



واقع المنصات الرقمية والخدمات المالية في إفريقيا جنوب الصحراء

أ. محمد زكريا فضل

كاتب وباحث اقتصادي مهتم بالشؤون
الإفريقية - إفريقيا الوسطى



شغلت اقتصادات المنصات الرقمية والخدمات المالية حيّزاً واسعاً من النقاش في أوساط الأكاديميين ورواد الأعمال ومتخذي القرار حول العالم، وأثارت قلقاً كبيراً في إمكانية توظيفها التوظيف الأمثل، خاصة في الاقتصادات الناشئة، وذلك لما تملكه من صفات ديناميكية متغيرة. ونظراً لهذه الأهمية؛ تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المشهد الإفريقي للتعرف على واقع هذه الصناعة ومستويات أدائها.

والأغراض المحددة التي تسعى إلى تحقيقها^(٢)، من أمثلة المنصات الرقمية الناجحة: منصات التواصل الاجتماعي: مثل الفيسبوك وتويتر والإنستغرام، والمنصات التي تعتي بالمعرفة: مثل Stack Overflow، ومنصات مشاركة الوسائط: كاليوتيوب واسبوتيفاي، ومنصات خدمية: كأوبر وكريم، وغيرها^(٣).

أما من منظور «بيئة الأعمال»- وهو الموضوع الذي نحن بصدد دراسته- فيمكن تعريف «المنصة الرقمية» بأنها مكان افتراضي أو سحابي لتبادل المعلومات والسلع والخدمات بين المنتجين والمستهلكين أو أصحاب المصالح المشتركة. ومن الضروري أن نفهم أن المجتمع نفسه هو جزء محوري من النظام الأساسي الرقمي، وأنه بدون هذا المجتمع لا يمكن أن تكون للمنصة الرقمية قيمة متأصلة، أو بالأحرى سوف تفقد أهميتها أصلاً.

نفهم من هذا السياق: أنَّ المنصات الرقمية ليست نهجاً جديداً، ولا تُستخدَم بشكل ضيق من حيث حالات الاستخدام الخاصة بها؛ إذ تحتوي المنصات الرقمية على قيمة مضافة لجميع المتعاملين داخل النظام البيئي للمنصة، مع تحقيق ربح للمؤسسة التي أنشأتها من خلال تقديم نماذج أعمال مختلفة، مثل الإعلانات والاشتراكات والدفع حسب الاستخدام، أو أي مزيج من هذه الأساليب وغيرها من طرق الربح. كنظرة تاريخية؛ نجد مفهوم المنصة الإلكترونية الرقمية ظهر منذ ظهور الإنترنت وتطور التكنولوجيا؛

ستُقدَّم الدراسة لمحة عامة عن المنصات وطبيعة أنشطتها وعلاقتها بالخدمات المالية ووسائل الدفع المعتمدة، وذلك في ثماني دول تمثل منطقة إفريقيا جنوب الصحراء، وهي: غانا وكينيا ونيجيريا وجنوب إفريقيا ورواندا وتنزانيا وأوغندا وزامبيا. جاء هذا الاختيار للدول بناءً على توفر البيانات لموضوع الدراسة، فضلاً عن وزن هذه الدول في المنطقة وتطور أدائها الاقتصادي والمالي.

لتحقيق هذا الهدف؛ ستبدأ الدراسة أولاً بتعريفات ومفاهيم عامة حول المنصات الرقمية والخدمات المالية، ثم تُعرَّج إلى واقع المنصات الرقمية والخدمات المالية في إفريقيا جنوب الصحراء، مع التعرف على آليات الدفع للمشاركة في اقتصاد المنصات الإلكترونية، فضلاً عن أنواع الخدمات المالية التي تقدمها المنصات الرقمية، ثم الخاتمة.

أولاً: مفاهيم عامة:

هذا القسم سيركز على تعريف المنصات الرقمية، وخصائصها، وتعريف الخدمات المالية، وتوضيح علاقة المنصات الرقمية بالخدمات المالية، والتكامل بين الخدمات المالية والنظام البيئي للمنصات الرقمية، وتعريف المنصات الرقمية متعددة الجوانب.

١- تعريف المنصات الرقمية:

بشكل عام؛ تُعرَّف «المنصة الرقمية» بأنها: مساحة رقمية تُسهِّل للمستخدمين التعاون والتفاعل أو التعامل الرقمي، أما التبادل فيشير إلى مفهوم السوق أو المنصة الرقمية^(١).

تتخذ المنصات الرقمية العديد من الأشكال المختلفة اعتماداً على نموذج العمل الذي تستخدمه

(٢) BMC Blogs

<https://www.bmc.com/blogs/digital-platforms/#:~:text=Examples%20of%20successful%20digital%20platforms,like%20Uber%2C%20Airbnb%2C%20and%20Grub-Hub>

(٣) Digital Platforms: A Brief Introduction, BMC Blogs: <https://www.bmc.com/blogs/digital-plat-forms>

(١) IGI Global: Publisher of Timely Knowledge: <https://www.igi-global.com/dictionary/bean/55829>

سوقية؛ فلا بد أن تتوفر فيها الشروط الآتية:

- سهولة الاستخدام، وجاذبية المستخدمين.
- الجدارة بالثقة والأمان، التي تتمثل في الشروط والأحكام الواضحة، وكذلك حماية الخصوصية والضمانات للملكية الفكرية وملكية البيانات.
- الاتصال، من خلال استخدام واجهات برمجة التطبيقات التي تسمح لطرف ثالث بتوسيع النظام البيئي للنظام الأساسي وقدراته.
- تسهيل التبادل بين المستخدمين (المنتجين أو الموردين والمستهلكين).
- تقديم قيمة للمتعاملين كدالة على حجم المجتمع. كلما زاد حجم المجتمع الرقمي؛ زادت القيمة التي يمكن أن توفرها المنصة لجميع الأطراف المعنية.
- القدرة على القياس دون التسبب في تدهور الأداء.

٣- تعريف الخدمات المالية:

«الخدمات المالية» هي الخدمات الاقتصادية التي تقدمها صناعة التمويل، والتي تشمل مجموعة واسعة من المؤسسات التجارية التي تدير الأموال، بما في ذلك الاتحادات الائتمانية، والبنوك، وشركات بطاقات الائتمان، وشركات التأمين، وشركات المحاسبة، وشركات التمويل الاستهلاكي، والسمسرة في الأوراق المالية، وصناديق الاستثمار، ومديري الصناديق الاستثمارية، أو محافظ الأفراد، وبعض الشركات التي ترعاها الحكومات^(٣).

٤- علاقة المنصات الرقمية بالخدمات

المالية:

بناءً على الاتجاهات الحالية؛ أصبحت المنصات الرقمية نموذج الأعمال المفضل والمهيمن للبنوك

ولكن أهميته ازدادت وبدأ يكتسح المجالات المختلفة والقطاعات المتنوعة، غالباً فيما بعد حدوث الأزمات المالية أو الاقتصادية الإقليمية أو العالمية، ففي عام ٢٠١٠م، أي بعد الأزمة المالية لعام ٢٠٠٨م، أصبحت شركات الأعمال تستخدم «نموذج عمل النظام الأساسي» الجديد كي تتعافى من تأثيرات الأزمة، وتسيطر بسرعة على حصة متزايدة من النشاط الاقتصادي العالمي، وذلك عن طريق تطوير الأعمال غير التقليدية، خاصة بعدما تراجعت وفشلت شركتنا بلاكبيرري ونوكيا بسبب منافسة شركات المنصات الناشئة والمتصاعدة، أو إغلاق شركة بلوكباستار^(١) بسبب المنافسة من منصة نيتفليكس، أو العديد من بائعي التجزئة الآخرين الذين أغلقوا جزئياً أو كلياً بسبب المنافسة الشرسة من قبل شركة أمازون وتجار التجزئة الآخرين عبر الإنترنت.

