

## الصيرفة المحمولة كمدخل معاصر للاقتصاد الرقمي: واقع وآفاق

*Mobile Banking as a contemporary trend to the digital economy: Reality and prospects*

د، عماني لمياء

د، حمدوش وفاء

جامعة: جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

جامعة: باجي مختار - عنابة

lamitta.ame2001@yahoo.fr

hamdouche wafa@yahoo.fr

ملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مساهمة "الرقمية" في تطوير العمل المصرفي، خاصة بعد ظهور الصيرفة المحمولة التي تعتمد أساسا على الهواتف المحمولة الذكية، أين أصبحت تمثل الأداة التكنولوجية التي لا تكاد تفارق مستخدميها. اعتمدت هذه الدراسة على التقارير والاحصاءات الدولية التي بينت مساهمة هذه التقنية في زيادة حجم المعاملات التجارية الرسمية والتخفيض من حدة تكاليفها. البنوك الجزائرية معنية بالتطور الهائل في عدد مستخدمي الهواتف المحمول، في ظل توسع نطاق تغطية الاتصالات الخلوية، مما يمثل آفاقا كبيرة لتبني الصيرفة المحمولة قصد تحسين مستوى الخدمات البنكية. هذا التحدي يستدعي تشجيع الشراكة بين المؤسسة المصرفية ومتعملي الشبكات المحمولة، وتعزيز البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال، لتسهيل عملية استغلال تكنولوجيا الصيرفة المحمولة. الكلمات المفتاحية: صيرفة محمولة، اقتصاد رقمي، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، هاتف محمول.

### Abstract:

This study aims to clarify the contribution of digital technology to the development of banking activity. Especially after the emergence of mobile banking relied on smart phones, which became the technological tool inherent to the users.

The study was based on international reports and statistics that showed the role of this technology in increasing the volume of official business transactions and reducing their costs.

Algerian banks are concerned by the huge growth of mobile users and the expansion of the coverage of cellular communications, which represent great prospects for the adoption of mobile banking in order to improve banking services.

This challenge requires partnership between banking institutions and mobile network operators and strengthening communication technology infrastructures to expand the exploitation of mobile banking technology.

**Keywords:** mobile banking, digital economy, information and communication technologies, mobile phone.

لقد أحدث الاقتصاد الرقمي تغييرا كبيرا في مجال التمويل والصيرفة، حيث أفرزت التحولات والتغيرات التي عرفتها التكنولوجيا الحديثة في مجال البرمجيات والاتصالات، إلى ظهور الصيرفة المحمولة التي تمثل إحدى أشكال الصيرفة الإلكترونية، تجسدت في استخدام الهاتف المحمول كأداة لتوزيع وتقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة موجهة سواء لزبائن البنك أو لغيرهم من أفراد المجتمع، فالانتشار الكبير للهاتف المحمول، فتح أمام القطاع المصرفي سوق جديدة بفضل خدمة "النقود المحمولة" *Mobile Money* والتي تمكن الزبائن من تسديد مدفوعاتهم وإيداع أموالهم، مما ساهم في تطور مستويات الاداء المصرفي وزيادة عوائد تقديم الخدمات المالية المصرفية والنمو في حجم المعاملات المصرفية.

تشير الاحصائيات أنه من بين سكان العالم الذين ليسوا لهم تعاملات مع البنوك، يوجد أكثر من مليار شخص يمتلكون هواتف محمولة، مما يمثل آفاقا مستقبلية لتطوير خدمة المال المحمول، خاصة أنه وصل عدد مستخدمي هذه الخدمة إلى 700 مليون مستخدما خلال الفترة الممتدة من سنة 2013 إلى سنة 2015.

ونظرا للإقبال الكبير على استخدام الهواتف المحمولة بين مختلف شرائح المجتمع الجزائري، مما يشكل فرصة كبيرة لتبني الصيرفة المحمولة، أمام ضرورة تطوير القطاع المصرفي الجزائري وتحقيق التحديث فيه. مما سبق، تنطلق هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي :

- كيف ساهمت تقنيات تكنولوجيا المعلومات في تطوير الصيرفة المحمولة؟ وما هو واقع وآفاق هذه الخدمة؟

هيكل الدراسة:

قسمت هذه الدراسة إلى أربعة محاور رئيسية:

المحور الاول: ماهية الاقتصاد الرقمي.

المحور الثاني الصيرفة المحمولة كتقنية حديثة للصيرفة الإلكترونية.

المحور الثالث: واقع خدمة الصيرفة المحمولة في مختلف دول العالم.

المحور الرابع: آفاق خدمة الصيرفة المحمولة في الجزائر

أولا: ماهية الاقتصاد الرقمي

يعتمد الاقتصاد الرقمي على التكنولوجيا الرقمية المتمثلة في شبكات الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات، التي تتخذ من الانترنت ركيزة اساسية لها، لذلك يطلق على الاقتصاد الرقمي احيانا مصطلح "اقتصاد الانترنت".

ولأن الاقتصاد الرقمي يعتمد بالدرجة الأولى على المعرفة يطلق عليه بعض الخبراء ايضا مصطلح "اقتصاد المعرفة" الذي تعتمد فيه إنتاجية وتنافسية الشركات على قدراتها في توليد ومعالجة واستخدام المعلومات بأسلوب أكثر كفاءة، كما يوصف أيضاً بأنه الاقتصاد الذي تكون فيه المعلومات هي العملة المستخدمة والمنتج قيد التبادل، لذلك فالمعرفة هي أصل من أصول الاقتصاد الرقمي .

## 1- مفهوم الاقتصاد الرقمي:

ثمة مسميات عدة يتم استخدامها للتعبير عن "الاقتصاد الرقمي"، مثل اقتصاد المعرفة، واقتصاد المعلومات، واقتصاد الإنترنت، والاقتصاد الافتراضي، والاقتصاد الإلكتروني.. إلخ<sup>1</sup>.

ويقصد بالاقتصاد الرقمي التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، من جهة، والاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما<sup>2</sup>.

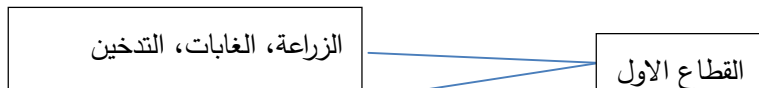
كما يعرف الاقتصاد الرقمي على أنه ممارسة الأنشطة الاقتصادية في المجال الإلكتروني باستخدام وسائط الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، من خلال إيجاد روابط فعالة ما بين أطراف النشاط الاقتصادي<sup>3</sup>.  
يعتمد الاقتصاد الرقمي على أسس ثلاثة من وجهة النظر الاصطلاحية:

