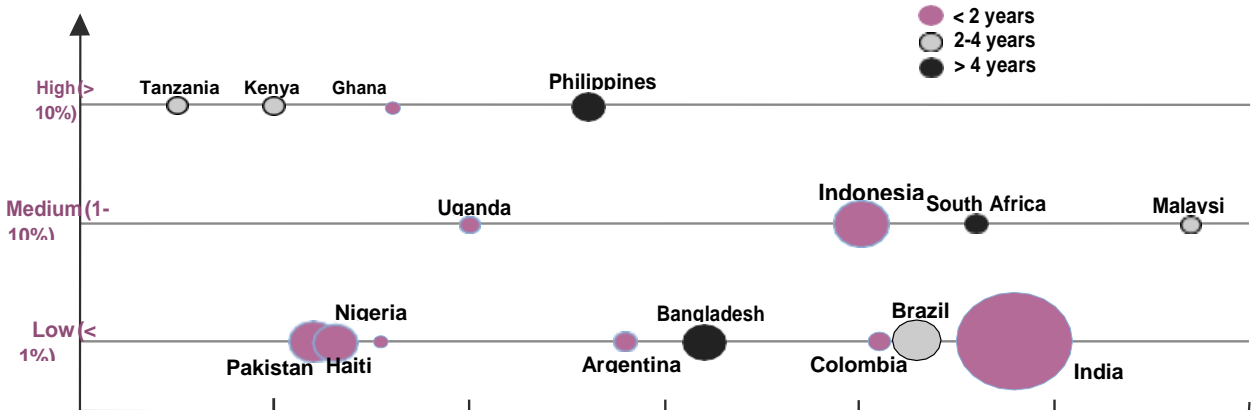
حققت المدفوعات الإلكترونية (مدفوعات محلية وعابرة للحدود) ما قيمته 24 مليار دولار من العائدات في القارة سنة 2020، منها حوالي 15 مليار دولار مدفوعات محلية من مجموع 47 مليار معاملة فردية، ومع ذلك، في المتوسط تم إجراء ما بين 5 إلى 7% فقط من مجموع معاملات الدفع في إفريقيا عبر القنوات الإلكترونية أو الرقمية، مقارنة بنسبة 50% أو أكثر في تركيا، على سبيل المثال، وهذا يؤكد فرص النمو لقطاع المدفوعات الإلكترونية، لا سيما مع تحسن وسائل الدفع الملائمة وقابلية التوسع وتطور البنية التحتية الداعمة.

عرفت الخدمات المالية المتنقلة نجاحا كبيرا في العديد من الدول الإفريقية مثل ساحل العاج، بوتسوانا، رواندا، جنوب أفريقيا، وغانا، فهذه البلدان لديها أكثر من 10% من سكانها البالغين مسجلين ويستخدمون

خدمات الأموال عبر الهاتف المحمول لتحويل الأموال ودفع ثمن السلع والخدمات وتلقي المدفوعات الدولية، و على الرغم من التزايد المطرد للطلب على الأموال عبر الهاتف المحمول في إفريقيا، إلا أن توافر الخدمة غير متكافئ عبر الأسواق، و يمكن التفرقة بين الدول الأفريقية من حيث نضج نظام التمويل الأصغر إلى ثلاث فئات، اسواق ناضجة يتجاوز معدل اختراق حسابات النقود عبر الهاتف المحمول فيها 1,000 لكل 1,000 بالغ كشرق إفريقيا وغانا (يملك بعض المستهلكين أكثر من حساب MFS واحد للتحايل على قيود التشغيل البنكي)، أما إذا انحصر معدل الاختراق بين 100 و 1000 حساب مستخدم لكل 1000 بالغ نقول أنها في طريق النضج، و هناك أسواق تدعى "العلاق النائم" (مثل نيجيريا والمغرب) حيث لا يزال معدل الاختراق أقل من 100 حساب لكل 1000 بالغ.