وفقاً لمسح أجرته شركة أكسينتار^(٢) لعام ٢٠١٦م: «يقول ٨١٪ من المديرين التنفيذيين: إن نماذج الأعمال القائمة على المنصات ستكون أساسية لاستراتيجية نمو شركاتهم في غضون ثلاث سنوات». في العام ٢٠٠٠م؛ لم يكن هناك سوى عدد قليل من الشركات الكبيرة التي يمكن وصفها بأنها شركات منصات، ولكن اعتباراً من عام ٢٠١٦م كان هناك أكثر من ١٧٠ شركة منصات، تُقدَّر قيمتها بمليار دولار أمريكي أو أكثر.

هذا الانتشار، والتزايد في الإنشاء والاستخدام لمنصات الأعمال الرقمية، شمل القطاع الخاص والحكومي والمنظمات غير الربحية.

٢- خصائص المنصات الرقمية:

تتميز المنصات الإلكترونية بجملة من الخصائص المشتركة بينها، على الرغم من اختلاف وظائفها، وكي تنجح أي منصة إلكترونية وتستحوذ على حصة

(٣) Asmundson, Irena (28 March 2012). «Financial Services: Getting the Goods». Finance and Development. IMF. Retrieved 8 September 2015.

(١) Blockbuster.

(٢) Accenture.



دعمت البرامج الرقمية المتزايدة، في إفريقيا جنوب الصحراء، ظهور منصات جديدة تربط بين مقدمي السلع والخدمات والمستهلكين

المنصات الرقمية تساعد الشركات والمؤسسات المالية في إنشاء نظام بيئي لا يحتاج العملاء فيه إلى الانتقال أو الابتعاد، ويمكن أن يصبح استخدام الخدمات المالية جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية^(١).

٥- التكامل بين الخدمات المالية والنظام

البيئي للمنصات الرقمية:

كانت المنصات الرقمية في مراحلها المبكرة غالباً ذات جانبين فقط، وتربط بين المشتري والبائعين لإجراء معاملات بسيطة؛ لكننا اليوم نشهد إنشاء منصات متعددة الجوانب، تجمع المستهلكين ومقدمي الخدمات وأصحاب المصالح الأخرى، لتسهيل تبادل السلع والخدمات ذات القيم كجزء من نظام بيئة الأعمال^(٢).

لا تُسهم الأطراف في المنصة الرقمية وتستفيد منها فحسب؛ بل إنها تولّد أيضاً «قيماً» و«فوائد» كبيرة من خلال مشاركتها. إلى جانب ذلك؛ يمكن للمشاركين الإعلان في الأسواق المستهدفة،

والمؤسسات المالية. توفر المنصات الرقمية للمستهلكين والشركات الصغيرة القدرة على الاتصال بمقدمي الخدمات المالية وغيرهم من خلال قنوات رقمية، عبر الإنترنت أو عبر الهاتف المحمول، كجزء لا يتجزأ من أنشطتها اليومية، وهذا في حدّ ذاته يُعتبر تحولاً ضخماً في عالم الرقمنة المالية.

إذاً؛ فما هي عوامل التحول الرئيسة؟

هناك عددٌ قليل من العوامل التي تقود هذا التحول، فمن داخل الصناعة المالية والمصرفية؛ تؤدي المنافسة من اللاعبين غير التقليديين إلى التفضيل المستمر لسلسلة القيمة المصرفية التقليدية. كما أصبح التفريق بين المنتجات المالية التقليدية وتلك الحديثة أمراً أكثر صعوبة، في حين أنّ انتشار مَحَافِظ المنتجات والميزات والقنوات للتسويق خَلَقَ نماذج تشغيل مُعَقَّدة بشكلٍ متزايد وذات تكاليف عالية. ومن ثم تنتقل العديد من المؤسسات المالية الرائدة من التركيز في أعمالها على المنتج نفسه إلى التركيز على العملاء، مع الاهتمام بتقديم تجربة عملاء مميزة للأسواق المستهدفة.

وتؤدي التغييرات التنظيمية وزيادة متطلبات رأس المال أيضاً إلى خلق حواجز لخدمة العديد من قطاعات السوق بشكلٍ مربح، ومن ثم فإن المؤسسات المالية تقوم بتجريد الوظائف غير الأساسية، وتخرج من الأسواق التي توفر إمكانات نمو أقل، وتزيل المنتجات التي تتطلب رأس مال أكبر.

إنّ تغيير سلوك العميل هو العامل الذي له أهمية كبيرة أيضاً في هذا الأسلوب الحديث؛ حيث يقضي العملاء معظم أوقاتهم على المنصات الرقمية (مثل الشبكات الاجتماعية، وبرامج الرسائل)، ومن ثم يجب على المؤسسات المالية أن تضع نفسها في مكان وجود عملائها، وأن تُنشئ استراتيجية منصة رقمية مقابلة ذات صلة بوضعها في السوق، واقتراح خدمة العملاء والأهداف الاستراتيجية لتوجهات المؤسسة.

أما من وجهة نظر «مزود النظام الرقمي»؛ فإن

(١) Digital Financial Services: Challenges and Opportunities for Emerging Market Banks, EM-Compus, 2017

(٢) KPMG: The rise of digital platforms in financial services: <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2018/02/rise-of-digital-platforms-fs.html>

شوهده في تاريخ: ٠١، ١٢، ٢٠٢٠

الاتصال الإلكتروني) مع قيود جغرافية أقل (مثل التسوق عبر الإنترنت والعمل المستقل)، كما أن التقدم في أدوات الدفع عبر الإنترنت يسمح أيضاً بدفع السلع والخدمات على هذه المنصات الرقمية. إن مفهوم «تعدد جوانب المنصات الرقمية» يعكس احتمالية وجود أكثر من مستخدمين متصلين من خلال منصة رقمية، على سبيل المثال: منصة أوبر إيتس Uber Eats هي منصة رقمية متعددة الجوانب، في معاملاتها يتم تضمين ثلاثة أنواع من المستخدمين: (١) المستهلك الذي قدم الطلب، (٢) المطاعم التي تُعدّ الطلب، و(٣) السائق الذي يقوم بتسليم الطلب أو توصيله. عند تصنيف المنصات الرقمية؛ يُنظرُ في السمات متعددة الجوانب لأنشطة كل مشارك، وفي حالة أوبر إيتس؛ اشتملت المنصة على أكثر من جانب: «التسوق عبر الإنترنت (المطاعم)» بالإضافة إلى «الخدمات اللوجستية/ البريد السريع»^(٢). من هنا فصاعداً؛ سنركز على هدف الدراسة، ألا وهو واقع المنصات الرقمية والخدمات المالية في إفريقيا جنوب الصحراء.

ثانياً: واقع المنصات الرقمية والخدمات

المالية في إفريقيا جنوب الصحراء:

سيركز هذا القسم بشكل رئيس على واقع المنصات الرقمية الإفريقية متعددة الجوانب ومدى دورها في تقديم الخدمات المالية. نظراً لكثرة الدول الإفريقية في جنوب الصحراء الكبرى، والتي يصعب دراستها كلها من خلال بحث كهذا؛ فضلاً عن شحّ البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، فإننا سنكتفي باستعراض واقع منصات ثماني دول إفريقية، تقع في جنوب إفريقيا وغربها

والاستفادة من بيانات العملاء الناتجة عن النظام الرقمي وقدرات تجميع البيانات، ومن ثم تحليلها من أجل إيجاد فرص جديدة واكتشاف أسواق أخرى.