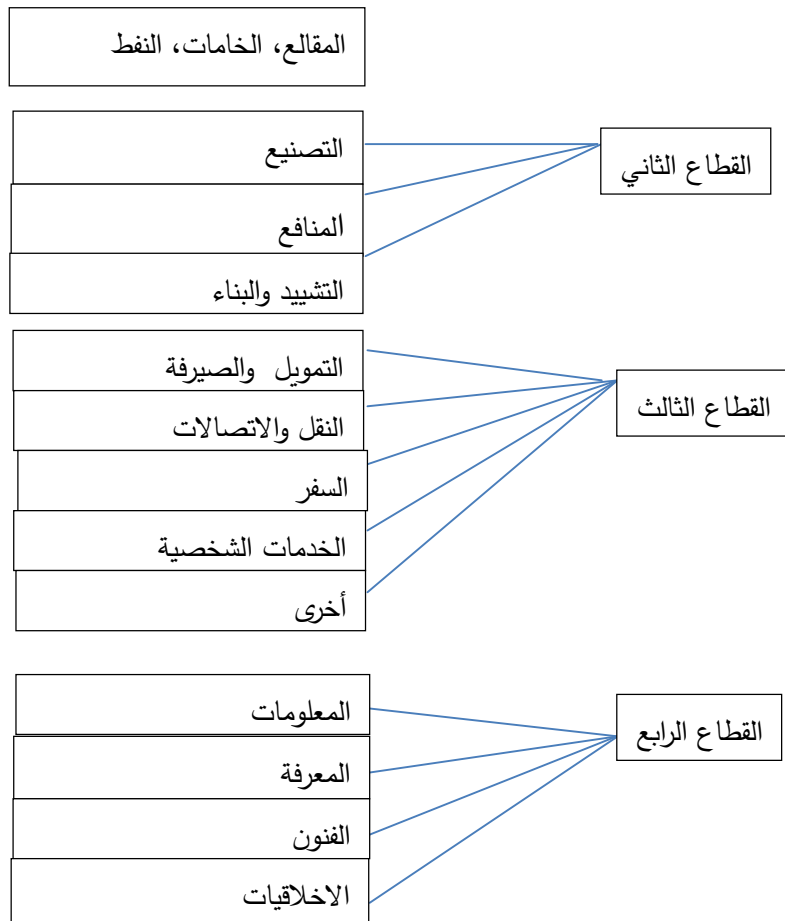
- المنتجات الجديدة التي لم تكن موجودة من قبل، والتي هي في جوهرها معرفية مصاغة بلغة رقمية (التشفير والترميز)، أو التي تعتمد بشكل أساسي في بنائها على المعرفة كالمعالجات الحاسوبية.
- الأدوات والوسائل المستخدمة، والتي انتقلت من الحالة الميكانيكية ثم الحالة الإلكترونية (الكهربائية) إلى الحالة الرقمية (التشفير والترميز)، حيث تتجلى تلك الأدوات والوسائل في الأجهزة الحاسوبية والشبكات المتنوعة كالإنترنت والإكسترنات والإنترنت.
- آليات التعامل الجديدة المتمثلة بالأنظمة الحديثة لإدارة المنتجات المعرفية عبر الأدوات والوسائل التي ذكرناها، والتي تتجلى في آليات التخزين والاستعلام والنشر والاسترداد... إلخ، مما يخلق خصوصية تنفرد المنتجات الرقمية عن غيرها من المنتجات<sup>4</sup>.

ويرتكز الاقتصاد الرقمي على ركزتين أساسيتين هما: التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات، هذه الأخيرة هي التي خلقت الوجود الحقيقي والفعلي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية.

يبين الشكل الموالي كيف أصبحت المعلومات والمعرفة تشكل أهمية كبيرة في بناء الاقتصاد الرقمي الذي غير بيئة الأعمال للأنشطة الاقتصادية بشكل مغاير فقد أصبح التحكم في التقنيات أهم ما يميز الاقتصاد الرقمي.

### الشكل رقم (1): قطاعات الاقتصاد الرقمي





المصدر: نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الاستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ، السعودية، 2004، ص 88.

## 2- خصائص وسمات الاقتصاد الرقمي:

من أهم خصائص وسمات الاقتصاد الرقمي:

- ✓ سهولة الوصول إلى مصادر، حيث يعتمد نجاح ونمو الاقتصاد الرقمي على قدرة الأفراد والمؤسسات على المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الإنترنت المختلفة.
- ✓ المنافسة وهيكل السوق في ظل الاقتصاد الرقمي، يشمل الاقتصاد الرقمي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الإلكترونية وخدمات التوصيل الإلكترونية والبرمجيات والمعلومات، وهي تختلف باختلاف حجم المعاملات الاقتصادية والتخصص والموارد، وتأثير شبكات المعلومات والمعايير والسلع العامة وتكلفة المعاملات والصفقات. وتؤثر تكنولوجيا المعلومات على درجة المنافسة وأساليبها وتحسين المراكز التنافسية.
- ✓ مستقبل الاقتصاد الكلي في ظل الاقتصاد الرقمي، تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً أساسياً في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وفي الاستثمارات الرأسمالية والتجارة الإلكترونية الداخلية والخارجية، ويؤثر الإنترنت في أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل.

✓ الاقتصاد الرقمي يوفر المعلومات لإتخاذ القرارات، يمكن التحكم في المعلومات بالإستخدام الفعّال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات والسياسات الاقتصادية، وتساعد مهارات إدارة المعلومات في نجاح إتخاذ القرارات الاستثمارية بعيدة المدى بدقة.<sup>5</sup>

### 3- العناصر الداخلة في تشكيل الاقتصاد الرقمي:

يشتمل الاقتصاد الرقمي على مجموعة من العناصر المتفاعلة معًا بشكل يجعل من هذا الاقتصاد نظامًا فعالًا، وهذه العناصر تشمل المنتجات الرقمية والتسويق الإلكتروني والمستهلكون والبائعون والوسطاء ومنتجو البنية التحتية للاقتصاد الرقمي وموفرو الخدمات الداعمة ومطورو محتوى المواقع التسويقية .

ومن أهم أربع قوى رئيسية تؤثر في تحديد شكل العصر الرقمي الجديد نذكر:

▲ البنية التحتية الداعمة : هي مجموعة البنى التحتية الاقتصادية التي تستخدم في دعم عمليات وانشطة الاعمال الالكترونية وتبادل التجارة الالكترونية، حيث تتضمن هذه البنى التحتية شبكات الاتصال الهاتفي السلكية واللاسلكية وخدمات الاقمار الصناعية، والكيانات البرمجية والكيانات المادية، والخدمات التكميلية والعنصر البشري المدرب والمؤهل وخدمات مواقع الويب، وخدمات الدفع الالكتروني عبر الانترنت والخدمات الاستشارية وخدمات شهادات الثقة والامان، وخدمات الصورة المرئية والمسموعة وغيرها...

▲ النمو الهائل في استخدام الإنترنت : لقد أصبحت الانترنت اليوم سوقا إلكترونية، حيث تتنامى استخداماتها من قبل شركات الاعمال على إختلاف أنواعها، فزيادة على إعتبارها مصدرا للقيام بالاتصالات الالكترونية ونقل البيانات وبحوث التسويق، فإن العديد من الشركات يستخدمونها لتسويق سلعهم وخدماتهم وتمكنهم من متابعة عملائهم على أساس علمي.

فبعدها كانت معظم الشركات تفتقر إلى المهارة والدراية والخبرة الضرورة، استطاعت تكنولوجيا المعلومات من توفير الارضية المناسبة لهذه الشركات التي تتطلع لتحقيق الميزة التنافسية، فتحوّلت تكنولوجيا المعلومات إلى قوة دافعة وثقافة تكنولوجية تؤدي إلى تطور الامكانيات والقدرات الانتاجية، وبالتالي تحقيق أقصى الارباح، كما ساهمت الانترنت في تحقيق وفورات في التكلفة وتقلص المخاطر وتعزيز جودة المنتجات وتحقيق قدر عال من التسعير التنافسي.<sup>6</sup>

▲ الأممات الجديدة من الوسطاء: ساهمت التقنيات التكنولوجية الحديثة في ظهور الالاف من الشركات الاعتبارية الموجودة على الانترنت، والتي يطلق عليها " دوت كوم"، وقد أدى النجاح الكبير لتلك النوعية من الشركات مثل **Yahoo.com** إلى التأثير بشكل واضح على العديد من الشركات الصناعية التقليدية وعلى الموزعين الموجودين في

الاسواق الفعلية، ولقد أدى ظهور النوعية الجديدة من الوسطاء الموجودين على الانترنت إلى جعل الشركات المنتجة تقوم بإعادة تقييم الطريقة التي تخدم بها أسواقها.

- تفصيل العروض التسويقية من قبل البائع وتفضيلها من قبل المستهلك :

البائعون فهم يتمثلون في كل الشركات النشطة على الإنترنت سواء من خلال عرضها لمنتجاتها أو إعلانها منتجات لشركات أخرى، وتجدر الإشارة إلى أن هنالك بعض الشركات التي تنشط على مستوى السوق الإلكتروني فقط دون السوق الملموس، وقد ساعدتها خصائص ومميزات الاقتصاد الرقمي على التواجد بشكل كبير على مستوى العالم ككل، نظرًا لإنعدام وجود الحدود الجغرافية مثال ذلك أمازون دوت كوم *Amazon.com* وأي باي *E-Bay* ويا هو *Yahoo* وغيرها، وحتى على المستوى المحلي برزت شركات صغيرة وبائعون يقومون بعرض بضائعهم وبيعها باستخدام الانستغرام، نظرًا لقلة حواجز الدخول فإن عدد البائعين الذين يعملون في نظام الاقتصاد الرقمي في تزايد مستمر ومعروضهم التجاري في تزايد كبير أيضًا.