تواجه إفريقيا كباقي الاسواق الناشئة مفارقات فريدة حيث يكون انتشار الحسابات البنكية منخفض مقارنة باعتماد الهواتف المحمولة فهناك 6 مليار هاتف محمول في العالم بينما يوجد فقط 2 مليار حساب بنكي، في الهند مثلا يبلغ عدد سكانها 1.2 مليار نسمة، وتمتلك 900 مليون هاتف محمول و فقط 250 مليون حساب بنكي، مما يفرض تحديا كبيرا امام البنوك لان المدفوعات عبر الهاتف المحمول تساعد على تراخ حتم وعدد الودائع والعملاء خاصة ذوي الدخل المنخفض الذين يتلقون رواتبهم عبر هواتفهم.

الشكل رقم (09): تبني خدمات الهاتف المحمول في الدول الناشئة



Source: Sunil Gupta, 'The Mobile Banking and Payment Revolution', 4 The European Financial Review February – March 2013, p: 04, www.europeanfinancialreview.com

• التجربة الكينية:

من بين التجارب الناجحة لاعتماد الخدمات الرقمية المتنقلة كسبيل لتحقيق الشمول المالي ما قامت به كينيا لتطوير خدماتها المالية، عبر وضع إستراتيجية تهدف إلى توسيع فرص حصول شرائح المجتمع ذوي الدخل المنخفض، والمشاريع الصغيرة والمتوسطة على الخدمات المالية، وقد حققت منصة (M-PESA) نجاحا باهرا وسريعا منذ إنشائها كمنصة قروض للتمويل الأصغر، وقد تطورت لتصبح وسيلة يمكن للمستخدمين من خلالها إيداع وسحب النقود عبر هواتفهم المحمولة من خلال شبكة من الوكلاء المنتشرين في كل مكان في البلاد، ويشير الحرف (M) إلى كلمة (Mobil) أي الهاتف المحمول، وكلمة (Pesa) تعني المال.

تقدم المنصة خدمات مالية بالتجزئة خاصة في المناطق الريفية، بالاستعانة بثلاثة مزودين يقدمون خدمات لـ 58.3% من البالغين بأمان وكفاءة لدفع مقابل السلع و الخدمات، تحويل الأموال عن طريق الرسائل النصية حيث يمكن المستخدمين إرسال واستقبال الأموال إلكترونياً ، ويجري تبادل الأموال أي الإيداع والسحب بواسطة شبكة من وكلاء يملكون بالأساس محل ماكينات الصراف الآلي ومن بين وكلاء (M-PESA)، المتاجر الصغيرة، ومحطات الغاز، ومكاتب البريد، وحتى فروع البنوك التقليدية.

ساهمت الخدمات عبر الهاتف المحمول من رفع نسبة المنخرطين ضمن النظام المالي الرسمي من 58% سنة 2014 إلى 73% سنة 2017 حيث بلغ عدد السكان المالكين لحساب مالي على الهاتف المحمول 50 مليون شخص ذات السنة، بعيداً عن المتوسط العالمي الذي قدر بـ 4% (OULAI, 2022)

بعد عامين فقط من إطلاقها، كان لدى (M-PESA) سبعة مليون مستخدم في كينيا و 110 ألف وكيل منتشر في جميع أنحاء البلاد أي ما يفوق عدد ماكينات الصراف الآلي 40 مرة في كينيا. (Aucante, 2020) وتجذب طريقة تسعير الخدمة المقدمة أكبر عدد ممكن من الوكلاء، فخدمة الإيداع النقدي مجانية، ولكن هناك عمولة تقدر بحسب مبلغ المعاملة، وتدفع سواء عند إرسال الأموال إلكترونياً أو سحبها نقداً. ويحصل الوكلاء على جزء من إجمالي قيمة المعاملة (الإيداع والسحب النقدي)، يمكن لأي شخص استخدام منظومة (M-PESA)، إلا أن المستخدمين غير المسجلين في الخدمة يدفعون رسوماً أعلى و الهدف من وراء ذلك تشجيع مزيد من الأفراد على فتح حساب في المنصة.