إن منتجات الخدمات المالية أصبحت سلعية أكثر مما هي مجرد تقديم خدمات، فقد يحتاج مقدمو الخدمات المالية إلى تحويل تركيزهم نحو خدمة احتياجات المستهلكين الأوسع كجزء من نظام بيئي أكبر، على سبيل المثال: بدلاً من تقديم منتج «رهن عقاري» فقط لمشتري المنازل؛ فإنه يمكن للمؤسسات المالية الإسهام في منصة رقمية أكبر، تخدم تجربة شراء منزل شاملة، وتقدم تجربة مميزة وقيمة مضافة حقيقية من خلال المساعدة في معالجة احتياجات العميل خطوة بخطوة؛ من لحظة تقديم الطلب وحتى التمليك، كل هذه الإجراءات تشاركها المؤسسة عبر منصتها الرقمية، وتكون متاحة للجميع بحيث يطلع عليها العملاء الحاليون والمحتملون؛ بل كل رواد المنصة. هذه الإجراءات دون أدنى شك تزيد سمعة المؤسسة المالية (العقارية)، وتُكسبها ثقة العملاء، فهي تعتبر عملية تسويقية هادفة وفعالة غير مدفوعة القيمة^(١).

كل ما سبقته مناقشته ينطبق على جميع المنصات الرقمية والخدمات المالية في جميع دول العالم؛ إلا أن كل منطقة جغرافية أو بيئة أعمال ذات خصائص مشتركة أو بلد مُحدّد يتمتع بمزايا وعوامل تحدّد خاصة به، ومن ثم يجب دراستها بشكل منفصل بعد الأخذ في الحسبان الملاحظات العامة في الأقسام التالية.

٦- ما هي المنصة الرقمية متعددة الجوانب؟

«المنصات الرقمية متعددة الجوانب» هي أسواق افتراضية تربط مزودي السلع والخدمات بالمستهلكين. تسمح الطبيعة الرقمية للمنصات الناشئة بمطابقة الخدمات الجديدة (مثل خدمات

(٢) Smit, H., Johnson, C., Hunter, R., Dunn, M., & van Vuuren, P. F. (2019). Africa's digital platforms and financial services: An eight-country overview. Insight2impact. Johannesburg.: Insight2impact

وشرقها، وهي: غانا وكينيا ونيجيريا وجنوب إفريقيا ورواندا وتنزانيا وأوغندا وزامبيا.

أهم الدوافع في اختيار هذه الدول هو توفر البيانات والتقارير الدولية عن النشاط الرقمي فيها حتى عام ٢٠١٨م، كما أنها تتمتع بوجود منصات إلكترونية فعالة في المنطقة.

هناك دراسات وتقارير مختلفة تناولت واقع المنصات الإلكترونية بأشكال مختلفة ومتفاوتة، ولكننا سننعمد بشكل أساسي على تقرير insight2impact حول المنصات الرقمية والخدمات المالية في إفريقيا^(١)، وبناءً على ذلك تم اعتماد معايير المنصات متعددة الجوانب حسب التقارير الدولية والمحلية التي تحدد اختيار المنصات الرقمية لإجراء الدراسة عليها. وكل منصة لابد أن تتمتع بخصائص معينة، وأن تحتوي على:

- مجموعتين أو أكثر من المستخدمين.
- القدرة على مراقبة وتسجيل المعاملات بين المستخدمين على جانبي المنصة.
- القدرة على تسهيل المدفوعات الآمنة بين أنواع مختلفة من المستخدمين، وغالباً ما يتم تقسيم العائدات لأنواع مختلفة من المستخدمين من معاملة واحدة.

الجدول (١): يقدم معلومات عامة لدول عينة الدراسة تتعلق بعدد السكان بالملايين، ثم نسبة سكان الريف والحضر، وقيمة الناتج المحلي الإجمالي، ونسبة النمو الاقتصادي، فضلاً عن نسبة العمالة ودرجة سهولة ممارسة الأعمال في كل دولة.

جدول (١): بيانات عامة عن دول عينة الدراسة:

الدولة	السكان إجمالي عدد	نسبة سكان الحضر	نسبة سكان الريف	الناتج المحلي البرقي	التنمية البشرية	العائلة (%)	سهولة ممارسة الأعمال
غانا	٢٨,٨	٥٥	٤٥	٥٢,٢	٨,٥	٧٥	٥٩
كينيا	٤٩,٦	٢٧	٧٣	٥٨	٤,٩	٥٨	٧٠
نيجيريا	١٩١	٥٠	٥٠	٤٦٠,٥	٠,٠٨	٥١	٥٣
رواندا	١٢,٢	١٧	٨٣	٩,٣	٦,١	٨٥	٧٨
جنوب إفريقيا	٥٦,٧	٦٦	٣٤	٤٢٦,٧	١,٢	٤٠	٦٦
تنزانيا	٥٧,٣	٣٠	٧٠	٥٠	٧,١	٨١	٥٤
أوغندا	٤٢,٨	٢٣	٧٧	٢٨,٦	٣,٩	٦٩	٥٧
زامبيا	١٧	٤٣	٥٧	٢٨,١	٤	٦٩	٦٥

التوسع في الإنترنت والاستثمارات التكنولوجية ذات الصلة أدت إلى تمكين اقتصادات المنصات الرقمية حول العالم بشكل عام، وفي إفريقيا بشكل خاص، من التوسع والانتشار. في هذا المضمار نفسه: شهدت منطقة إفريقيا جنوب الصحراء نمواً سريعاً في انتشار الإنترنت والاستثمار التكنولوجي في شتى القطاعات، إذ يُقدَّر الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) أن استخدام الإنترنت في إفريقيا جنوب الصحراء ارتفع من ٧ بالمائة إلى ٢٥ بالمائة بين عامي ٢٠١٠م^(٢) و٢٠١٧م^(٣).

وقد توافقت الزيادة في استخدام الإنترنت مع زيادة الاستثمارات في تخزين البيانات وقوة المعالجة وأنظمة الابتكار، وارتفع عدد الخوادم الآمنة لكل مليون شخص في إفريقيا جنوب الصحراء من ٣,٦ في عام ٢٠١٠م إلى ٧٦٠,٤ في ٢٠١٨م^(٤)، كما أن عدد مراكز التكنولوجيا في إفريقيا نمت من ١٠٢

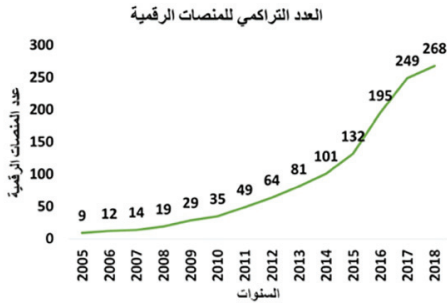
(٢) ITU. (2018). ITU releases 2018 global and regional ICT estimates

(٣) Smit, H., Johnson, C., Hunter, R., Dunn, M., & van Vuuren, P. F. (2019). Africa's digital platforms and financial services: An eight-country overview. Insight2impact. Johannesburg.: Insight2impact. مرجع سابق

(٤) World Bank. (2018). World Bank Development Indicators

(١) Smit, H., Johnson, C., Hunter, R., Dunn, M., & van Vuuren, P. F. (2019). Africa's digital platforms and financial services: An eight-country overview. Insight2impact. Johannesburg.: Insight2impact. مرجع سابق

الشكل (١): العدد التراكمي للمنصات الرقمية التي تم إطلاقها منذ عام ٢٠٠٥م:



المصدر: (Semit, et. al 2019).

أ- خصائص المنصات الرقمية في إفريقيا:

المنصات الرقمية في إفريقيا جنوب الصحراء تتمتع بالخصائص الآتية:
- أكثر من ٨٠٪ من المنصات الرقمية العاملة في إفريقيا محلية:

رُجعت ٢٧٧ منصة تنطبق عليها معايير الاختيار، ٢٢٢ منصة أصلها إفريقية^(٤)، كذلك توجد ٣٩ منصة تعمل في أكثر من دولة من الدول الثمانية، من بين هذه المنصات في دول متعددة، ١٢ منها نشأت أصلاً في إحدى الدول. أكبر عدد من المنصات النشطة توجد في جنوب إفريقيا (٩٢) ونيجيريا (٨٧)؛ لأن نمو الأنظمة الأساسية في جنوب إفريقيا ونيجيريا بدأ في وقت مبكر. (انظر: الشكل رقم ٢).