أما المستهلكون، فإن أهم ما يميزهم في عهد الاقتصاد الرقمي هو عددهم الكبير، إذ يعتبر كل من يدخل على شبكة الإنترنت عميلًا محتملًا للشركات التي تنشط في السوق الإلكتروني، وبإمكان المستهلك البحث والاختيار وحتى المساومة، نظرًا للعدد الهائل من المعروض السلعي والخدمي في هذا السوق، وكذلك للحجم الهائل من المعلومات المتوفرة على المواقع الإلكترونية مما يسهل على المستهلكين عمليات التبادل.<sup>7</sup>

### ثانياً: الصيرفة المحمولة كتقنية حديثة للصيرفة الإلكترونية

تعد الصيرفة الإلكترونية من أرقى ما توصل إليه الفكر المصرفي الحديث بالتزاوج مع تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وبتأثير الثورة التكنولوجية على وسائل الاتصال، ظهرت بوادر نقلة نوعية في طريقة تقديم الخدمات المصرفية، من خلال التفكير في تقديم تلك الخدمات عن طريق الهاتف المحمول، وهو ما يعرف بالصيرفة المحمولة.

### 1- مفهوم الصيرفة المحمولة:

تعرف الصيرفة المحمولة أو البنوك الخلوية (*M-Banking*) بالمعنى الضيق للمصطلح، على أنها تلك الخدمات المصرفية المقدمة بواسطة الهاتف المحمول، والمتمثلة أساساً في خدمة الاطلاع على الرصيد، تسديد الفواتير، وتحويل الأموال. أما بالمعنى الواسع، فهي تلك الخدمات المالية الممكن تقديمها بوجود أو بعدم وجود حساب مصرفي عن طريق الهاتف المحمول، من قبل كل مؤسسة معتمدة للقيام بذلك.<sup>8</sup>

ويمكن تعريف الصيرفة المحمولة على أنها تلك الخدمات الإلكترونية المقدمة للعميل عبر هاتفه المحمول المعتمد للخدمة، وذلك عبر قناة اتصال تربط بين البنك و العميل وبواسطة تقنية تتيح استخدام الأنترنت من خلال الهاتف المحمول، حيث تمكن العميل الاتصال بحسابه البنكي وإجراء مختلف المعاملات المصرفية، كالاطلاع على أسعار الاوراق المالية وإصدار أوامر بشرائها، الاستفسار عن رصيد حسابه، إيداع الاموال، تحويل الأموال من حسابه إلى حساب آخر، كما تمكن هذه الخدمة البنوك من توسيع دائرة نشاطاتها والرفع من عدد زبائنها، وذلك لإتسامها ببساطة وسهولة الاستخدام وإنخفاض تكاليفها، مما يؤدي إلى إشباع رغبات وإحتياجات الزبائن و زيادة درجة إرضائهم واستمرار تعاملهم مع البنك، وهو ما يتعكس ايجابيا على أرباح البنوك.<sup>9</sup>

كما تعرف الصيرفة المحمولة على أنها تلك الخدمات المصرفية والمالية المقدمة عن طريق الهاتف المحمول، من خلال إستخدام الزبون لرقم سري يسمح له من خلاله الدخول إلى حسابه و الاستعلام عن أرصده، وكذا الخصم منه تنفيذاً لأي خدمة مصرفية مطلوبة.<sup>10</sup>

وباختصار، فإن المصطلحات الصيرفة المحمولة (*m-Banking*)، التحويلات المحمولة (*m-Transfers*)، المدفوعات المحمولة (*m-Paiement*)، المالية المحمولة (*m-Finance*)، يرتبط إستخدامها بسلسلة من التطبيقات الموجودة في الهاتف المحمول، يستطيع من خلال المستخدمين تسيير معاملاتهم المالية والمصرفية.

## 2- تقنيات الصيرفة المحمولة:

تضم الصيرفة المحمولة تقنيتان هما الرسائل النصية المصرفية (*SMS Banking*) والويب المصرفي (*Banking WAP*):<sup>11</sup>

### 2-1- الويب المصرفي (*WAP Banking*):

تسمح هذه التقنية بالدخول للحسابات المصرفية بواسطة الأنترنت، ويتوفر الأمان في المعاملات المنفذة عن طريق هذه التقنية بتشفير المعلومات المرسله عبر الهاتف المحمول، ويمكن أن تتم هذه التقنية بطريقتين:

- إما عن طريق الموقع الإلكتروني يربط بين بطاقة *SIM* للزبون ومخدم البنك، في هذه الحالة فإن المعلومات المقدمة ترسل عبر الأنترنت لمخدم البنك لمعالجتها ومن ثم يقوم بإعادة إرسال نتائج المعالجة.

- إما عن طريق موقع إلكتروني مركزي على مستوى مخدم البنك، في هذه الحالة يكون الإتصال عبر الأنترنت بين مخدم الويب للزبون وبطاقته *SIM* قبل تنفيذ إي معاملة تجارية.

### 2-2- الرسائل النصية المصرفية (*SMS Banking*):

تعتبر الرسائل النصية المصرفية إحدى أشكال الصيرفة الإلكترونية، حيث تجمع بين الرسائل النصية والهاتف المحمول، يستطيع من خلالها الزبائن إدارة حساباتهم، الإطلاع على أرصدهم، طلب دفاتر الشيكات، تحويل الأموال، دفع الفواتير وباقي المعاملات المصرفية، كل ذلك باستخدام هواتفهم المحمولة.

أما عن نظام الدفع الإلكتروني عبر الهاتف المحمول، فيتم من خلال استخدام الاتصال اللاسلكي لربط كل الاجزاء الضرورية لإتمام العمليات. ويتألف هذا النظام للدفع من:

- الزبون صاحب الحساب المصرفي.
- مخدم الدفع الإلكتروني الموجود في البنك و المتصل بنظام البنك المركزي.
- مخدم إرتباط موجود لدى المتعامل بشبكة الخلوية، والذي يمثل صلة الوصل بين كل من الزبون و المخدم البنك.
- البائع الذي سيتم تحويل المبلغ لحسابه و الذي يدعى نقطة البيع.<sup>12</sup>

مما لاشك فيه أن سر نجاح الدفع الإلكتروني عبر الهاتف المحمول يعتمد بشكل أساسي على مدى تقبل التجار و المشترين لهذا الشكل، فمن الضروري توفر البروتوكولات المعيارية المقبولة لتوفير الأمان و السرية لعملية الدفع الإلكتروني، إلى جانب إستخدام طرق التشفير و التواقيع الإلكترونية، وتظهر أهمية ضمان حماية النقود المنتقلة بين الأطراف لأن معظم الشركات والمؤسسات المالية وكذلك الحكومات في كثير من الدول معنية بعملية الدفع الإلكتروني.<sup>13</sup>

### 3- أهمية الصيرفة المحمولة:

كما ذكر سابقا أن خدمة الصيرفة المحمولة يستفيد منها كل من الزبائن البنكيين (*Clients Bancarisés*) و الزبائن غير البنكيين (*Clients non Bancarisés*)، وعلى هذا الأساس تختلف أهمية الصيرفة المحمولة حسب فئة على حدى.

### 3-1- بالنسبة للزبائن البنكيين:

تكمن الخدمات التي يقدمها البنك لزبائنه عبر الهاتف المحمول في:

- سهولة استغلال حساباتهم الجارية والادخارية.
- الاطلاع على عروض البنوك.
- الاطلاع على أسعار صرف العملات ومعدلات الفائدة.
- الاستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات.
- المواقع الجغرافية للبنك ووحداته.
- تحويل الاموال من حساباتهم إلى حسابات أخرى.



- تسديد الفواتير عبر تدفق الحساب النقدي.
- التحذيرات في حالة وجود حركة على مستوى الحساب.
- طلب دفتر الشيكات.

### 3-2- بالنسبة للزبائن غير البنكيين:

تستفيد هذه الفئة من الخدمات المالية المحمولة المقدمة من طرف متعاملي الهواتف المحمولة أو المؤسسات المالية، من خلال محفظة إلكترونية موجودة في الهاتف المحمول تمكنهم من تسهيل عمليات الشراء، تحويل الأموال، تسديد الفواتير.