اتسع نطاق الخدمات المقدمة من قبل (M-PESA) من شراء البث أو دفع فواتير الخدمات العامة والرسوم المدرسية إلى إمكانية فتح حسابات التوفير بفائدة والحصول على القروض قصيرة الأجل و ذلك سنة 2012، و في سنة 2017 مكنت صغار المزارعين من استخدام الهواتف المحمولة للتواصل مع الموردين (بشأن الأسمدة والبذور والأعلاف الحيوانية...)، والمهندسين الزراعيين، وخدمات المعلومات، وحتى المنافذ لبيع محاصيلهم، و قد ساهمت المنافسة القوية بين مشغلي الهاتف المحمول الرئيسيين في كينيا مثلاً إلى انخفاض أسعار المكالمات في الدقيقة بشكل حاد، كما تضاعفت سرعة الانترنت من 18.991 ميجابايت/الثانية في 2009 إلى 906.186 ميجابايت/الثانية بحلول 2012، الأمر الذي ساهم في انخفاض أسعار الاتصال بالإنترنت بنسبة 90% حتى مع زيادة الاستخدام بنسبة 200% .

التجربة الغانية: تحتل غانا المرتبة الثانية إفريقياً بعد كينيا حيث أشاد البنك الدولي بنمو قطاع الخدمات عبر الهاتف المحمول خلال آخر خمس سنوات، إذ عمدت شركات الاتصال إلى نشر و خلق الوعي و تثقيف العملاء و منح التراخيص للوكلاء و التجار تحت رعاية الحكومة التي سعت إلى تعزيز هذه الخدمة لتسهيل وصول الخدمات المالية لشريحة أكبر من المواطنين، بذلك حازت غانا على أكثر الأسواق حيوية و نشاطاً فقد بلغ عدد المشتركين بالهواتف المحمولة 36 مليون، تؤكد البيانات الصادرة عن بنك غانا عن ارتفاع في عدد حسابات الأموال عبر الهواتف المحمولة من 14.7 مليون سنة 2020 إلى 17.5 مليون سنة 2021، مما ساهم في ارتفاع العدد الإجمالي للمعاملات المالية عبر الهاتف المحمول من 193 مليون سنة 2020 إلى

295 مليون سنة 2021، و بالمثل من حيث قيمتها فقد انتقلت من 5 مليار دولار شهريا إلى 11.5 مليار دولار خلال ذات الفترة.

• **التجربة الأوغندية:** نما الإقبال على خدمات تحويل الأموال عبر الهاتف المحمول في أوغندا بشكل كبير مع الشركة الرئيسية التي تقدم مثل هذه الخدمات على MTN على شاكلة كينيا و الصومال، بالإضافة إلى اختراق (M-Pesa) الكينية السوق الأوغندية بسبب ارتفاع الطلب على الأموال عبر الهاتف المحمول. في الوقت الحالي يستخدم 35.1% من سكان أوغندا خدمات تحويل الأموال عبر الهاتف المحمول لإرسال الأموال واستلامها، وتسديد المدفوعات مقابل السلع والخدمات والرسوم والضرائب ، وتقديم التبرعات وأيضا للمعاملات الدولية.

بالرغم من كون إفريقيا سوقا واعدة إلا انه هناك فروقات واضحة بين تطور قطاع الخدمات عبر الهاتف المحمول في الدول الرائدة (كينيا، أوغندا، الصومال و تنزانيا) و باقي الدول الإفريقية كغرب القارة مثلا حيث لا تزال هذه الدول تسجل معدلات اختراق ضعيفة، حيث قدر معدل البالغين الذين يمتلكون حسابا نقديا عبر الهاتف المحمول في المتوسط 7 % مقابل 41 % للبلدان الرائدة.