- منصات متميزة بالعديد من الأنشطة الاقتصادية:

حسب التقارير: أنواع الأنشطة الاقتصادية التي تقدمها تلك المنصات تعددت وتتنوع

مركز في ٢٠١٣م إلى ٤٤٢ في ٢٠١٨م^(١). علاوة على ذلك: شهد تمويل رأس المال الاستثماري لبداية التكنولوجيا الإفريقية زيادة من ١٨٥,٧ مليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٥م؛ إلى ٣٣٤,٥ مليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٨م^(٢).

وقد مكّن تحسين الشمول المالي المزيد من الأفراد من التعامل في اقتصاد المنصة الرقمية في إفريقيا، وغالباً ما تكون الخدمات المالية شرطاً أساسياً للمعاملات في الاقتصاد الرقمي. ووفقاً لبيانات Finindex العالمية: يمتلك كثير من الأشخاص في إفريقيا جنوب الصحراء حساباً رقمياً؛ إما في مؤسسة مالية، وإما مع مزود خدمة الأموال عبر الهاتف المحمول، والأمر متزايد أكثر من أي وقت مضى، فقد ارتفعت ملكية الحسابات هذه من ٢٣٪ في ٢٠١١م إلى ٤٣٪ في ٢٠١٧م. إلى جانب ذلك؛ ارتفعت نسبة البالغين الذين قدّموا أو تلقوا مدفوعات رقمية من ٢٧٪ في عام ٢٠١٤م إلى ٣٤٪ في عام ٢٠١٧م.

وحسب ما ذكرته التقارير المتخصصة في الرقمنة؛ فإنه في غضون الخمس عشرة سنة الماضية تقريباً نمت المنصات الرقمية بسرعة لتصل إلى ٢٧٧ منصة رقمية. وفي عام ٢٠١٦م وحده تم إطلاق ٦٣ منصة رقمية في تلك الدول الثمانية عينة الدراسة، وهو رقم قياسي، وخاصةً عندما ركزت جلّ هذه المنصات على ربط مقدمي الخدمات المختلفة، ومن ضمنها المالية، بالمستهلكين لأول مرة.

الرسم البياني في الشكل (١): يبين العدد التراكمي للمنصات الرقمية التي أطلقت منذ عام ٢٠١٥م^(٣).

(١) World Bank. (2016) and GSMA. (٢٠١٨).

(٢) Disrupt Africa. (2019). Record year for African tech start-up as funding hits 334.5m.

(٣) المرجع السابق.

(٤) Given that some platforms are operational in more than one of the eight countries, the sum of platforms in all eight adds up to more than 277.

ب- أنواع المنصات الرقمية الإفريقية:

تتنوع المنصات الرقمية في إفريقيا جنوب الصحراء، وذلك بتنوع الأنشطة التي تقوم عليها، الشكل (٣) يبين هذه الأنشطة وعددها المتوفر حالياً^(١):

- منصات السلع والمطاعم:

هي منصات افتراضية تمكن المستهلكين من الوصول مباشرة إلى المنتجات التي يعرضها البائعون على الإنترنت وشراؤها، كالسلع والمواد المختلفة، أو المواد الغذائية والوجبات التي تقدمها المطاعم. هذا النشاط بلغ عدده قرابة ٩١ منصة.

- العمل الحر (المستقل):

هي منصات تربط بين أصحاب العمل والعاملين لحسابهم الخاص، مثل منصة Upwork العالمية. هذه المنصات بلغت ٧٥ منصة.

- خدمات التوصيل (E-hailing):

هي منصات تربط الركاب والسائقين المحليين للسيارات أو سيارات الأجرة أو أي شكل آخر من وسائل النقل باستخدام أجهزة افتراضية، مثل الحاسوب أو الجهاز المحمول عبر تطبيقات خاصة، مثل أوبر وكريم (Uber/Careem). هناك ٥٣ منصة متوفرة.

- الخدمات اللوجستية/ البريد السريع:

هذا النوع من النشاط يربط العملاء بمقدمي الخدمات لتسليم أو توزيع طرد أو شحنة من موقع إلى آخر، مثل (Delivery Bros). وهي ٣٧ منصة.

- التأجير التمويلي:

هي منصات تسهل تبادل السعة الفائضة

لتشمل جوانب مختلفة، مثل الخدمات اللوجستية أو البريد السريع، والاتصال الإلكتروني، وخدمات التأجير، والتسوق عبر الإنترنت، والعمل المستقل أو الحر، وغيرها. ولكن التسوق عبر الإنترنت يستحوذ على الحصة الأكبر (انظر: الشكل ٣).

- يمكن الوصول إلى المنصات بشكل عام عبر واجهة الويب وتطبيقات الأجهزة المحمولة:

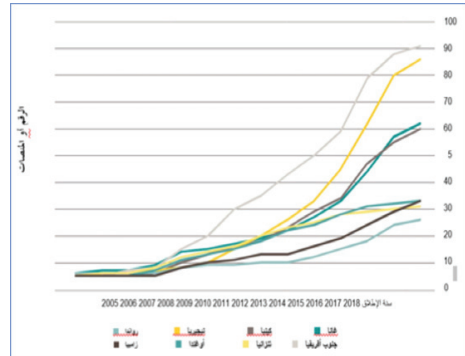
إمكانية وصول الأنظمة الأساسية إلى المنصات الرقمية عبر متصفح الويب وصلت نسبة ٦٨٪، وتطبيقات الهواتف المحمول ٥٥٪.

- ديناميكيات الاتصال بالإنترنت والدفع عند الاستلام سمة رئيسة للمنصات في إفريقيا:

على الرغم من أن التسهيلات والدفع مقابل الأنشطة التي تتم بوساطة النظام الأساسي تحدث عادةً عبر الإنترنت؛ فإنه في بعض الحالات يجب أن يكون المستهلك والمورد على مقربة فعلية بناءً على طبيعة الأنشطة غير المتصلة بالإنترنت، على سبيل المثال: في خدمات التنظيف أو طلبات الطعام غالباً ما يتم الدفع عند الاستلام في مكان المستهلك الفعلي.

الشكل (٢): إطلاق النظام الأساسي التراكمي

سنوياً حسب بلد التشغيل:



المصدر: (Semit, et. al 2019).

(١) In March 2019, six platforms were removed from the Africa's digital platforms database, due to inactivity

والتحويل المصرفي، والمحافظ الرقمية (مثل باي بال)، والعملات المشفرة^(١).

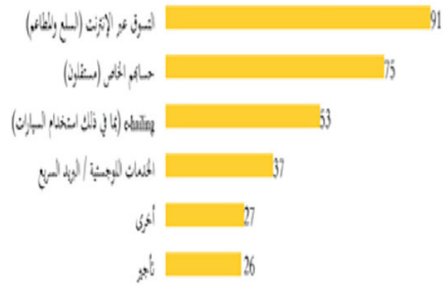
بطاقات الائتمان والخصم هي وسيلة الدفع الأكثر قبولاً لدى العملاء المستهلكين عكس مقدمي الخدمات؛ حيث تُقدّم ثمانون بالمائة من المنصات شكلاً من أشكال قبول البطاقة للمدفوعات. ربما رسوم المعاملات ووظائف البطاقات المصرفية هي عوامل تفاوت بين قبول البطاقة لمدفوعات المستهلك مقارنة بمدفوعات مقدمي الخدمات، أو أنّ نسبة الملكية المنخفضة لبطاقات الخصم والائتمان في هذه الدول أيضاً عامل إضافي في التفضيل، إذ في المتوسط ٤٪ فقط من السكان البالغين يملكون بطاقات ائتمانية، بينما يملك ٢٢٪ بطاقات خصم.

والطلب، مما يسمح للمستهلكين بالوصول إلى منتج أو أصل رأسمالي لفترة متفق عليها. وقد بلغت ٢٦ منصة.