### 4- فوائد الصيرفة المحمولة:

تتمثل فوائد الصيرفة المحمولة في النقاط التالية<sup>14</sup>:

- تخفيض تكلفة المعاملات المحلية والدولية.
- الاستفادة من الخدمات المصرفية وخلق عادات تجارية جديدة.
- الحد من خطر السرقة، والتخفيض من استعمال النقد.
- توفير الوقت، والاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد.
- تقوية النظر الاجتماعية لمعاملي الهاتف المحمول، حيث يسمح للمسجلين في خدمة الدفع المحمول الاستفادة من القروض المصغرة و تطوير مشاريعهم الخاصة، وبالتالي المساهمة في النمو الاقتصادي.
- تحسين عملية مراقبة التداول النقدي الائتماني.

### 5- الخدمات المالية المحمولة:

تنقسم الخدمات المالية المحمولة إلى ثلاث أنواع:<sup>15</sup>

#### 5-1- المال المحمول (Argent Mobile):

- تعتمد خدمة المال المحمول على الهاتف المحمول في القيام بالتحويلات أو التسديدات لصالح الزبائن البنكيين أو غير البنكيين، حيث يجب أن تعتمد هذه الخدمة على المعايير التالية:
- أن توفر على الأقل المنتجات التالية: التحويلات من محمول إلى محمول (*Transfers P2P*)، تسديد الفواتير، المدفوعات التجارية، أو التحويلات المالية.
  - أن تعتمد على شبكة واسعة لنقاط البيع (دون الوحدات البنكية)، حتى تمكن الزبائن البنكيين وغير البنكيين من الاستفادة من الخدمة، ولا يشترط أن يتوفر هؤلاء الزبائن على حسابات مصرفية مسبقا للاستفادة من خدمة المال

المحمول، كما لا تأخذ بعين الاعتبار تلك الخدمات التي تستعمل الهاتف المحمول كقناة بسيطة للدخول الإضافي للمنتجات المصرفية التقليدية.

- أن توفر خدمة المال المحمول واجهة تسمح للزبائن القيام بمعاملاتهم انطلاقاً من الهاتف المحمول الأساسي.

### 5-2- التأمين المحمول (Assurance Mobile):

تعتمد خدمة التأمين المحمول على الهاتف المحمول لتوفير خدمات التأمين المصغر (*Micro-Assurance*) لفائدة الزبائن غير البنكيين، حيث يجب أن تتوفر في هذه الخدمة المعايير التالية:

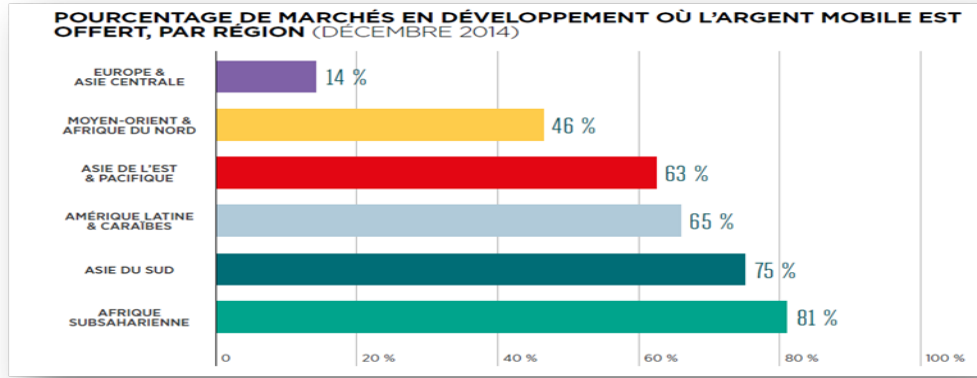
- أن تسمح لمشتريها بإدارة مخاطرتهم من خلال توفير ضمان التعويضات مميزة في حالة وقوع خسارة أو ضرر أو مرض أو موت.
- أن تتسم بسهولة تسجيل الزبائن في عقود التأمين عن طريق الهاتف المحمول، حيث لا تأخذ بعين الاعتبار تلك الخدمات التي تستعمل الهاتف المحمول كقناة بسيطة للدخول الإضافي لزبائن شركات التأمين من أجل الاستفادة من المنتجات التأمينية التقليدية.

### 5-3- القرض أو الادخار المحمول (*Crédit ou Epargne Mobile*):

تستعمل خدمة القرض والادخار المحمول الهاتف المحمول لتوفير خدمات القرض أو الادخار للزبائن غير البنكيين، بحيث يجب أن تتقيد بالمعايير التالية:

- أن تسمح لمشتريها بإدخار أموالهم في حساب آمن، يمكنهم من خلاله الحصول على فوائد، كما يمكنهم القيام بإقتراض مبالغ نقدية يتعهدون بإرجاعها في آجالاً محددة.
- أن تمكن الزبائن غير البنكيين من إدخار أموالهم و طلب القروض وتسديدها، وذلك بطريقة سهلة وبواسطة الهاتف المحمول، علماً أنه لا تأخذ بعين الاعتبار تلك الخدمات التي تستعمل الهاتف المحمول كقناة بسيطة للدخول الإضافي في الحساب الادخاري و أو منتجات القروض التقليدية. الشكل الموالي يمثل النسب المئوية للأسواق التي توفر خدمة المال المحمول حسب مختلف مناطق العالم.

الشكل رقم (2): النسب المئوية للأسواق التي توفر خدمة المال المحمول حسب كل منطقة (ديسمبر 2014).

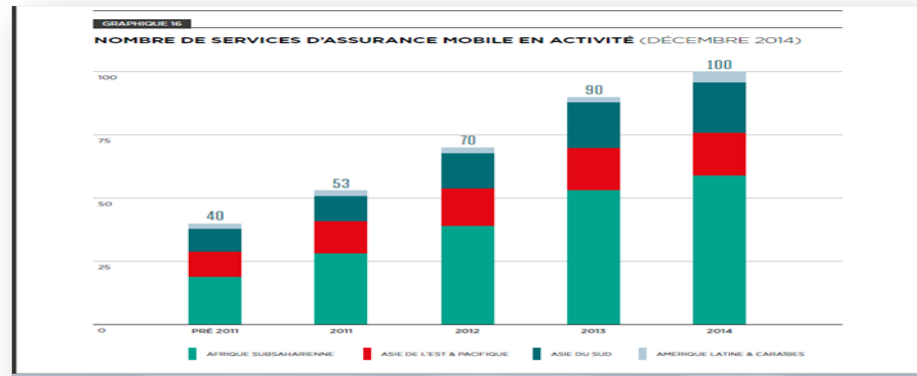


المصدر:

Anne Bouverot , Le point sur le secteur : Les services financiers mobiles aux personnes non bancarisées en 2014, GSMA ,2014, P 15.

يتضح من خلال الشكل أعلاه، أن خدمة المال المحمول تعرف إقبالا مرتفعا في مختلف مناطق العالم، حيث تتصدر منطقة جنوب الصحراء الإفريقية المرتبة الأولى بنسبة 81 في المئة، تليها في المرتبة الثانية جنوب شرق آسيا بنسبة 75 في المئة، لتأتي في المرتبة الثالثة أمريكا اللاتينية بنسبة 65 في المئة، لنجد في المرتبة الأخيرة أوروبا و آسيا الوسطى، بعد كل من آسيا الشرقية والشرق الأوسط. يبين الشكل الموالي عدد خدمات التأمين المحمولة الناشطة حسب مختلف مناطق العالم.

الشكل رقم (3): عدد خدمات التأمين الناشطة حسب كل منطقة.



المصدر:

Anne Bouverot , op cit , P 54.

يتضح من خلال الشكل أعلاه، أن خدمات التأمين تشهد إرتفاعا مستمرا عبر مختلف مناطق العالم وذلك من سنة 2011 إلى غاية سنة 2014، خاصة في منطقة جنوب الصحراء الإفريقية، لتسجل أدنى مستوى لها في منطقة أمريكا اللاتينية والكاربيبي.