6. خاتمة:

1.6. النتائج:

أضحت الاستفادة من التطبيقات المصرفية باستعمال الأجهزة المحمولة أمرا حتميا نظرا للتطور التكنولوجي السريع ولضرورة مواكبة حاجات العملاء وتلبيتها بأسرع وقت ممكن وبأقل تكاليف، وتستعمل عادة الوظائف المدمجة في الجهاز المحمول لتوفير تجربة مصرفية أفضل، فغدت الوسيلة الأكثر تفضيلا من قبل العملاء بالنظر إلى التكاليف و الشفافية بالمقارنة بالخيارات الأخرى المتاحة (التقل للوصول إلى البنك، والوقوف في طوابير من أجل إنجاز المعاملات المصرفية)، و عليه فقد سمح تحول المشهد المالي الإفريقي بإدخال أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول إلى مئات الملايين من الأفارقة الذين أصبحوا قادرين على إجراء مدفوعات إلكترونية فورية، و قد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها:

- تسارع التحول الرقمي للخدمات المالية و تنامي شركات التكنولوجيا الناشئة سمح بمعالجة ألف مليار دولار من المعاملات عبر الهاتف المحمول خلال 2021، كما بلغ عدد الحسابات المسجلة 1.35 مليار على مستوى العالم؛
- اتساع شبكة الاتصالات الالكترونية و الكثافة السكانية ساهم في انتشار الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول خاصة بين طبقات المجتمع ذات الدخل المنخفض؛
- غيرت تكنولوجيا الهاتف المحمول الحياة اليومية للسكان بشكل عميق في إفريقيا، فتغلبت على نقص البنية التحتية للاتصالات من خلال ابتكارات مصممة لتلبية احتياجاتهم الخاصة (خدمات تحويل الأموال عبر الهاتف المحمول مثل M-Pesa وخدمات الائتمان والادخار عبر الهاتف المحمول مثل M-Shwari ،

خدمات التأمين على الحياة لمشاركي الهاتف المحمول مثل Tigo، وشراء قروض يومية للطاقة المدفوعة مسبقاً مثل M-Kopa Solar، وما إلى ذلك)؛

- على الرغم من التزايد المطرد للطلب على الأموال عبر الهاتف المحمول في إفريقيا، إلا أن توافر الخدمة غير متكافئ عبر الأسواق، ويمكن التفرقة بين الدول الأفريقية من حيث نضج نظام التمويل الأصغر؛
- تسمح الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول بالاستفادة من عدة مزايا: توفير الوقت والجهد، انخفاض التكاليف، (Ahmed Osman Omar، 2022) سهولة إجراء العمليات، وسهولة نقل الأموال، إمكانية الدخول إلى الحسابات وإجراء العمليات في أي وقت وأي مكان، القيام بالتعاملات التجارية ونقل الأموال بين الحسابات بشكل أفضل وأسرع، زيادة معدلات التوغل والانتشار.
- تؤكد الاحصائيات أن فرص نمو قطاع المدفوعات الإلكترونية قائمة، لا سيما مع تحسن وسائل الدفع الملائمة وقابلية التوسع وتطور البنية التحتية الداعمة.
- رغم تعدد فوائد التكنولوجيا لتقديم الخدمات المصرفية باستعمال الأجهزة المحمولة للمصرف وعملائه، لا يمكن تجاهل التحديات الناجمة عنها، ومن أبرزها ازدياد المنافسة، البنية التحتية، خفض التكلفة، الاعتبارات الأمنية، تعزيز تنوع المؤسسات المالية، تسيير استخدام التقنيات المبتكرة ودخول المؤسسات غير التقليدية السوق، تشجيع تطوير منتجات مالية مبتكرة ومنخفضة التكلفة، و حماية العملاء عن طريق إرساء قواعد الإفصاح والمعاملة العادلة وازدياد حاجة المصرف إلى تطوير استراتيجياته.