منصات رقمية أخرى:

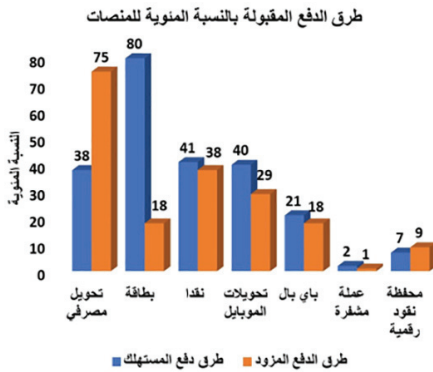
وهي المنصات التي لا تدرج تحت أي من الفئات السابقة، مثل منصة Expedia.

الشكل (٣): تصنيف المنصات الحالية:



المصدر: (Semit, et. al 2019).

الشكل (٤): وسائل الدفع الإلكتروني المقبولة:



أما بالنسبة لمقدمي الخدمات؛ فإن التحويلات المصرفية هي وسيلة الدفع الأكثر قبولاً لديهم، ووفقاً للبيانات التي قدمتها التقارير: ٧٥٪ من المنصات تقبل التحويلات المصرفية كوسيلة لموردي السلع والخدمات

ثالثاً: آليات الدفع للمشاركة في اقتصاد المنصات الإلكترونية:

كشفت مراجعات قاعدة بيانات المنصات الرقمية الإفريقية عن العديد من الأفكار المتعلقة بآليات الدفع المقبولة من قبل المنصات عبر الدول الثمانية، وكانت طرق قبول المدفوعات متنوعة حسب المناطق الجغرافية والقطاعات المختلفة، فضلاً عن أنشطة المطابقة للمنصات.

سنلقي فيما يأتي نظرة عامة على أدوات الدفع البارزة التي تقبلها المنصات الرقمية.

الشكل (٤): يبين أشهر وسائل الدفع المقبولة لدى المنصات الرقمية في إفريقيا جنوب الصحراء، وهي ست وسائل معتمدة، وهي: البطاقات المصرفية (بما في ذلك بطاقات الائتمان)، والتحويلات البنكية، ونقداً،

(١) Smit, H., Johnson, C., Hunter, R., Dunn, M., & van Vuuren, P. F. (2019). مرجع سابق.

من منطقة إلى أخرى ومن قطاع إلى آخر، فهناك ٤٠٪ من المنصات مدفوعات الأموال عبر الهاتف المحمول المقبولة من المستهلكين، بينما ٢٩٪ من المنصات مدفوعات الأموال عبر الهاتف المحمول المقبولة من مقدمي الخدمات. كانت آلية الدفع هذه أكثر انتشاراً للمستهلكين في كينيا وتزانيا ورواندا، والأكثر انتشاراً لمقدمي الخدمة في غانا ورواندا وكينيا.

كما أن قبول الأموال عبر الهاتف المحمول كان سائداً بشكل خاص للمنصات العاملة في القطاع الزراعي، في كينيا - مثلاً - هناك ٤٠٪ من المنصات الزراعية تقبل المدفوعات المالية عبر الهاتف المحمول، بينما في غانا تصل النسبة إلى ٦٧٪.

وتُعتبر المحافظ الرقمية^(٣) خياراً حديثاً للدفع في اقتصاد النظام الأساسي في هذه المنطقة، مقارنةً بالبطاقات والتحويلات المصرفية وأموال الهاتف المحمول. يوجد ١٨ نظاماً أساسياً يقبل المحافظ الرقمية لمدفوعات المستهلكين، و ١٥ منصة تتلقى مدفوعاتها من الموردين من خلال المحفظة الرقمية. قد يُعزى هذا القبول الواسع إلى رغبة المنصات في تقليل تكلفة العمليات ووقت التسوية لتحويل الأموال من المستهلكين إلى مقدمي الخدمات. ويمكن أن يساعد هذا الحل أيضاً المنصات على جذب

لتلقي الدخل من المنصة، تعتبر وسيلة الدفع هذه أكثر انتشاراً بالنسبة لمقدمي الخدمات مقارنةً بالمستهلكين، قد يكون السبب في ذلك مدفوعاً باعتبارات نموذج الأعمال المتعلقة بتجربة المستهلك ورغبته، وممارسات الحماية للمعاملات ضد الاحتيال وحجم المعاملات على المنصة وتكرار حدوثها.

أما القبول النقدي؛ فهو سائد في جميع أنواع المنصات، من خلال الشكل (٤) نفسه يتضح لنا أن ٤١٪ من المنصات تقبل الدفع النقدي من قبل المستهلكين، في حين أن ٣٨٪ من المنصات تقبل النقد كأداة دفع لمقدمي الخدمات، وأن ٦٢٪ من المنصات العاملة في قطاع النقل تقبل النقد كوسيلة للدفع من قبل المستهلكين. في كينيا على سبيل المثال: منصة Little Cab، التي تعمل في مجال خدمة التوصيل e-haling، تمنح العملاء خيار الدفع نقداً أو عبر الهاتف المحمول أو من خلال البطاقات المصرفية أو عن طريق التحويل المصرفي. وقد يُفسر قبول الدفع نقداً لدى كثير من المنصات الرقمية رغبتُها في الوصول إلى العملاء الذين لا يملكون بطاقات أو حسابات مصرفية، أو ربما هناك شريحة لم تثق بطرق الدفع الإلكتروني بعد^(١).

يختلف قبول الدفع من خلال المصرفية عبر الهاتف المحمول^(٢) Mobile-Money

(١) Hunter, R., Johnson, C., and Smit, H. (2019). How are African digital platforms shaping the ?economic development conversation

(٢) تحويل الأموال عبر الهاتف المحمول: هو أحد حلول الدفع الإلكتروني التي تتيح للمستخدمين تخزين الأموال وإرسالها واستلامها باستخدام هواتفهم المحمولة. تروق طريقة الدفع هذه للمستخدمين الذين قد لا يتمكنون من الوصول إلى تسهيلات الدفع في المؤسسات المالية الرسمية، مثل البنوك، ويمكن استخدامها على كل من الهواتف الذكية والهواتف المميزة الأساسية. انظر:

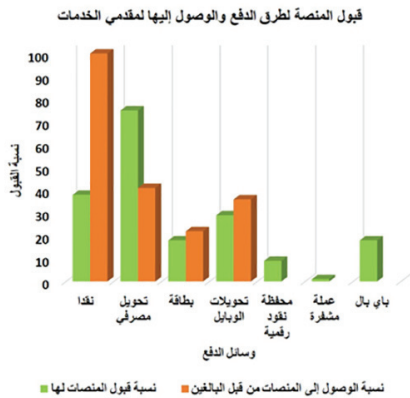
<https://www.worldremit.com/en/faq/mobile-money>

(٣) المحفظة الرقمية: هي أداة إلكترونية تتيح للمستهلكين الارتباط افتراضياً بطرق الدفع المختلفة، مثل الحسابات المصرفية وبطاقات الائتمان لتخزين المبالغ وإجراء المدفوعات. يمكن استخدام المحافظ الرقمية لتخزين معلومات بطاقات الائتمان وبطاقات الخصم على الهواتف الذكية أو الأجهزة الأخرى المحمولة. على الرغم من وجود نوعين من المحافظ بشكل عام: فإن الأنظمة الأساسية المحددة في قاعدة بيانات كثير من المنصات تقبل إلى حدٍ كبير المدفوعات من خلال محافظ ذات علامات تجارية أو محافظ مغلقة.

الأكثر شمولاً وقبولاً لدى المنصات الرقمية. وهذه النتيجة تتسق مع الممارسات العالمية؛ إذ الدفع النقدي هو الأسلوب الذي تفضله كثير من المنصات من أجل تقليل المخاطر، خاصة في بيئات تقل فيها الشفافية ويضعف تطبيق الأنظمة والقوانين.