### ثالثا: تطور الصيرفة المحولة في مختلف دول العالم

لقد أصبحت الهواتف المحمولة من سمات هذا العصر، بتقنياتها المتنوعة والمتطورة، فهي الأداة التكنولوجية الوحيدة التي لا تكاد تفارق مستخدميها، ومن تم سعت العديد من المؤسسات عبر العالم إلى دمج المزيد والعديد من التقنيات والخدمات في الهواتف المحمولة، مما دفع كثير من المؤسسات المالية والمصرفية إلى استخدام تقنية الهواتف المحمولة في التواصل مع زبائنهم.

#### 1- حجم الصيرفة المحولة عبر العالم:

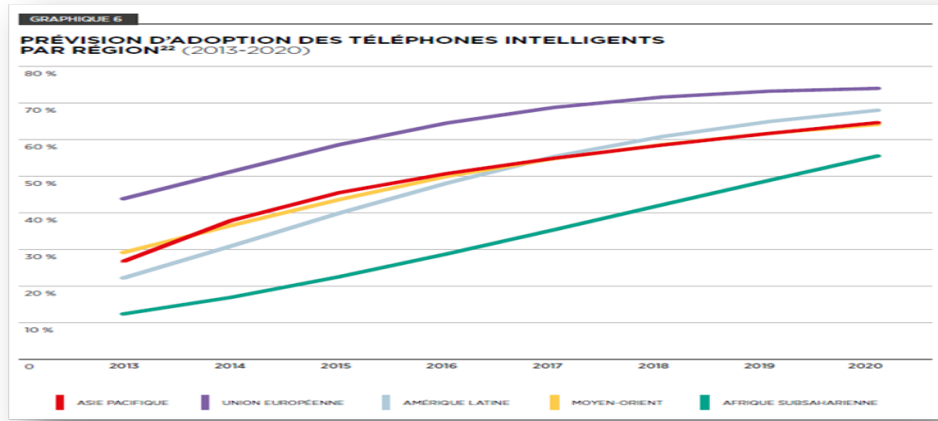
حسب تقرير البنك الدولي، فإن التقنيات الرقمية تنتشر إنتشارا سريعا في معظم أنحاء العالم، فعدد الأسر التي تملك هاتفا محمولا في البلدان النامية أكبر من عدد الذين تتوفر لهم الكهرباء و المياه النظيفة، و نحو 70 في المائة من أفقر خمس السكان بالبلدان النامية يمتلكون هاتفا محمولا، كما نجد أن ثمانية أفراد من أصل عشرة يمتلكون هاتفا محمولا، كما وقد زاد عدد مستخدمي الانترنت أكثر من ثلاثة أضعاف خلال عشرة أعوام ، من مليار شخص خلال سنة 2005 إلى ما يقارب 3,2 مليار في نهاية سنة 2015<sup>16</sup>.

وتسجل إفريقيا جنوب الصحراء أقل نسبة إنتشار للهواتف المحمول 73 في المائة، مقابل 98 في المائة في الدول مرتفعة الدخل، ولدى الصين أكبر عدد من مستخدمي الانترنت في العالم، تليها الولايات المتحدة، وتشغل الهند واليابان والبرازيل المراكز الباقية في فئة الخمسة الكبار.<sup>17</sup>

وتمثل الهواتف المحمولة التي وصلت إلى نحو أربعة أخماس لسكان العالم الشكل الرئيسي للاتصال بالانترنت في البلدان النامية، ومع ذلك فإن قرابة ملياري نسمة لا يمتلكون هاتفا محمولا، ونحو 60 في المائة من سكان العالم ليست لديهم إمكانية الاتصال بالانترنت، حيث يعيش في الهند و الصين معظم السكان المحرومين من خدمات الانترنت، وأن أكثر من 120 مليون شخص غير متصلين بالانترنت في أمريكا الشمالية<sup>18</sup>.

وفي المسح الاستقصائي الذي شمل 12 دولة في إفريقيا، فإن 65 في المائة من المستجوبين أكدوا أن أسرهم أصبحت أحسن حالا بعد إمتلاكهم للهواتف المحمولة، في حين 20 في المائة لم يوافق على هذا الرأي، ويقول أن 73 في المائة أكدوا أن الهواتف المحمولة ساعدتهم على توفير وقت السفر و تكلفته<sup>19</sup>. يوضح الشكل الموالي تقدير درجة تبني الهواتف المحمولة حسب الاقاليم .

الشكل رقم (4): تقدير درجة تبني الهواتف المحمولة حسب الاقاليم.



المصدر:

Anne Bouverot, op cit, P 2.

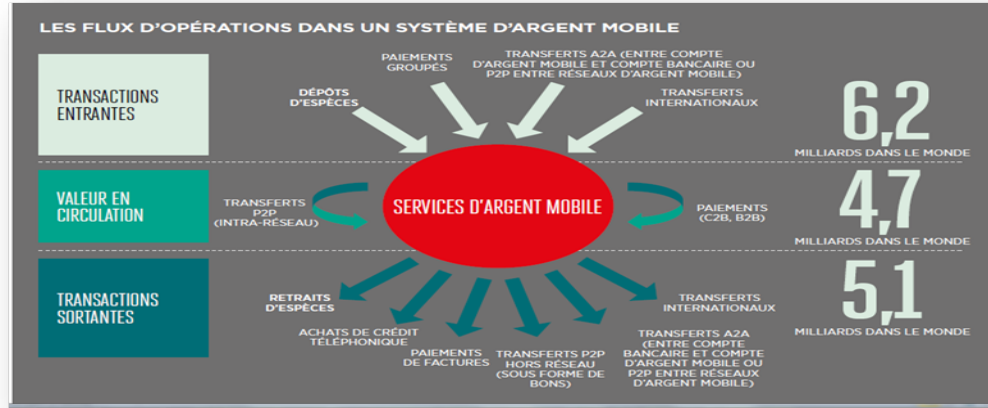
يتضح من خلال الشكل أعلاه، أن درجة الإقبال على الهواتف المحمولة الذكية ستعرف إزياداً محسوساً بحلول سنة 2020، حيث ستتعدى نسبيته 70 و 65 في المئة في كل من دول الإتحاد الأوروبي وأمريكا اللاتينية على التوالي، ولن تتجاوز نسبة 55 في المئة في منطقة جنوب الصحراء الإفريقية، وهو ما يدل على أن الهواتف المحمولة ستلعب دوراً مهماً في تقليص عدد نقاط الاتصالات التقليدية (الوحدات البنكية، أجهزة الصرف الآلي، مكاتب البريد، ومناقد ويسترن يونيون)، مما سيسمح بلا شك إلى الإنتشار المكثف للخدمات المالية المصرفية المحمولة.

وقد أظهرت تجارب إستخدام الهواتف المحمولة لإتمام المعاملات المالية بين فئات المجتمع والتي كانت مستبعد سابقاً، نتائج إيجابية في كل من الفلبين وجنوب إفريقيا وكينيا، حيث تقدم الشركة **Wizzit** والتي تمثل إحدى فروع بنك جنوب إفريقيا (**South African Bank of Athens**) حسابات جارية قائمة على إستخدام الهواتف المحمولة و البطاقات في المناطق الريفية التي تبعد ب 100 كيلو متر من أقرب وحدة بنكية، وبدلاً من فرض رسوم شهرية ثابتة كما تفعل معظم البنوك في جنوب إفريقيا، تفرض هذه الشركة فقط رسم إشتراك ورسوم منخفضة على المعاملات<sup>20</sup>.

كما عرفت خدمة المال المحمول إنتشاراً سريعاً عبر العالم، حيث تشير الاحصائيات إلى أنه تم فتح ما يقارب 75 مليون حساب للمال المحمول على المستوى العالمي وذلك خلال سنة 2014، ليصل العدد الاجمالي للحسابات المفتوحة إلى 299 مليون حساب مقارنة ب 155 مليون حساب فقط خلال سنة 2012. وبإعتبار أن عدد الحسابات الناشطة يمثل المؤشر الأفضل والمعبر عن وتيرة تبنى خدمات المال المحمول، فقد إرتفع عدد حسابات المال المحمول الناشطة إلى 103 مليون حساب خلال سنة 2014<sup>21</sup>، في حين بلغ عددها 81,8 مليون خلال سنة 2012، من بينها 56,9 مليون لصالح إفريقيا جنوب صحراء.<sup>22</sup>

أما عن حجم تدفقات عمليات المال المحمول والمكونة من المعاملات الداخلية ( ودائع نقدية، المدفوعات المجمعة، التحويلات الدولية، تحويلات ما بين حساب محمول وحساب بنكي A2A، تحويلات ما بين شبكات المال المحمول P2P) والقيمة المتداولة (تحويلات P2P، المدفوعات) والمعاملات الخارجية ( سحب النقد، شراء الرصيد الهاتفي، تسديد الفواتير، تحويلات P2P، تحويلات A2A ) فهي موضحة في الشكل الموالي، علما أن مشغلي الشبكة المحمولة (ORM)، يمثلون المحرك الاساسي بخدمات المال المحمول.