2.6. التوصيات:

- تسريع وتيرة التحول الرقمي لتطوير الخدمات عبر الهاتف المحمول وزيادة مستويات كفاءتها خاصة في ظل التحديات التي فرضتها جائحة كوفيد-19؛
- وضع القوانين والتشريعات بهدف الحفاظ على بيئة إلكترونية آمنة والعمل على تطوير البنية التحتية المعلوماتية واستقطاب المهارات والقدرات التقنية والبشرية اللازمة، و عليه يجب على الحكومات الأفريقية أن تتحمل مسؤولياتها لتطوير الإطار التنظيمي المناسب للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؛
- تكريس و ضبط استخدام الهويات الرقمية في إطار الحوكمة الإلكترونية لتسهيل العمليات عن بعد كفتح الحسابات؛
- ابتكار خدمات مالية تناسب جميع شرائح المجتمع حسب احتياجاتهم وقدراتهم، على أن تكون ملائمة من حيث التكلفة والعدالة والشفافية، وتحسين وتطوير البنية التحتية
- العمل الجاد على ترسيخ الثقافة المالية لدى المواطنين من أجل الوصول إلى تحقيق نسب كبيرة في مجال الشمول المالي و ذلك بزيادة الوعي بين الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و 64 من خلال برامج التثقيف المالي ؛

- إيلاء اهتمام خاص للتغلغل الجغرافي لوكالات الدفع المتنقلة وتشجيع موقعها على مقربة معينة بحيث يمكن الوصول إليها بسهولة لأكثر عدد من الناس.

7. المراجع:

- A Omarini .(2018) .Fintech and the Future of the Payment Landscape: The Mobile Wallet Ecosystem – A challenge for Retail Banks ?*International Journal of Financial Research*.114-97 ،
- A., Hanafizadeh, P & .Karjaluto, H Shaikh“ .(2017) .Mobile Banking and Payment System:A Conceptual Standpoint .”*International Journal of E-Business Research*.22-14 ،
- Antonios Kalaitzaki) .June, 2020 .(The Evolution of Banking: From Retail to Mobile Banks and Fintech . *thisis* .11 ، <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.18435.73762>.
- Alsmadi .(2022) .Twenty Years of Mobile Banking Services Development and Sustainability: A Bibliometric Analysis Overview (2000 -2020)*Sustainability*.
- Aude Fredouelle .(2015 ,10 28) .Les services bancaires mobiles compteront 1,8 milliard d'utilisateurs en 2019 .<https://www.journaldunet.com/ebusiness/internet-mobile/1165301-les-services-bancaires-mobiles-compteront-1-8-milliard-d-utilisateurs-en-2019/> . /
- CASSIDET MARIE-MICHELE OULAI .(2022 ,03) .IMPACT DE L'INCLUSION FINANCIÈRE SUR LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE DES PAYS D'AFRIQUE SUBSAHARIENNE .MÉMOIRE PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA MAÎTRISE EN SCIENCES DE LA GESTION . UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES.
- classement-etats-par-abonnements-telephonie-mobile-pour-100-habitants-afrique.php .(2020 ,03 20) . <https://atlasocio.com>.
- Dwayne WINSECK .(2017) .The Geopolitical Economy of the Global Internet Infrastructure .*Journal of Information Policy*.267-228 ،7 ،
- H. E & .,Rios, R. E Riquelme .(2010) .The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking . *International Journal of Bank Marketing*.341–328 ،(5)28 ،
- H. T. T & .,Corner, J. Tran .(2016) .The impact of communication channels on mobile banking adoption . *International Journal of Bank Marketing*.
- H., Glavee-Geo, R., Ramdhony, D., Shaikh, A. A & .,Hurpaul, A Karjaluto .(2021) .Consumption values and mobile banking services: Understanding the urban–rural dichotomy in a developing economy . *International Journal of Bank Marketing*.273-292 ،(2) 39 ،
- H., Pedersen, P. E & .,Thorbjornsen, H Nysveen .(2005) .Intentions to use mobile services: Antecedents and cross-service comparisons .*Journal of the Academy of Marketing Science*.346–330 ،33 ، https://au.int/sites/default/files/documents/38507-doc-ie25718_dts-arabic.pdf . (بلا تاريخ) . <https://www.mordorintelligence.com/ar/industry-reports/smartphones-market> . (بلا تاريخ) . <https://www.statista.com/chart/27017/mobile-payment-in-africa> . / (بلا تاريخ) . /
- J. and Tellez, C.A Donner .(2008) .Mobile Banking and Economic Development:Linking Adoption, Impact, and Use .*Asian Journal of Communication*.332-318 ،18 ،
- Jeremiah Koori Ahmed Osman Omar .(2022) .Mobile Banking Services and Financial Performance of Saccos in Mandera County, Kenya .*International Journal of Current Aspects in Finance, Banking and Accounting* ،(2) 4 ، PP 96-111.
- K. J Ditshego .(2018) .Assessing the influence of digital transformation on digitalmaturity within a large corporate bank .24-19 .North-West University.
- M. S Alzaidi .(2022) .Exploring the Determinants of Mobile Banking Adoption in the Context of Saudi Arabia .*International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*.16–1 ،
- Matthieu Aucante .(2020) .La bancarisation de l’Afrique par les téléphones mobiles : de nouveaux acteurs sur la scène financière mondiale ? Université Paris II.
- Mthuli NCUBE et Peter ONDIEGE .(2013) .*Silicon Kenya- Harnessing ICT Innovations for EconomicDevelopment* .African Development Bank.
- N., Rossi, M. and Tuunainen, V.K Mallat .(2004) .Mobile Banking Services .46-42 .Communications of the ACM.
- Nicoletti “.(2014) .*Mobile Banking: Evolution or Revolution .”* PALGRAVE MACMILAN.
- October 2021 .(The 2021 McKinsey Global Payments Report .McKinsey.