وتأتي في المرتبة الثانية «التحويلات المصرفية»، التي تقبلها المنصات بنسبة ٧٥٪، ويستخدمها ٤١٪ من سكان تلك الدول. بينما توفر «المدفوعات عبر الهاتف المحمول» إمكانية الوصول إلى المنصات الرقمية، وتقبلها ٢٩٪ من المنصات، ويستخدمها ٣٦٪ مواطن ومقيم.

الشكل (٥): قبول المنصة لطرق الدفع والوصول إليها لمقدمي الخدمات:



ب- خصائص وسياسات كل دولة في قبول وسائل الدفع ودرجات تفاوتها:

في هذا القسم سنركز على النقاط الرئيسية لكل دولة على النحو الآتي:

- جنوب إفريقيا:

المنصات الرقمية في هذا البلد استفادت كثيراً من تقدم القطاع المالي، الذي يتمثل في بنية تحتية راسخة لأساليب الدفع مع ارتفاع مستويات ملكية

مشاركين جدد وغير متعاملين مع المنصات مسبقاً، وتُعد أبرز الجهات التي تقدّم هذا النوع من وسائل الدفع هي شركة باي بال PayPal العالمية.

أما قبول الدفع بالعملات المشفرة^(١)؛ فهو الأقل انتشاراً في المنطقة، لكن الخبراء يرون أنه قد يكون للعملات المشفرة دور مهم في الخدمات المالية الرقمية في المستقبل القريب؛ لكنها في الوقت الراهن تعتبر طريقة الدفع الأقل اعتماداً من قبل الأنظمة الأساسية، حيث يتم قبولها لمدفوعات المستهلك بنسبة ٢٪ فقط من المنصات الرقمية التي تعمل في دول إفريقيا جنوب الصحراء.

أ- مقارنة بين قبول الدفع واستخدام الدفع في المنصات الرقمية:

جميع المنصات التي شملتها الدراسة تطالب المستهلك والمزود بتسوية مدفوعات السلع والخدمات التي يتم التعامل بها عبر المنصة من خلال قناة دفع تقبلها المنصة. ومن ثم فمن الممكن تقييم شمولية هذه المنصات من خلال مقارنة أدوات الدفع المقبولة من قبل المنصات بتلك التي يستخدمها الجمهور أو يفضلها العملاء.

يُوضّح الشكل (٥) الفجوة بين الدول الثمانية فيما يتعلق بإمكانية وصول مقدمي الخدمات إلى أدوات الدفع وقبول المنصة لهذه الأدوات.

نلاحظ أن «المدفوعات النقدية»، المقبولة من قبل ٣٨٪ من المنصات، هي أسلوب الدفع

(١) العملة المشفرة: هي عملة رقمية يتم فيها تسجيل المعاملات في دفتر أستاذ رقمي عام يُسمى «سلسلة الكتل». تعمل عملة التشفير بشكل مشابه جداً لبطاقات الائتمان والخصم؛ ومع ذلك، في حالة العملات المشفرة، تقوم الخوارزمية بتتبع التسوية والضمانات المتعلقة بمعالجة المعاملة.

الحسابات الرسمية في المؤسسات المالية؛ حيث يمتلك ٦٧٪ من السكان حسابات مصرفية^(١). تدفع معظم المنصات الرقمية لمزودي السلع والخدمات مستحقاتهم في حساباتهم المصرفية بنسبة ٨٦٪، كما أنها تسمح للمستهلكين بدفع المستحقات التي عليهم باستخدام البطاقات المصرفية بنسبة ٨٤٪. تتمتع جنوب إفريقيا أيضاً بأدنى مستوى من القبول النقدي لمقدمي الخدمة والمستهلكين مقارنةً بدول الدراسة، وقد يُفسَّر هذا بوجود بدائل كثيرة للدفع النقدي بفضل تقدم النظام المالي نفسه، مما يُوسع نطاق الخيارات لكل من مزودي الخدمات والمستهلكين^(٢).

- غانا:

هي الدولة التي تتميز أيضاً بمعدل مرتفع نسبياً لملكية الحسابات المصرفية (٤٢٪)، وتسمح نسبة كبيرة من المنصات (٦٨٪) لمقدمي الخدمات بتلقي مستحقاتهم عن طريق التحويلات المصرفية. وبهذا تأتي غانا في المرتبة الثانية في تدني مستويات قبول النظام الأساسي للنقد كأداة دفع للموردين مقارنةً بدول الدراسة.

- في نيجيريا:

تتجه كثير من المنصات الرقمية إلى قبول المحافظ الرقمية كوسيلة للدفع بدلاً من الدفع النقدي والتحويلات أو البطاقات المصرفية. في واقع الأمر؛ تتمتع المنصات التي تعمل في نيجيريا بأعلى معدل قبول للمحفظة الرقمية للمستهلكين الذي يصل إلى ١٢٪، ومدفوعات الموردين ١٥٪.

- كينيا وتنزانيا ورواندا:

تقع هذه الدول في شرق إفريقيا، وتتمتع بأنماط اقتصادية واجتماعية متقاربة جداً. هنا نلاحظ وجود اتجاه إيجابي في قبول الأموال عبر الهاتف المحمول،

وحسب بيانات Global Findex (٢٠١٧): حوالي ٧٣٪ من السكان البالغين في كينيا يمتلكون حساباً نقدياً عبر الأجهزة المحمولة. استقادت المنصات الرقمية في كينيا من انتشار الأموال عبر الهاتف المحمول، حيث تقبل ٥٧٪ من المنصات الرقمية الدفع عن طريق الهاتف المحمول بالنسبة للمستهلكين، و٤٢٪ للموردين. في رواندا بلغ استخدام النقود عبر الهاتف المحمول ٢٩٪، وفي تنزانيا ٢١٪ من السكان البالغين، وتقبل أكثر من ٥٠٪ من المنصات الرقمية الأموال عبر الهاتف المحمول كوسيلة للدفع مقابل السلع والخدمات.

هذه النتائج تشير إلى أن الدول الثمانية تتفاوت فيها درجات استخدامات وسائل الدفع المختلفة، وكل حسب ما تتوفر لديه، لكن القاسم المشترك بين معظم هذه الدول هو ضعف النظام المالي، مما جعل شريحة كبيرة من مقدمي الخدمات في المنصات الرقمية والمستهلكين - على حدٍ سواء - يلجؤون إلى إيجاد وسائل أكثر ملاءمة لإنجاز أعمالهم، وهذا يعني أن تمكين الوصول المالي إلى هذه المؤسسات أمر ضروري لاستيعاب الفئات التي لا تستوعبها المؤسسات المالية التقليدية^(٣).

لكن السؤال الملح الآن: ما الخدمات المالية التي تقدمها المنصات الرقمية في إفريقيا جنوب الصحراء وأنواعها؟

رابعاً: الخدمات المالية التي تقدمها المنصات الرقمية الإفريقية؛

المنصات الرقمية الإفريقية توزع الخدمات المالية بشكل مختلف ومتفاوت، هناك ١٥٪ من المنصات - التي شملتها الدراسة - تقدم تأميناً واحداً أو أكثر أو محفظة رقمية أو مدخرات أو منتج ائتماني. وقد قدمت هذه المنصات خدمات واضحة تشير إلى قدرة المنصات على توسيع مدى وصول فئات

(١) Global Findex 2017

(٢) Smit, H., Johnson, C., Hunter, R., Dunn, M., & (2019). van Vuuren, P. F. مرجع سابق.

(٣) المرجع السابق.

وتسهيل الاستهلاك، والسهولة والسلاسة في إجراء عمليات الدفع والوصول إلى الائتمان الإنتاجي وغيره. هناك ٤٢ منصة رقمية متميزة توزع المنتجات

المالية، حسب التشغيل تمتلك نيجيريا أكبر عدد من المنصات التي تقدّم خدمات مالية حيث تصل إلى ٢٣ منصة، تليها جنوب إفريقيا ١٦ منصة، وغانا ١١ منصة.