الشكل رقم (5): حجم تدفقات عمليات نظام المال المحمول في العالم



المصدر:

Anne Bouverot, op cit ,p 36

## 2- التجربة الافريقية في الصيرفة المحمولة:

اليوم، أصبحت إفريقيا تمثل السوق الثانية للهاتف المحمول على المستوى العالمي وذلك بعد آسيا، حيث يعد الهاتف المحمول الأداة الأكثر إستخداما للتواصل في إفريقيا، كما تمثل العوائد المحققة من إستعمال الهاتف المحمول ما نسبته 20 في المائة من رقم أعمال شركات الاتصالات<sup>23</sup>.

فحسب البنك الدولي، فإن مستوى التحويلات لأموال المهاجرين نحو بلدانهم الاصلية في ارتفاع مستمر، حيث تقدر قيمة هذه التحويلات في الدول النامية ب 414 مليار دولار خلال سنة 2014 بنمو قدرت نسبته ب 6,3 في المائة مقارنة بسنة 2012، و ليصل إلى 540 مليار دولار خلال سنة 2016، وذلك بفضل تخفيض تكلفة تحويل الأموال إلى 5 في المائة من مجمل المبلغ المحول بعدما كانت تقدر ب 12,55 في المائة<sup>24</sup>.

كما فاقت عدد حسابات المال المحمول عدد الحسابات المصرفية في كل من كينيا ومدغشقر وتنزانيا وأوغندا، وساهمت القيمة الاجمالية لعمليات المال المحمول بنسبة معتبرة في الناتج المحلي الاجمالي في كل من أوغندا و تنزانيا و كينيا<sup>25</sup>.

ففي كينيا مثلا، نجد أن شركة سفاري كوم *Safaricom* (*Vodafone*) تستحوذ على حصة سوقية معتبرة أكثر من 70 في المائة، حيث استطاعت من خلال خدمة *M-Pesa* تحويل ما يقارب 50 مليون دولار يوميا، فمن بين 17,2 مليون زبون، يوجد 13,8 مليون مشترك في خدمة *M-Pesa*، وحسب أرقام البنك المركزي لهذه الدولة، فقد وصل عدد الزبائن الذين قاموا بعمليات التسديد بواسطة هواتفهم المحمولة إلى 21,8 مليون زبون خلال سنة 2013<sup>26</sup>.

وإلى جانب خدمة *M-Pesa*، ونتيجة للشراكة التي جمعت بين بنك *Equity* و *Safaricom*، تم إنشاء حساب بنكي *M-kesho* مرتبط بحساب *M-Pesa*، حيث يسمح بتنفيذ تحويلات مالية من حساب إلى آخر وبالإدخار، يتميز هذا الحساب بخصائص شبيهة بتلك الخاصة بحساب *M-Pesa*، إذ لا تفرض أية رسوم ولا رصيد مبدئي لفتحه، ولا تشترط أية رسوم شهرية أخرى، كما يكون الإدخار فيه بمعدل فائدة. ويمكن للراغبين في فتح حساب *M-kesho* التقرب من إحدى وحدات البنك، أو على مستوى 5000 وكيل لـ *M-Pesa*، وباعتماد الصيرفة المحمولة استطاع بنك *Equity* من سنة 2007 إلى غاية سنة 2012 أن يرفع من قاعدة ودائعه بنسبة 40 في المائة سنويا، وذلك دون أن يتحمل تكاليف إضافية لزيادة شبكة وحداته<sup>27</sup>، إلى جانب ذلك، نجد خدمة *Orange Money* المتواجدة في 14 دولة إفريقية، حيث وصل عدد مستخدميها حتى سنة 2015 إلى ما يقارب 17,4 مليون مستخدم، وأكثر من 360,2 مليون معاملة، ما يمثل قيمة 7,6 مليار أورو، كما ساهمت بنسبة 24 في المائة في الناتج المحلي الإجمالي لدولة مالي خلال سنة 2015<sup>28</sup>.

وكتجربة أخرى لتبني الصيرفة المحمولة، نجد تجربة دولة ساحل العاج (*Côte d'ivoire*)، التي تتميز بضعف معدل البنكنة (*Taux de Bancaisation*) في حدود 6 في المائة، وبالإنتشار واسع لإستخدام الهاتف المحمول (40 في المائة تقريبا)، ونتيجة للتعاون بين كل من مجمع *Orange* والبنك الفرنسي *Bnp Paribas*، تم طرح خدمة *Orange Money* التي تسمح لحاملي الهواتف النقالة والمسجلين في هذه الخدمة بإستغلال أرصدة هواتفهم للقيام بالعمليات المصرفية الأساسية كإيداعات، والسحوبات، والتحويلات المالية، وتسديد الفواتير، وتسوية قيمة المشتريات، وشراء الارصدة الهاتفية... الخ، وتكون هذه المعاملات مؤمنة ومحمية بواسطة نظام الرقم السري الشبيه بذلك المستخدم في البطاقات المصرفية، كما تقع على عاتق البنك مسؤولية معالجة كل المسائل المرتبطة بإستخدام النقود الإلكترونية، ويضمن نجاح إتمام المعاملات التي يقوم بها المشتركين وتأكيدها، وبهذا فإن خدمة *Orange Money* لعبت دورا مهما في تسريع عملية جذب زبائن جدد، وساهمت في تحسين مستوى البنكنة للكثافة السكانية. وباعتبار أن دولة ساحل العاج، هو أول دولة من دول إفريقيا

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

الغربية من قدم خدمة الصيرفة المحمولة، ومن وفر خدمة *Orange Money*، فسيتم إعتقاد هذه الخدمة في أي دولة تتواجد بها وحدات تابعة لبنك *Bnp Paribas* ومجمع *Orange*<sup>29</sup>.

أما عن الإطار القانوني للخدمات المالية بواسطة الهاتف المحمول، فقد حدد البنك المركزي لدول إفريقيا الغربية (*BCEAO*)، أنه يتعين على كل هيئة تهدف إلى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وتوفير خدمات الصيرفة المحمولة أن تحصل على إعتقاد كبنك أو مؤسسة للنقد الإلكتروني، ويترتب على ذلك، إمكانية تقديم خدمات الصيرفة المحمولة من قبل كل من النظم المالية اللامركزية، ومتعاملي الاتصالات و الشركات التجارية، كما أن تقديم الصيرفة المحمولة قائم على الشراكة بين البنوك (مجمع *Eco Bank*، *Bnp*، *Société Générale*) ومتعاملي الاتصالات (*Orange*، *MTN*)، وقد منح البنك المركزي ثلاث إعتقادات لشركات تجارية كشركات للنقد الإلكتروني، والمتمثلة في *Ferlo* في السينغال، و *Celpaid* في ساحل العاج، و *Inova* في بركينا فاسو<sup>30</sup>.

#### رابعا: آفاق الصيرفة المحمولة في الجزائر

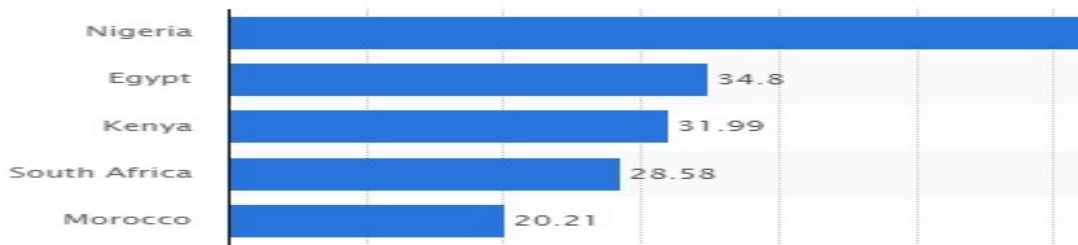
سنحاول من خلال هذا المحور تحليل واقع قطاع الاتصالات المحمولة في الجزائر لما يمثله من آفاق لإدراج الهاتف المحمول في الخدمات المصرفية الجزائرية.