- S. J & ,Corbitt, B Barnes .(2003) .Mobile banking: Concept and potential ., *International Journal of Mobile Communications*.288–273 ،
- T., Lu, Y & ,Wang, B Zhou .(2010) .Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption . *Computers in Human Behavior*.767–760 ،
- Thomas Puschmann .(2017) .*Business & Information Systems Engineering: The International Journal of WIRTSCHAFTSINFORMATIK* , 2017, vol. 59, numéro 1, n.76-69 ، 59 ، 76-69 ، 5 °
- Tristan Gaudiaut 7) .mars .(2022) ,Le potentiel du paiement mobile en Afrique .STASISTA.
- أسماء مبارك إبراهيم بكري. (2022). " دور تطبيق التحول الرقمي يف ترشيد تكاليف الخدمات المصرفية يف البنوك التجارية المصرية" ، 479. *مجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية ، المجلد الثالث عشر (العدد الثاني)، 479.*
 - جميلة سلايمي، يوسف بوشي. (2019). (2019). التحول الرقمي بين الضرورة و المخاطر. *مجلة العلوم القانونية و السياسية ، 947.*
 - جميلة سلايمي، يوسف بوشي. (2019). التحول الرقمي بين الضرورة و المخاطر. *مجلة العلوم القانونية و السياسية ، 10 (02)، 947.*
 - شريف ناجي عبد الجيد ناجي، احمد عبد السلام أبو موسى، سمير رياض هلال. (2022). "نحو بناء مؤشر كمي موضوعي لقياس التحول الرقمي بهدف استدامة منشآت الأعمال المصرية: دراسة تطبيقية". *مجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية ، المجلد الثالث عشر (العدد الثاني)، 276.*
 - فريد حبيب ليان. (2019). *التكنولوجيا المالية جسر القطاع المالي الى المستقبل. اتحاد شركات الاستثمار.*
 - محمود سلامة الشريف. (2022, 03 02). 4.6 مليار.. تنزيلات تطبيقات الخدمات المصرفية عبر المحمول!
 - هبة قابلي. (جوان, 2020). *تكنولوجيا الهاتف المحمول والعمل المصرفي. تم الاسترداد من id=836&http://scs.org.sy/?q=scs/infomag/showarticlenode*
 - همسه آصف غانم. (2018). الصيرفة عبر الهواتف النقالة ودورها في تحسين خدمة العملاء:(دراسة ميدانية في المصارف العاملة السورية). 22. *الجامعة الافتراضية السورية، دمشق - دبي.*