يمكن أن تسمح الخدمات المالية، مثل التأمين والمحافظة الرقمية والائتمان والادخار بتحسين مشاركة عمل المنصات، العديد من حالات التوزيع عبر أنشطة المطابقة توضّح القيمة المضافة للخدمات المالية المختلفة للمشاركين في المنصات الرقمية، كما أن توزيع المحافظ الرقمية هو الأكثر انتشاراً للتسوق عبر الإنترنت، والخدمات اللوجستية أو البريد السريع، والاتصال الإلكتروني وغيرها من المنصات، هذه المحافظ الرقمية تستهدف في معظمها مستهلكي السلع والخدمات، وليس الموردين، على سبيل المثال: أطلقت جوميا Jumia - إحدى منصات التسوق عبر الإنترنت الرائدة محلياً في إفريقيا - محفظة رقمية في عام ٢٠١٦م^(٤)، توفر محفظة جوميا الرقمية آلية دفع للمشاركين في النظام الأساسي لإجراء مدفوعات آمنة عبر الإنترنت لشراء البضائع من خلال المنصة، سُمّيت هذه الآلية باسم JumiaPay.

فيما يخص التأمين؛ فإنه يُعرّض على منصات العمل الحرّ أو المستقل، ولأن العمال الذين يعملون في القطاع غير الرسمي يحصلون على مزايا محدودة فيما يخص برامج الحماية أو التأمين؛ فهذه المنصات الرقمية تقدم خدمات واسعة لهذه الفئة من العمال المحرومين من الوصول إلى خدمات المؤسسات المالية التقليدية.

متعددة من الخدمات المالية إلى الأفراد الجدد أو المحرومين من الخدمات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تتبع المنصات نظام الشراكات بين قنوات التوزيع البديلة ومقدمي الخدمات المالية^(١)، واستفاد القطاع المالي على نطاق أوسع من مشاركة العديد من شركاء التوزيع في توسيع نطاق الوصول إلى الخدمات المالية، إذ يوفر شركاء التوزيع هؤلاء عادةً لمقدمي الخدمات المالية إمكانية الوصول إلى عدد كبير من العملاء الجادّين، والذين تربطهم بهم علاقات تجارية قائمة.

وغالبا ما يقدمون رؤى واقعية حول حياة عملائهم واحتياجاتهم المالية، مما يسمح لهم بتقديم خدمات مالية متخصصة. كحقيقة: تبدو المنصات الرقمية الإفريقية في وضع جيد بشكل عام لتقديم علامة تجارية موثوق بها في هذا المجال، من خلال مجموعة واسعة من حلول الدفع والبيانات ذات الصلة لتصميم وتقديم الخدمات المالية لعملائها^(٢).

أ- اتجاهات توزيع الخدمات المالية حسب المنصات الرقمية:

توزّع المحافظ الرقمية والتأمينية بشكل واسع عن طريق المنصات الرقمية عبر سلسلة القيم للأنشطة التي تتم بوساطة المنصة نفسها، يمكن أن تقدّم الخدمات المالية مثل التأمين والمحافظ الرقمية والائتمان والادخار قيمة إضافية للمشاركين في المنصة^(٣).

على سبيل المثال: التأمين على أحداث المخاطر،

(١) FinMark Trust. (2013). Mapping of potential financial services distribution channels in SADC

(٢) Smit, H., Denoon-Stevens, C., and Phelane, C. (2015). Un-networked retailers: A growing channel for financial services distribution

(٣) Rinehart, K., Johnson, C., and Chamberlain, D. (2018). The potential of digital platforms as distributors and enablers of insurance in Africa

(٤) Tech-ish. (2016). Jumia launching wallet JumiaPay

وتوضح الأمثلة الآتية تنوع التأمين الذي توزعه منصات العمل المستقل أو الحر:

- دخلت منصة SweepSouth في شراكة مع fintech Simply في عام ٢٠١٧م، لتقديم تأمين على الحياة والعجز لعمال النظافة المنزلية الذين يشاركون على المنصة في جنوب إفريقيا. يتم تقديم التأمين كمنتج مُضمّن دون أي تكلفة إضافية للمشاركين في النظام الأساسي.

- ويسابي Wesabi، هي منصة مستقلة تعمل في نيجيريا، تقدم تأمين تعويض احترافي للمستهلكين: ضد السرقة أو الأضرار التي تلحق بممتلكات المستهلك أثناء قيام العامل المستقل (الحر) بأداء عمله. يؤمن تأمين التعويض المهني هذا ضد الأضرار التي تلحق بالممتلكات بقيمة ٢٧٦٠ دولاراً أمريكياً، ويقلل من المسؤولية المالية التي يُحتمل أن يواجهها العمال أثناء تقديمهم الخدمات في منازل العملاء.

هناك نوع آخر من التأمين يُقدّم عن طريق منصات الخدمات اللوجستية أو البريد السريع، هذا التأمين يُقدّم خصيصاً ضد السرقة والتلف للسلع المنقولة من المخاطر المرتبطة بأنشطة المنصة، هناك خمس منصات في مجال الخدمات اللوجستية أو البريد السريع التي تقدم هذا النوع من التأمين، إحدى هذه المنصات هي منصة Droppa، وهي منصة لوجستية أو بريد سريع تعمل في جنوب إفريقيا، توفر تأميناً مضمناً للمستهلكين بقيمة ١٢٠، ٧ دولاراً أمريكياً لكل شحنة يتم تخزينها أو تسليمها بواسطة مزود الخدمة على نظامها الأساسي. يحمي هذا التأمين قيمة البضائع المنقولة من التلف أو الخسارة المحتملة، مما يقلل من المسؤولية المحتملة لموظفي التوصيل الذين يقدمون الخدمة ويوفر للمستهلك راحة البال.

التأمين عن طريق منصات التأجير والتوصيل الإلكترونية أيضاً يُسجّل حضوراً قوياً في دول إفريقيا جنوب الصحراء، إذ توجد سبع حالات مرصدة

لتوزيع التأمين عن طريق منصات التأجير والاتصال الإلكتروني، وتسعى عروض التأمين هذه عادةً إلى حماية قيمة الأصل الذي يتم تأجيله للمستهلكين أو استعماله في الخدمة للمستهلكين، المطابقة على هذه المنصات تكون على حساب المستهلكين.

يمكن ذكر مثالين على هذا النوع من المنصات، هما: منصتا VehiclePortal في زامبيا و Home2Go في غانا. توزع شركة VehiclePortal تأميناً شاملاً وإلزامياً على المستهلكين الذين يسعون إلى مطابقة تأجير السيارات على المنصة. كما أن شركة Home2Go دخلت في شراكة مع شركة تأمين دولية اسمها Allianz Global لتقديم تأمين جماعي اختياري للمسافرين الذين تتم مطابقة بياناتهم مع إيجارات العقارات على المنصة^(١).

إضافةً لما سبق؛ يوجد توزيع الائتمان عن طريق منصات التسوق عبر الإنترنت أيضاً، هناك ثلاث حالات لمنصات التسوق عبر الإنترنت التي تتيح توزيع المنتجات الائتمانية عليها، ويبدو أن هذه العروض تستهدف المستهلك الذي تتم مطابقة بياناته على هذه المنصات فقط، على سبيل المثال: منصة AgroMart المعروفة سابقاً باسم AgroTrade، وهي منصة تسوق عبر الإنترنت في القطاع الزراعي- لديها شراكة من خلال منصة AgroPay مع MTN و Premium Bank و Vodaphone لتوزيع الائتمان الصغير على التجار لشراء المدخلات الزراعية.