#### 1- واقع قطاع الاتصالات المحمولة في الجزائر:

في إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة، تم في جوان 2001 بيع رخصة لإقامة وإستغلال شبكة الهاتف المحمول، وإستمر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، وبالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في سنة 2005، وذلك في ظل إحترام دقيق لمبدأ الشفافية و لقواعد المنافسة. أما عن مكانة الجزائر إفريقيا من حيث عدد مستخدمي الانترنت، فشكل الموالي يوضح لنا ذلك.

الشكل رقم (6): منحي بياني لعشر دول الاولى إفريقيا في عدد مستخدمي الانترنت خلال سنة 2015

(in millions)



المصدر:

<https://www.statista.com/statistics/505883/number-of-internet-users-in-african-countries/> consultée le 19/9/2017  
a23 :24.



يتضح من خلال الشكل، أن الجزائر احتلت المرتبة الخامسة من حيث استخدام الانترنت، حيث بلغ عدد مستخدمي الانترنت 15 مليون مشترك خلال شهر مارس من سنة 2017 وهي بذلك الاكثر من حيث عدد مستخدمي مقارنة بتونس، وتفوق على الجزائر كل من المغرب ب 20,21 مليون مشترك ومصر ب 34,8 مليون مشترك. وعن تطور عدد المشتركين في شبكة الهاتف المحمول في الجزائر، فهو موضح في الجدول الموالي .

الجدول رقم (1): تطور عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال

الوحدة : مليون

2015	2014	2013	2012	متعاملي النقال
14 318 169	13022295	12538475	10622884	<i>ATM</i>
16 611 115	18612148	17585327	17845669	<i>OTA</i>
12 298 360	11663731	9506545	9059150	<i>WTA</i>
43 227 643	43298174	39630347	37527703	عدد المشتركين
107,00	109,62	10,24	99,28	الدخول في شبكة المحمول %

المصدر:

Autorité de Régulation de la poste et des télécommunications ARPT, Rapport Annuel de l'Autorité de Régulation 2015, P40

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن سوق الهاتف المحمول في نمو مستمر، حيث إنتقل عدد المشتركين فيه من 39,630 مليون مشترك خلال سنة 2013 ليصل إلى 43,22 مليون مشترك خلال سنة 2015، ما يمثل نمو بنسبة 9,05 في المائة، مقابل 3,10 مليون مشترك فقط في الهاتف الثابت، ويرجع ذلك أساسا حسب سلطة الضبط البريد و الاتصالات السلكية و اللاسلكية إلى إطلاق الجيل الثالث G3.<sup>31</sup>

أما عن الحصة السوقية لمتعاملي الهاتف النقال في الجزائر ، فهي مبينة في الجدول الموالي.

الجدول رقم (2): الحصة السوقية لمتعاملي الهاتف النقال في الجزائر

2015	2014	2013	2012	الحصة السوقية %
33,12	30,08	31,64	28,31	<i>ATM</i>
38,43	42,99	44,37	47,55	<i>OTA</i>
28,45	26,94	23,99	24,14	<i>WTA</i>

المصدر:

Autorité des Régulation de la poste et des télécommunications, op cit, P 48

نلاحظ أن أكبر حصة سوقية تعود للمتعامل أوراسكوم تيليكوم (OTA) تحت الاسم التجاري جيزي (GSM)، يليه في المرتبة الثانية متعامل إتصالات الجزائر للهاتف المحمول (ATM) تحت الاسم التجاري موبيليس بنسبة 33,12 في المائة،

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

وأخيرا المتعامل تيليكوم الجزائر (WTA) تحت الاسم التجاري **ooredoo** بنسبة 28,45 في المائة وذلك حتى نهاية سنة 2015 .

## 2- مدى إستخدام الهاتف المحمول في الخدمات المصرفية الجزائرية:

مهد قانون النقد والقرض 90-10 أولى خطوات انفتاح القطاع المصرفي الجزائري على البنوك و المؤسسات الأجنبية، وذلك كمحاولة لعصرنة الاعمال المصرفية، من خلال تبني كل ما هو حديث و متطور في مجال الخدمات المصرفية، ومع ذلك لا زالت هذه الأخيرة لا يرقى إلى المستوى المطلوب، ويرجع ذلك أساسا لهيمنة القطاع العام على حجم النشاط المالي والمصرفي في الجزائر، من خلال ستة بنوك عمومية، وجدت نفسها مجبرة على تقديم بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية (كموزعات الآلية للنقود **DAB**، الشباك الآلي البنكي **GAB**، محطة الدفع الآلي **TPE**، البطاقات الإلكترونية **(CIB, VISA, MASTER)**، وخدمة **(e-Banking)** هذا من جهة، ومن جهة أخرى، بطى وتيرة سير التغير التكنولوجي، وغياب ثقافة إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية لدى المجتمع الجزائري في تسوية المعاملات.

وبهذا لازالت الجزائر في منأى عن المستجدات في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية، رغم أن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواط كبيرة في هذا المجال.

أما عن إستخدام الهاتف المحمول في توزيع وتقديم الخدمات المصرفية على مستوى البنوك الجزائرية، فقد تم تسجيل إستغلال بسيط لهذه الوسيلة من طرف بعض البنوك الأجنبية الخاصة، كبنك الخليج الجزائري **(AGB)**، وبنك **Bnp paribas**، اللذان يعتمدان على تقنية الرسائل النصية لإعلام الزبائن عن أية حركة تطرأ على مختلف حساباتهم المصرفية، وكذا تأكيد عمليات خصم العمولات الناتجة عن معاملات التجارة الإلكترونية، هذا من جانب البنوك الخاصة، أما من جانب البنوك العمومية، فقد وقع البنك الوطني الجزائري **BNA** ومتعامل الهاتف النقال موبيليس إتفاقية شراكة تتضمن توفير خدمة الشباك المصرفي عبر الهاتف النقال، حيث تمكن هذه الخدمة الزبائن المشتركين لكل من البنك **BNA** والمتعامل **MOBILIS** من الإطلاع على أرصدة حساباتهم البنكية، وتحويل الأموال، ودفع فواتير هواتفهم عن طريق هواتفهم المحمول.<sup>32</sup>

مما لاشك فيه، أن عملية طرح خدمات الصرافة المحمولة ستمكن من رفع معدل البنكنة

**(Taux de Banclarisation)** للكثافة السكانية في الجزائر، فبوصول الجيل الرابع G4، ومع التوسع الكبير للبنية التحتية لشبكات الاتصالات المحمولة، والتطور المستمر والمستمر لعدد مستخدميها، فإن أمام متعاملي الاتصالات المحمولة فرصة لإدراج الخدمات المالية ضمن لائحة نشاطاتهم، تمكنهم من تعظيم عوائدهم، من خلال توفير خدمة الصرافة المحمولة، كالمدفوعات المحمولة، طلب الشيكات عن بعد، الفوترة الإلكترونية... الخ.

إن المستوى المرتفع الذي تتميز به تغطية الاتصالات المحمولة في الجزائر، تسمح بإنشاء العديد من البنوك الخلوية، لكن ذلك يتطلب أن تكون لدى صناع القرار، والمؤسسات المالية والبنكية، والهيئات القانونية، ومتعاملي الاتصالات يقظة بالدور الذي تلعبه الصيرفة المحمولة في دعم النشاط المصرفي للدولة، حيث تشير الإحصائيات أن هناك ما يقارب 1300 مليار دينار جزائري خارج الدائرة المصرفية، وأنه تم جمع 3 مليار دينار جزائري فقط بعد ثلاثة أشهر من إطلاق (أوت 2015) عملية بنكنة الأموال المتداولة في السوق الموازية. كما صرح الوزير الأول عبد المالك سلال، في افتتاحه لفعاليات جلسات التجارة الخارجية المنعقدة في مارس 2015، أنه يوجد ما يقارب 3700 مليار دينار ما يعادل 40 مليار دولار، تمر عبر السوق الموازية وبعيدة كل البعد عن المجال المصرفي.