أيضاً توجد منصات توزيع الائتمان عن طريق منصات التأجير والتوصيل الإلكترونية في المنطقة، فقد أعلنت منصة الاستدعاء الإلكتروني Uber عن شراكة مع Fintech JUMO في ديسمبر ٢٠١٨م، لتزويد السائقين بائتمان فعال من حيث التكلفة

(١) Smit, H., Johnson, C., Hunter, R., Dunn, M., & van Vuuren, P. F. (2019). مرجع سابق.

أنّ الشراكات بين المنصات الرقمية ومقدمي الخدمات المالية تؤدي إلى توزيع أكثر فعالية للخدمات المالية، ويمكن تلخيص الحوافز المقدمة لمقدمي الخدمات المالية للدخول في شراكة مع المنصات- في إطار الوصول والدفع ومشاركة البيانات والعلامة التجارية- فيما يلي:

١- الوصول إلى جمهور أكبر؛ من خلال الاستفادة من النطاق الذي حققته المنصات.

٢- توزيع الخدمات المالية بشكل فعال من حيث التكلفة؛ من خلال الاستفادة من البنية التحتية الرقمية التي أنشأتها المنصات ومجموعة واسعة من آليات الدفع التي تسمح بها.

٣- فهم العملاء المحتملين بشكل أفضل؛ من خلال الاعتماد على بيانات الشبكة (الكبيرة) التي تمتلكها الأنظمة الأساسية.

٤- بناء الثقة مع العملاء؛ من خلال الارتباط مع العلامات التجارية للمنصات القوية بالفعل.

فالشراكات بين مقدمي الخدمات المالية والمنصات الرقمية واعدة، لكنها لا تزال في شكلها البسيط والبدائي على الرغم من المزايا المحتملة للشراكة، ولم تدخل غالبية المنصات الرقمية ومقدمي الخدمات المالية في اتفاقيات رسمية، هناك عدة عوامل قد تكون هي السبب وراء ذلك، مثل قلة الوعي بمزايا الشراكة مع المنصات الرقمية، والتخوف من أن المنصات الرقمية يمكن أن تشكل تهديداً تنافسياً للقطاع المالي، وأن مقدمي الخدمات المالية ليسوا مرنين بما فيه الكفاية للمشاركة مع شركات التكنولوجيا الناشئة؛ فضلاً عن التباين في نماذج الأعمال وهاكل التكلفة لمقدمي الخدمات المالية والمنصات، وعدم اليقين بشأن ما إذا كانت المنصات الرقمية الإفريقية ستصل إلى نطاق مستدام أو لا؟.

لتمويل شراء المركبات. وقامت Uber بتجربة المنتج الائتماني في كينيا، وتعتزم توسيع جهود التوزيع لتشمل أسواق دول جنوب الصحراء الأخرى في عام ٢٠١٩م، إلا أن جائحة كورونا قد تسبب في إبطاء المشروع أو عرقلته^(١).

ضمن هذه السلسلة؛ نجد أيضاً منصات ادخار تقدم خدماتها عن طريق منصات الاتصال الإلكتروني.

من المشكلات التي تواجهها العديد من المنصات هي أن تدفقات المدفوعات لأصحاب المنصات غير منتظمة؛ ويتوقف ذلك طبعاً على طبيعة مجال العمل نفسه.

وتُوفّر منتجات الادخار والمعاشات التقاعدية آلية جيدة للمتعاملين في المنصة لتحمل صدمات الدخل وتوفير التقاعد، وعلى سبيل المثال: اشتركت منصة Dropping مع صندوق معاشات الشعب وإدارة صندوق جولد كوست في غانا لتقديم منتج معاش تقاعدي مضمن لسائقي خدمة التوصيل الإلكتروني، في الأشهر الثلاثة الأولى من المشاركة في المنصة؛ تم تسجيل خدمات صندوق المعاشات التقاعدية نيابةً عن السائقين الذين يحققون متوسط ٢٠ رحلة مكتملة في الأسبوع، بعد ذلك؛ يُشجّع السائقون على المنصة على المساهمة طوعاً في صندوق المعاشات التقاعدية^(٢).

ب- الشراكات بين المنصات الرقمية ومقدمي الخدمات المالية:

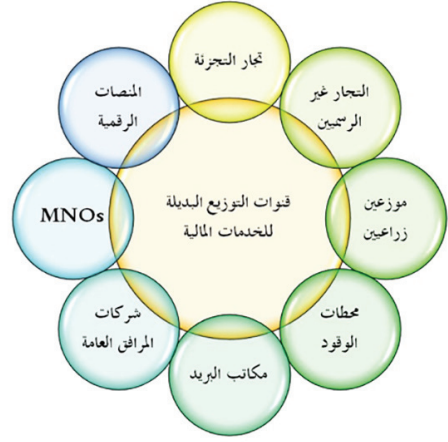
تُظهر الدراسات التي تناولت تحليل حالات العرض في منطقة جنوب الصحراء الكبرى

(١) المرجع نفسه.

(٢) Smit, H., Denoon-Stevens, C., and Phelane, C. (2015). Un-networked retailers: A growing channel for financial services distribution. مرجع سابق

الشكل (٦): يوضح قنوات التوزيع البديلة للخدمات المالية في إفريقيا جنوب الصحراء^(١).

الشكل (٦): قنوات التوزيع البديلة للخدمات المالية:



الخاتمة:

هدفت هذه الورقة إلى تسليط الضوء على المشهد الإفريقي، وبخاصة إفريقيا جنوب الصحراء، للتعرف على واقع المنصات الرقمية، وعلاقتها بالخدمات المالية، ومستويات أدائها. قدّمت الدراسة لمحة عامة عن المنصات وطبيعة أنشطتها المطابقة، ومنطقة المنشأ، والقطاعات الاقتصادية التي تساهم فيها، في ثماني دول تمثل منطقة إفريقيا جنوب الصحراء، وهي: غانا وكينيا ونيجيريا وجنوب إفريقيا ورواندا وتنزانيا وأوغندا وزامبيا. خلصت الدراسة إلى: أن المنصات الرقمية الإفريقية تبدو في وضع جيد بشكل عام لتقديم علامات تجارية موثوق بها في هذا المجال، من

خلال مجموعة واسعة من حلول الدفع والبيانات ذات الصلة لتصميم وتقديم الخدمات المالية لعملائها.

تصدّرت جنوب إفريقيا وغانا المجموعة في أداء المنصات الرقمية وعلاقتها مع المؤسسات المالية، وذلك لتقدم النظام المالي في البلدين، وانتشار بدائل لوسائل الدفع تغني عن الدفع النقدي. أما نيجيريا؛ فينتشر فيها أسلوب الدفع عن طريق المحفظة، والذي قد يعتمد على العملات المشفرة وخدمات باي بال العالمية. بينما نجد دول شرق إفريقيا (كلاً من تنزانيا وكينيا ورواندا) ينتشر فيها أسلوب الدفع عبر الهاتف المحمول كأداة مفضلة لمقدمي الخدمات والمستهلكين على حدّ سواء، ويرجع أن تكون المنصات الرقمية في هذه الدول تعمل في المجال الزراعي أكثر.

وسلّطت الورقة - أيضاً - الضوء على العلاقات المترابطة بين اقتصاد المنصة والقطاع المالي والمشاركة الاقتصادية الشاملة، وخلصت إلى أنه في دول إفريقيا جنوب الصحراء دعمت برامج الرقمية المتزايدة ظهور منصات جديدة تربط بين مقدمي السلع والخدمات والمستهلكين.

وقد تبين وجود ستّ وسائل دفع إلكترونية تعتمد عليها المنصات لتمكين المعاملات، وكيف أن هذه الأدوات تختلف حسب المنطقة الجغرافية، فضلاً عن تسليط الضوء على الخدمات المالية التي توزعها المنصات الرقمية والشراكات مع مقدمي الخدمات المالية التي تجعل مهامها سهلة وممكنة ■

(١) Rinehart, K., Johnson, C., and Chamberlain, D. (2018). The potential of digital platforms as distributors and enablers of insurance in Africa. مرجع سابق.