وعموما، يمكن حصر الإيجابيات التي يمكن أن تعود على النظام المصرفي الجزائري في توفيره لخدمة للصيرفة المحمولة في النقاط التالية:

- خفض مستوى الاستخدام المفرط للأوراق النقدية، وخفض نسبة إهترائها كل سنة.
- زيادة حجم المدخرات عامة، ومدخرات المغتربين خاصة، مما يساهم في الحد من نسبة الأموال المتداولة خارج القطاع المصرفي.
- التمكن من محاربة ظاهرة تبيض الأموال.
- تبسيط عملية التحويلات المالية المحلية والدولية.
- زيادة عدد الزبائن الذين لم تشملهم التغطية المصرفية، وتمكنهم من الاستفادة من الخدمات المالية و المصرفية.
- تخفيض تكاليف البحوث التسويقية والتوزيع والترويج والإستغلال، بإعتبار أن زبائن متعاملي الشبكة المحمولة، يمثلون الفئة المراد إستهدافها.
- تخفيض حجم تكاليف إنشاء الوحدات المصرفية، من خلال إستغلال تغطية الشبكة المحمولة.

### خاتمة:

عرفت طبيعة العمل المصرفي تغيرات هائلة، حيث أصبحت قائمة أساسا على خدمات الصيرفة المحمول، هذه الأخيرة شهدت ومازالت تشهد تطورا ملحوظا بفضل التقدم الهائل في مجال الهواتف المحمولة وتطبيقاتها، حيث لم يعد يمثل الهاتف المحمول أداة للتواصل فقط، بل ساهم كثيرا في الرفع من مستوى إقبال الأفراد على الخدمات عامة، والمصرفية والمالية خاصة، مما إنعكس إيجابيا على حجم المعاملات التجارية الرسمية والتخفيض من حدة تكاليفها، إلى جانب الاقتصاد في الوقت ودعم الاقتصاد الوطني، كل ذلك بفضل توسع نطاق تغطية الاتصالات الخلوية، والشراكة القائمة بين المؤسسة المصرفية ومتعاملي الشبكات المحمولة.

وبالرغم من الجهود التي يبذلها لنظام المصرفي الجزائري، من خلال عدة إصلاحات مصرفية، والتي حثت معظمها على ضرورة عصرنة الخدمات وتحديثها، إلا أنه لم يرقى إلى مستوى التحديات المطلوبة، حيث ينحصر نطاق تعامل البنوك التجارية على بعض البطاقات الإلكترونية، في حين توجد آفاق كبيرة لتبني الصيرفة المحمولة، خاصة أمام التطور الهائل والمستمر في عدد مستخدمي الهاتف المحمول، مما يشكل حلا جذريا للعديد من المعوقات التي يعاني منها الإقتصاد الجزائري.

### التوصيات والمقترحات:

- ضرورة تقوية نطاق تغطية شبكات المحمول، للوصول إلى أقصى حد ممكن من الزبائن.
- ضرورة تشجيع الشراكة بين البنوك الجزائرية ومتعاملي شبكة الإتصال المحمول، لدعم الإنتشار الناجح للصيرفة المحمولة.
- ضرورة إصدار قوانين وتشريعات التي من شأنها أن تسهل في تبني خدمة الصيرفة المحمولة.
- تحسين وتقوية البنية التحتية للتكنولوجيا الإتصال، لتسهيل عملية إستغلال تكنولوجيا الصيرفة المحمولة، مع العمل على البحث و التطوير في مجال التطبيقات، التي يجب أن تتسم بوضوح وسهولة الاستخدام.

### قائمة المراجع (الهوامش):

- <sup>1</sup> إيناس عبد الله، اقتصاد المعرفة، أربعة محفزات خليجية لتطوير الاقتصاد الرقمي، متوفرة على الموقع <https://futureuae.com>. تاريخ الاطلاع، 2017/9/15.
2. [http://khatab-academy.blogspot.com/2014/11/blog-post\\_29.htm](http://khatab-academy.blogspot.com/2014/11/blog-post_29.htm) . consultée le 15/ 9/2017.
3. <http://www.elmeda.net/spip.php?article625> consultée le 15/ 9/2017.
4. باسم غدير، اقتصاد المعرفة، شعاع للنشر والعلوم، سورية، 2010، ص 77.
5. <http://www.archive.roayahnews.com> consultée le 18/ 9/2017
6. جمال داود سلمان، اقتصاد المعرفة، دار اليازوري، الطبعة الاولى، للنشر، عمان، الاردن، 2012، ص 75.
7. <http://www.akhbar-alkhaleej.com/13439/article/1012.html> consultée le 18/ 9/2017
8. Estelle Brack, Innovation et bancarisatin Etude de cas: Mobile banking, Africa Banking Forum, Abidjam, 23 et24 mai 2013 p 6.
9. أحمد محمد عنيش، إدارة البنوك بين تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، المكتبة العربية، القاهرة، مصر، 2007، ص 31.
10. وسيم مُجد الحداد، شقير نوري موسى، محمود إبراهيم نور، صالح طاهر الزرقان، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة، الطبعة الأولى، 2012، عمان، الأردن، ص 64.
11. And Chantal Ammi, Innovation Technologique dans les Réseaux Mobiles et Création de la valeur , Cas de la Banque Mobile, Econpapers, 2004,p16.
12. [www.Kantakji.com/Fiqh/files/banks/3375.pdf](http://www.Kantakji.com/Fiqh/files/banks/3375.pdf). consultée le 30/4/2016a 22:42'
13. مُجد نور صالح الحداد، سناء جودت خلف، تجارة إلكترونية، دار الحامد، الطبعة الأولى، 2009، عمان، الاردن، ص 239.
14. Estelle Brack, op. cit, p22.
15. Claire Pénicaut, Arunjay, Les services Financiers Mobiles Destinés aux personnes non Bancarisées en 2013, Mobile Money for the unbanked, P4.
16. Groupe de la Banque Mondiale, Les Dividendes du Numérique, Rapport sur le développement dans le monde, 13/2/ 2016, p2.
17. Idem, P6.

18. Idem, p7.
19. Groupe de l' a Banque Mondiale ,op . cit , p16.
20. المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء، تحقيق الاشتغال المالي لعام 2015، أربعة سيناريوهات لمستقبل التمويل الأصغر، مذكرة مناقشة مركزة رقم 32، أكتوبر 2016، ص6.
21. Claire Pénicaud, Arunjay, op. cit, p27.
22. Claire Pénicaud, Résultats de L'étude Mondiale 2012 Sur L'adoption des services D'argent Mobile, GSMA, 2012,p15.
23. Ministre des Affaires Etrangères, Evolutions Technologiques : Une Opportunité pour la baisse des couts de transfert d'argent ? Epargne sans frontière, décembre 2013 ,p4.
24. Idem, p5.
25. Claire Pénicaud, op. cit, p26.
26. Estelle Brack, op. cit, p18.
27. Peter Ondiege, Le Mobile Banking au service de l'inclusion financière, disponible sur le site [www.proparco.fr](http://www.proparco.fr) consultée le 10/ 3/2016 a 8 :34
28. [www.orange.com:presse-rt-medias:dossiers-thematiques/2015/SFM/en-Afrique-orange-money-vous-simplifie-la-vie](http://www.orange.com:presse-rt-medias:dossiers-thematiques/2015/SFM/en-Afrique-orange-money-vous-simplifie-la-vie) . consultée le 25/6/2016
29. [www.bnpparibas.com](http://www.bnpparibas.com) .consultée le 10/3/2016a8 :46.
30. :Banque de France, Rapport annuel de la zone franc, 2011, p82.
31. Autorité de Régulation de la poste et des télécommunications ARPT, Rapport Annuel de l'autorité de régulation 2014 , p47.
32. file:///C:/Users/pc/Documents/%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83%D9%8A%D8%A9%20%D8%B9%D9%86%20%D8%B7%D8%B1%D9%8A%D9%82%20%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81.html.consultée le25/9/2016